

# ZNAČENJE TURIZMA U INTEGRACIJSKIM PROCESIMA EUROPSKE UNIJE

## *Significance of Tourism in European Union Integration Processes*

Dasen Jasprica

Hrvatski zavod za zapošljavanje  
Područna služba Dubrovnik  
E-mail: dasen.jasprica@hzz.hr

UDK 797.1:338.48  
061.1 EU

### Sažetak

*Integracijski procesi u Europi su specijalizirani, a u tim procesima turizam postaje sve prestižnija ekonomska i socijalna aktivnost. Unutar Europe u turizmu je zaposleno oko 5% radne snage, a u gradovima izravno i neizravno oko 20%. Kako bi se olakšao razvoj turizma, u Europi je doneseno više smjernica u brojnim područjima turizma, pa tako i za nautički turizam, što se posebno tiče naše priobalne regije. Time se omogućava relativno ravnomjeran razvoj na sedam razina: Europske unije, nacionalnoj, regionalnoj, lokalnoj, na razini velikih korporacija te malih i srednjih poduzeća. U ovaj proces uključeno je oko 50 međunarodnih tijela i komisija.*

*Ključne riječi: Europska unija, integracijski procesi, turizam, nautički turizam, ljudski resursi.*

### Summary

*Integration processes in Europe are specialized. Tourism is becoming a significant economic and social activity in these processes. In Europe, around 5% of overall work force is employed in tourism; in cities, the number of people directly or indirectly involved in tourism is around 20%. There is a number of guidelines aimed at facilitating the development of tourism in different areas referring to nautical tourism, especially related to our coastal region. These guidelines are enabling a relatively even development of seven levels: EU level, national, regional, local, big corporation and small and medium enterprise level. Around 50 significant international bodies and committees are involved in this process.*

*Key words: European Union, integration processes, tourism, nautical tourism, human resources*

### UVOD / Introduction

Značenje turizma u europskim integracijskim procesima sve je veće, a promjene su koje taj proces prate dinamične. Za razliku od drugih, relativno manje složenih socioekonomskih aktivnosti, turizam postaje sve složeniji i zahtjevniji. S tim u vezi, predmet istraživanja je utvrditi mehanizme koje turizam potiče u europskim integracijskim

procesima. U skladu s tim utvrđeni su ciljevi:

1. opći, koji se odnose na složenost turističkog razvoja u integracijskim procesima,
2. specifični, koji se odnose na uključivanje pojedinih zemalja.

Opći ciljevi upućuju na značenje turizma na europskoj regionalnoj razini. Specifični ili posebni ciljevi odnose se na uključivanje pojedinih zemalja Europske unije i drugih država izvan nje a prema njihovim turističkim posebnostima. U skladu s tim postavljena je glavna hipoteza – H1 ovog rada kojom se tvrdi da se turizam integrirao u ekonomskom razvoju EU. Cilj je to dokazati, a pritom se ovom hipotezom otvara pitanje dugoročnoga turističkog razvoja na regionalnoj osnovi. S tim u vezi provedene su analiza i sinteza dosadašnjih aktivnosti i specifičnosti, njihova procjena i smjer u kojem se odvija ovaj proces.

Europa je najjača svjetska turistička destinacija a turizam je po značenju treća ekonomska aktivnost u EU. Turistička djelatnost izravno zapošljava oko 5% radne snage i u nju su uključena oko dva milijuna poduzeća, uglavnom malih i srednjih. Udio turizma u BDP-u je 5%. Ako se u analizu uključe i sektori povezani s turizmom, njime se ostvaruje 10% BDP-a i 12% radnih mjesta izravno, a neizravno oko 9%. Posebnu ulogu i mjesto u tom smislu ima nautički turizam jer je s pravom fenomen koji je u protekla tri desetljeća zabilježio jednu od najviših razvojnih stopa u europske i hrvatskom gospodarstvu. Ekonomski prognostičari turističkog razvitka slažu se da je nautički turizam u početnome razvojnom razdoblju i da se visoki razvojni rezultati tek očekuju (Luković, 2007.).

Budući da turizam u EU sve više postaje bitan čimbenik u gospodarstvu, razvila se i nova strategija njegova razvoja. Tako se države mogu grupirati tvoreći zajedno udruženje, pa se europskim integracijskim procesima postavlja pitanje njihove teritorijalne organizacije. Zbog čega se države udružuju u obliku međunarodnih organizacija i zbog čega se organiziraju odgovarajuće prostorne strukture?

Države propisuju svoje unutrašnje i vanjske teritorijalne organizacije. Osnovna su pitanja: kako država organizira svoj unutrašnji prostor, postoje li učinkoviti i manje uspješni putevi i jesu li neki od njih pošteniji od drugih.

U regionalnom razvoju izgrađuju se modeli ravnopravnog razvoja, nazvani *level playing fields*. Time se žele otkloniti dosadašnje prepreke što su postojale prije integracije. Otvaranjem i integracijom za pojedinu se zemlju mijenjaju odnosi u stupnju do kojega je ona imala prirodnu prednost nad drugima u proizvodnji dobara i usluga. Mijenja se također međuovisnost pojedinih zemalja, veličina njihovih tržišta, stupanj do kojega su pojedine ekonomije bile kompetitivne, prepoznatljivost ekonomskih kvota i visina tarifnih

ograničenja među njima, a isto tako i politike seljenja i kontrole kapitala. Premda ima razmimoilaženja u provedbi i razvoju integracije, modeli koji se bave prostornom ekonomijom u EU zasnivaju se na pretpostavci da će se ekonomije u pojedinim državama prilagoditi nastalim promjenama.

Analizirajući gospodarski razvitak kao činitelj turističkog razvitka, posebno nautičkoga, može se zaključiti da je njegov utjecaj višestruk. Promatramo li to na razini Mediterana, zapazit ćemo različite oblike utjecaja. Globalizacija Europe i promjene koje su u tijeku na njezinu megatržištu mijenjaju odnose i oblike međuovisnosti utjecaja, stvarajući nove modele razvitka, posebno na lokalnoj i regionalnoj razini. U mikrosmislu, europski gospodarski subjekti sve više poprimaju oblik korporacija, a to znači da se organiziraju kao složena društva kapitala, ali poprimaju i druge karakteristike razvijene i tržišno usmjerene korporacije. To upućuje na krucijalne promjene, promatrane s mikro i makro-aspekta, koje se događaju u gospodarskom megasustavu Europe, a posebno na Mediteranu u nautičkom turizmu (Luković, 2007.).

Kao što je rečeno, Europa ima vodeću ulogu u međunarodnom turizmu. Europska obilježja integracijskih procesa koji se odnose na turizam sastavnica su globalnih procesa. Tako su razvijene snažne aktivnosti koje u svojoj organizaciji stavljaju turizam u središte svojih interesa. Na čelu njih su EEC (*European Economic Community*) i NAFTA (*Nord American Free Trade Agreement*). U ekonomskoj sferi trgovine i turizma ostvaruju se brojna organizacijska unapređenja naglašavajući potrebu razvijanja međunarodnih trgovačkih odnosa s težištem na trgovini i uslugama. Prema tome, GATS-ovi su pregovori paralela GATT-ovim aktivnostima. Velik broj međunarodnih institucija danas sudjeluje u međunarodnim političkim odnosima koji su od velikog utjecaja na svjetske turističke tokove (OAS, OECD, OPEC, WTO i PAT). S druge pak strane, došlo je do pojave da se istočnoeuropske i druge novonastale zemlje nastoje uključiti u međunarodne turističke tokove. Pritom, smjernice europske integracije u turizmu zasnivaju se na:

1. integracijskim aktivnostima,
2. lokalnim, nacionalnim i regionalnim aktivnostima,
3. provođenju zajedničke politike s novopridruženim zemljama EU.

Iako se ovaj proces zasniva na aktivnostima, one se razlikuju za pojedine zemlje s obzirom na njihove specifičnosti, pa je proces potrebno sagledati na razini različitih zemalja.

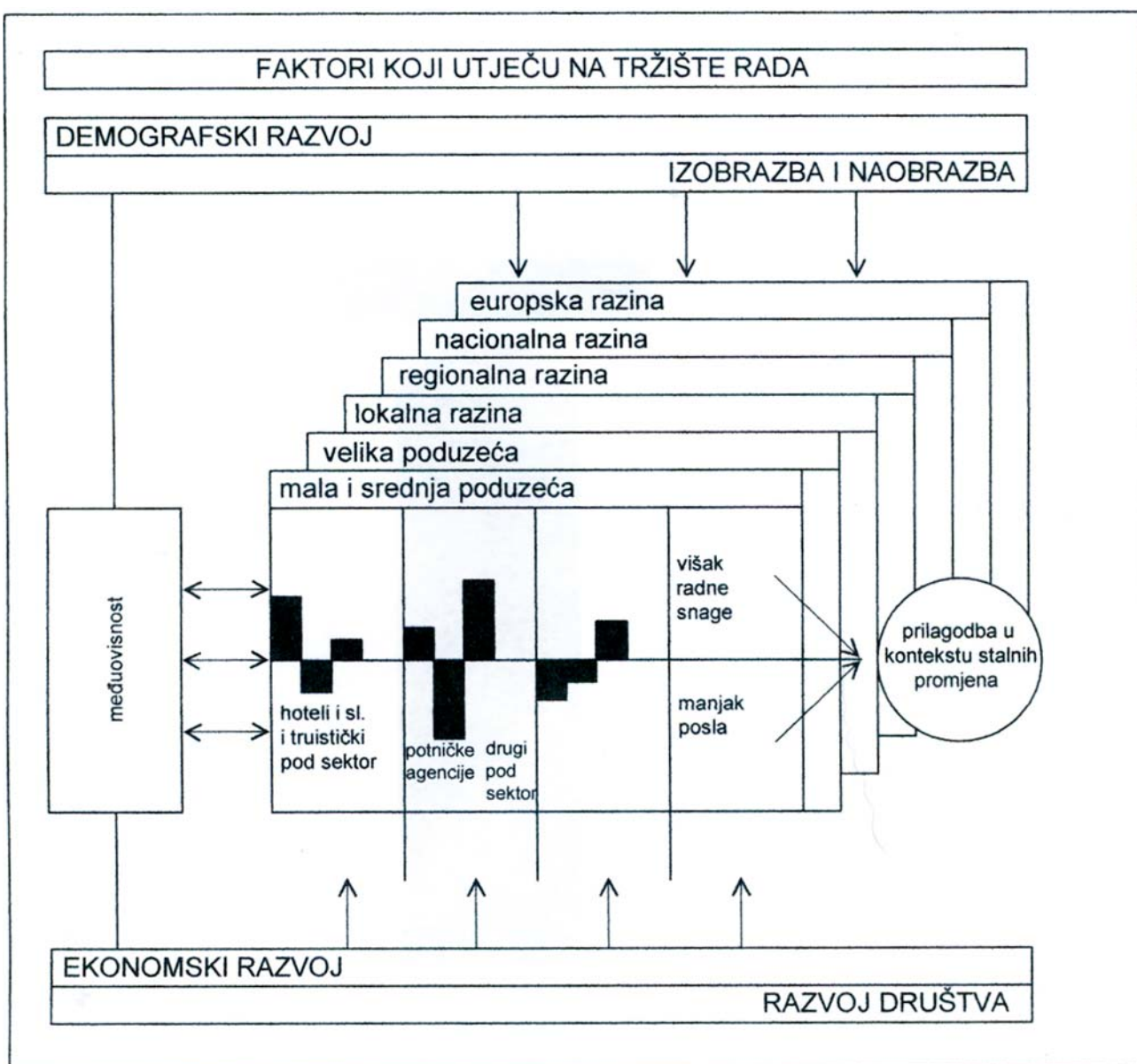
**OPĆE SMJERNICE INTEGRACIJE / General guidelines of the integration**

EU je izradila viziju budućnosti turizma u okviru plana "Force" (Connon, 1995.), kojemu je zadaća ostvariti sintezu ciljeva društvene integracije. Otvaraju se također pitanja preusmjerenja prijevoza, liberalizacije i globalizacije, osnaženje organizacijskog oblika poslovanja i, konačno, organiziranje udruge potrošača turističkih proizvoda (Hoekman, 1995.).

U ovim raspravama ističe se da će samo ona poduzeća koja su se jasno postavila prema potrošačima u pogledu kvalitete proizvoda, cijena i interesa, uspjeti

opstati na duži rok. To bi se trebalo odraziti na jačanje turističke industrije, te na ekonomsku koncentraciju, uz snažnu potrebu horizontalne, vertikalne i dijagonalne integracije (Weimar, 1995.).

Ljudski su resursi najizvravniji akteri i nositelji globalizacijskih, pa tako i europskih integracijskih turističkih procesa. Obrazovani i opskrbljeni suvremenim znanjima, poznavanjem suvremenih menadžerskih i komunikacijskih vještina, uvezani u globalne komunikacijske mreže oni su preduvjet za uspješne ishode rečenih procesa.



Izvor: Weimar, 1995.

Slika 1. Prikaz socijalno-ekonomskih organizacijskih smjernica integracije u turizmu EU  
 Figure 1. The scheme of socio-economic organizational guidelines of integration in tourism of EU

U vezi s tim donesena je „Zelena knjiga” o ulozi EU na području turizma (slika 1.) sa svrhom da se dosegnu kulturni ciljevi/interesi i gospodarska integracija. Tako su integrirani ciljevi/interesi koji sjedinjuju upravljачke državne interese a djeluju na regionalnoj, nacionalnoj, europskoj ili međunarodnoj razini. Prikazana shema pokazuje kompleksnost i povezanost turističkoga sa socijalnim, ekonomskim i demografskim razvojem. Ovo je vrlo složen koncept koji se organizacijski temelji na hijerarhiji.

## SPECIJALIZIRANE SMJERNICE INTEGRACIJE / *Specialized guidelines of integration*

Osnova integracijskog procesa turizma u EU prikazana u prethodnom modelu (slika 1.) općeg je karaktera. Specifičnosti su procesa predočene u tablici 1. EU je potakla snažne integracijske procese u turizmu i u usporedbi s drugim regijama u svijetu, oni su najsnažniji i najpovezaniji s lokalnim, nacionalnim i regionalnim razvojem.

Tablica 1. Prikaz integracijskih aktivnosti, tijela i vođenja politike turizma u EU  
*Table 1. The scheme of integration activities, bodies and politics of tourism in EU*

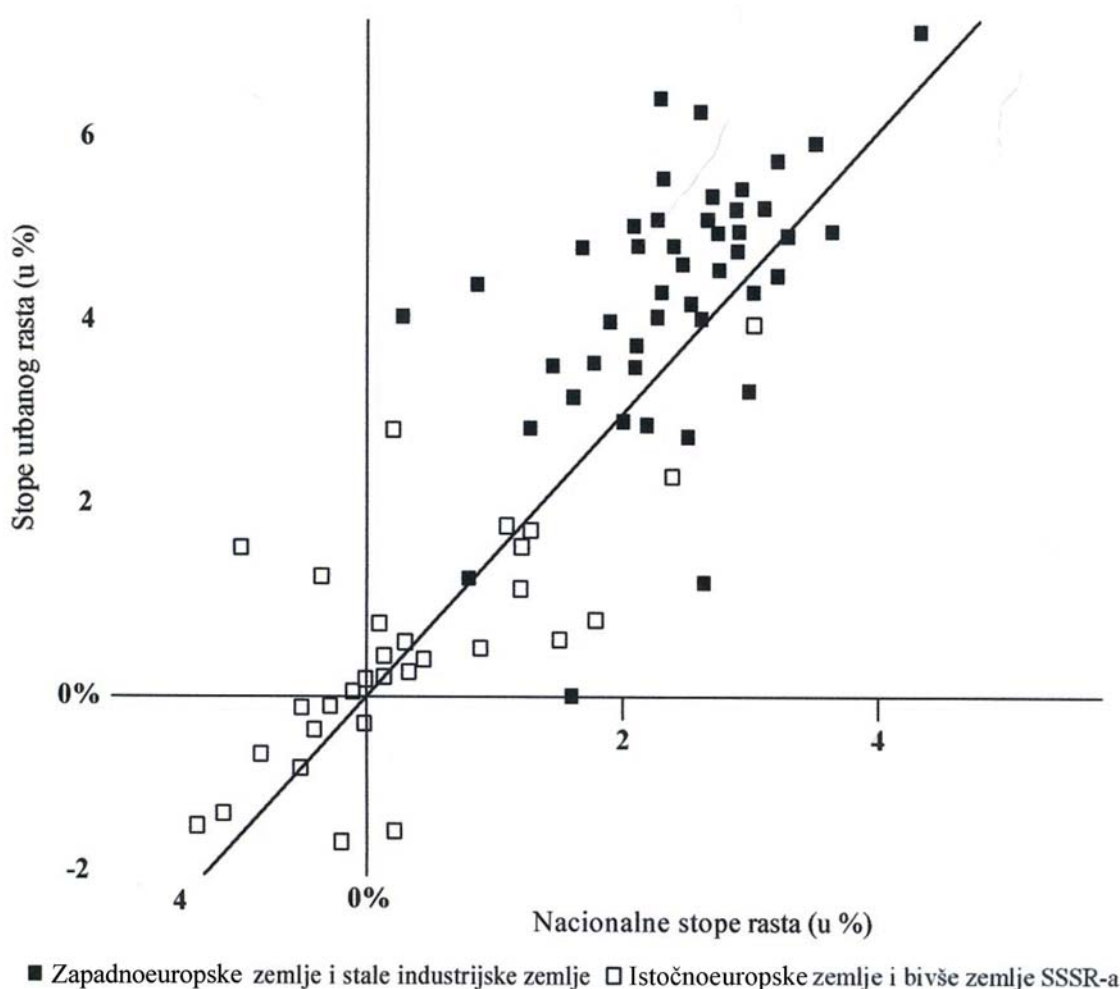
| Karakter aktivnosti  | Bliža obilježja/opis aktivnosti  |
|--|--|
| <b>PROSTORNI</b>   | PLAN FORCE - europski, nacionalni, regionalni, lokalni, korporacija, poduzeće  |
| <b>MEĐUNARODNA TIJELA</b>                                      | INTERREG-fond za međugraničnu, međunacionalnu i međupokrajinsku kooperaciju koja potiče teritorijalno uređenje<br>INTERR-fond za regionalni razvoj<br>LEADER-aktivnosti za razvoj sela<br>FEOGA-fond za orijentaciju i garanciju razvoja poljoprivrede<br>URBAN-fond za ekonomski i socijalni oporavak gradova u krizi<br>ECTAA – udruženje putničkih agencija<br>FES – europski društveni fond<br>DG – aktivnosti u poduzetništvu   |
| <b>KOMISIJA ZA TURIZAM</b>                                     | RADNE GRUPE<br>A – za razmjenu i širenje informacija i novih ekonomija<br>B – za unapređenje obrazovanja i izobrazbe<br>C – za poboljšanje kvalitete turističkog proizvoda<br>D – za promicanje okolišne politike (održivog razvoja) i trajnog turizma   |
| <b>ZAJEDNIČKA POLITIKE</b>                                     | razvojna, ekonomska i monetarna, odgoja i obrazovanja, u odabiru zanimanja, okolišna, u području informatike, trgovine i transporta  |
| <b>PROVOĐENJE AKTIVNOSTI POVEZANIH S TIJELIMA I KOMISIJAMA</b> | izradba pilot-programa u području poslovanja, unapređenje europske zajedničke strategije, uspostavljanje kriterija za razvoj trajnog turizma, unapređivanje sprege s vlastima, izmjena informacija, uvođenje novih tehnologija uključujući e-trgovinu, obrada poslovanja prema zajedničkim kriterijima (normama), proučavanje problema u području poslovanja i poduzetništva, uključivanje stručnjaka iz građanskog društva, predlaganje unapređenja kvalitete poslovnih procesa, unapređenje kvalitete turističke ponude i zaštita potrošača, razvijanje komparativne turističke prednosti, poboljšanje radnih uvjeta, stručnosti i profesionalne orijentacije, uspostavljanje monitoringa u području radne snage u turizmu, produbljivanje suradnje s komisijama i velikim asocijacijama (europskim i nacionalnim) |

Izvor: Đukić, 2001, str. 96.; Đukić- Jerković, 2007, str. 439 - 445.

Integracije se provode sljedećim aktivnostima: geoekonomskim, geoprometnim i geopolitičkim, zajedničkim planovima razvoja, u međunarodnim tijelima, zajedničkim komisijama, koordiniranim aktivnostima i usklađenim poslovanjem. Strategija ove integracije je sveobuhvatna. Svaka od prikazanih aktivnosti upućuje pojedine zemlje na njihovu vlastitu mogućnost za turistički razvoj. S obzirom na njihov opseg i sadržaj, otvorena je široka mogućnost korištenja pojedinim razvojnim fondovima.

#### PRILAGODBE URBANOG SUSTAVA I URBANOG TURIZMA INTEGRACIJSKIM PROCESIMA / *The adaptation of urban system and urban tourism to the integration processes*

Budući da su europski gradovi oblikovali snažna civilna društva, što je povijesno utemeljeno u bogatoj i raznolikoj kulturi, to bi trebalo potaknuti njihove građane da sudjeluju u kreiranju zajedničke budućnosti svojih gradova.



Izvor: Cincotta, Engelman, Anastasion, 2003., str. 53.

Slika 2. Rast urbanizacije u Europi devedesetih godina 20. stoljeća  
 Figure 2. The increase of the process of urbanization in Europe in the 90s of 20th century

Danas se u metropolskim gradovima formira nova ekonomija (Hutton, 2004.). Lokalne, regionalne, nacionalne vlade interveniraju iz različitih razloga u gradove (Grčić, Sluka, 2006.). Na europskoj razini proces ekonomske globalizacije se zajedno s procesom europske integracije odrazio na europski urbani turistički razvoj. Globalizacija se ne mora bezrezervno smatrati prijetnjom ili, metaforički, „kulturnom invazijom“, već može biti i način ekonomske i kulturne inovacije. Tako se danas mogu interpretirati četiri politike europske integracije gradova: paneuropska socijalna demokracija, neomerkantilizam, neoliberalizam, ugrađeni neoliberalizam koji pokazuje da je globalizacija proces pun specifičnosti, zbog čega se u različitim nacionalnim sustavima proces restrukturiranja gradova i odvija drugačije (McNeil, 2004.). U tom procesu, najveću stopu ekonomskog rasta bilježe gradovi u kojima se razvija turizam (ETC-Realise, 2009.).

Ovaj je proces više nego ikad prije postao bitan na regionalnoj razini, dakle za Europu, ali jednako tako i na globalnoj razini. Te promjene u urbanom sustavu Europe odražavaju se na različite načine (slika 2.).

To je potaklo sljedeće:

1. preoblikovanje urbane mreže,
2. izmjenu položaja u urbanoj hijerarhiji,
3. promjenu organizacije prostora unutar gradova (urbane strukture).

Europski gradovi sve više su podložni i utjecajima koji dolaze izvan nacionalnih granica. U pojedinim slučajevima države gube na značenju, a gradovi preuzimaju sve veću ulogu. Zbog toga se otvara pitanje prelazi li utjecaj gradova vlastite i nacionalne granice, te u kojem će se smjeru razvijati (Gospodini, 2002; Cheshire, Magrini, 2009.), jer:

1. gradovi sve više postaju nositelji razvoja novoga europskog društva,
2. Europa postaje zajednica gradova, a ne nacija i/ili zemalja,
3. gradovi se razvijaju poput samostalnih ekonomskih jedinica unutar pojedinih država.

Bez obzira na to koliko gradovi sudjeluju u globalnoj ekonomiji, priljev kapitala u većoj ili manjoj mjeri prodire u pojedine od njih. U globalnome urbanom sustavu, europski gradovi ne formiraju jednu, striktnu hijerarhiju, već se hijerarhije preklapaju i postaju fleksibilne. To ovisi o ulozi pojedinoga grada u različitim gospodarskim sektorima i aktivnostima, a ponajviše u uslugama, turizmu, visokotehnoškom sektoru i dr., te sferama utjecaja na regionalnoj, nacionalnoj ili međunarodnoj razini. Gradovi na taj način jačaju svoj urbani status, privlače turiste i stanovnike s visokim prihodima, te jačaju kao financijska i informacijska središta.

Godišnji promet u pojedinim europskim gradovima doseže i do 15 milijuna inozemnih turista (Bremner, 2008.). Toliki broj turista godišnje posjeti (domaći i inozemni turisti) pojedine atrakcije u Europi, dok izvan Europe takvih posjeta bude čak oko 40 milijuna godišnje (Ercole, 2007.). Također, pojedini europski gradovi ostvaruju brojnije godišnje turističke posjete nego ukupno pojedine turističke zemlje na Mediteranu. Danas je u gradovima oko 20% radnih mjesta, izravno i neizravno, povezano s turizmom (Liu, Wall, 2006.).

Kako se turizam manifestira na ukupan broj zaposlenih s evidencije nezaposlenih u regionalnom Zavodu za zapošljavanje u Dubrovačko-neretvanskoj županiji, vidljivo je kroz prikaz sezonskog zapošljavanja u turističkim sezonama od 2007. do 2011. godine.

Tablica 2. Zapošljavanje sezonskih radnika u turizmu Dubrovačko-neretvanske županije od 2007. do 2011. godine

Table 2. Employment of seasonal employees in tourism of Dubrovnik-Neretva County from 2007. to 2011.

| GODINA                                | 2007. | 2008. | 2009. | 2010. | 2011. |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Zaposleno sezonskih radnika u turizmu | 2.421 | 2.260 | 2.152 | 2.717 | 2.911 |
| Zaposleno ukupno s evidencije Zavoda  | 4.756 | 4.168 | 3.980 | 4.852 | 5.852 |
| Udio sezonskih radnika u turizmu      | 50,9% | 54,2% | 54,1% | 55,9% | 49,7% |

Izvor: HZZ i autorov izračun

Promatrajući podatke iz prethodne tablice može se vidjeti da se gotovo svaka druga nezaposlena osoba s evidencije dubrovačkog Zavoda za zapošljavanje zapošljava na sezonskim poslovima u turizmu. Proteklih godina udio sezonskih radnika u turizmu u ukupnom zapošljavanju iznosio je oko 53% (www.hzz.hr).

U ovim procesima, neovisno o dinamici i funkciji razvoja europskih gradova, razvila su se dva tipa urbanog turizma:

1. u povijesnim gradovima,
2. u metropolskim područjima.

U prvu se kategoriju ubrajaju srednjovjekovni gradovi koji se nisu industrijski i demografski jače razvili. Druga kategorija urbanog turizma u metropolskim područjima odnosi se na razvoj turizma kao jedne od funkcija urbane transformacije.

Kako bi se što bolje realizirao razvoj urbanoga turizma, Svjetska turistička organizacija (WTO) izdala je smjernice za klasifikaciju urbanog turizma (ETC, 2005, str. 5.). One su namijenjene državama, gradovima i turističkim organizacijama. Bit koncepta sastoji se u klasifikaciji gradova u šest skupina (slika 3.), s različitim kombinacijama kategorija predstavljenih na horizontalnoj i vertikalnoj osi. Prva predstavlja tipove naselja - varoš, grad, velegrad ili metropola, dok druga ističe njihov kulturni proizvod, i to:

1. **kulturno-povijesno nasljeđe:** arhitektonsko nasljeđe, običaji, artefakti ili oruđa, alati i sl. koji govore o prošlosti mjesta,
2. **umjetnost:** suvremena reproduktivna umjetnost (ples, glazba, drama) i vizualna umjetnost (slikarstvo, kiparstvo i sl.),
3. **kreativna industrija:** dizajn, modna industrija, suvremena arhitektura itd.

Time su gradovi klasificirani kao tipova turističkih destinacija. Svaki od naznačenih sadržaja karakterističan je za određeni "tip grada". Osnovni trend u Europi, posebno u razvijenim industrijskim državama, jest rast urbanog stanovništva. Taj je rast u proteklih 20 godina 50% bio veći od opće stope rasta stanovništva. Tako je prosječna stopa rasta gradskog stanovništva u Europi iznosila oko 2%, a urbani rast oko 5% (Cincotta, Engelman, Anastasion, 2003., str. 53.; Bosker, Marlet, 2007.).

### NATJECANJE IZMEĐU EUROPSKIH GRADOVA / *Competition between European cities*

Gradovi se ili natječu za primat novog središta u globalnome urbanom sustavu ili pak snagom argumenata "oduzimaju" poziciju jedan drugome. Uz natjecanje između gradova može doći do njihove međusobne suradnje. To uključuje provođenje zajedničkih aktivnosti u različitim sektorima i u rješavanju društvenih problema (uvođenja nove tehnologije, turizma, socijalne politike, nezaposlenosti, društvene segregacije i sl.).

Kada se govori o natjecanju među gradovima, urbani dizajn ima važnu ulogu jer se on smatra novim načinom poticanja ekonomskog napretka europskih gradova. Gradovi razvijaju nove ekonomske aktivnosti, *high-technology services* i *knowledge-based industries*, a istodobno se profiliraju i jačaju ljudski resursi. Uz to razvijaju modernu infrastrukturu i kvalitetan urbani prostor (objekte, javne površine), nove institucije, ulažu u unapređenje kvalitete urbanog života u općem smislu.

Jedan od ključnih čimbenika što utječu na konkurentnost grada upravo je kvaliteta urbanog

| Tip naselja \ Kategorija proizvoda                             | Veoma mali gradovi | Manji gradovi | Veći važniji gradovi | Metropole   |
|--|--------------------|---------------|----------------------|-------------|
| Kulturno-povijesno nasljeđe                                    | I. skupina         | II. skupina   |                      |             |
| Kulturno-povijesno nasljeđe + umjetnost                        |                    | III. skupina  | IV. skupina          |             |
| Kulturno-povijesno nasljeđe + umjetnost + kreativna industrija |                    |               | V. skupina           | VI. skupina |

Izvor: ETC 2005, str. 5.

Slika 3. Klasifikacija naselja i njihova kulturnog proizvoda  
 Figure 3. Classification of towns and their cultural products

prostora. Stoljećima je to obilježje bilo rezultat ekonomskog rasta gradova, a danas je kvaliteta urbanog prostora postala osnovnim predujetom za budući ekonomski razvoj. Gradovi su u postindustrijskoj eri postali "taoci" konkurentnoga ekonomskog okruženja u kojemu su čimbenici poput geografskog položaja i fizičke infrastrukture, koji su nekad bili ključni za odabir lokacije poslovanja, postali manje važni. Zbog mogućnosti promjene tijekom kapitala (promjena ciljne lokacije gdje će se investirati) svi gradovi – izuzevši iz toga "globalne gradove" koji imaju snagu da utječu na te promjene – postali su entiteti, usmjereni često jedan protiv drugoga, gdje se jedan koristi slabostima drugoga. Na taj se način međusobno smjenjuju u privlačenju kapitalnih investicija. U stvaranju povoljnijih uvjeta za razvoj grada, u privlačenju ulagača veliku ulogu imaju gradske vlasti. Da bi se osigurao razvoj i rast, pojedini gradovi trebaju pružiti znatno više razloga za investiranje i poboljšati ekonomsku atraktivnost grada.

Sve je to potaklo stvaranje "novih urbanih ekonomija": informacijskih i znanstvenih centara, tehnopolisa, turističkih i rekreacijskih sadržaja i slično. Kulturni i rekreacijski sadržaji su najrašireniji i možda najevidentniji noviteti u gradovima. Budući da se pronalaze brojni načini kako gradove učiniti atraktivnima, "urbana obnova" postala je industrija koja sve više raste. Sve se poduzima kako bi se urbani način života učinio modernim i popularnim. Na taj način, takvi načini razvoja, ili pak obnove, u gotovo svakom gradu dovode u pitanje prednosti što se postižu rečenim strategijama. Međutim ako nove strategije planiranja rezultiraju natjecanjem između gradova gdje jedan profitira na štetu drugoga, onda one stvarno mogu potaknuti njihovu različitost, a gradovi postati međusobno konkurentni.

Zbog sve veće promjenjivosti kretanja kapitala, sve veće konkurentnosti i natjecanja gradova, te fleksibilnosti koju kapital zahtijeva, dugoročno planiranje nije pouzdano. Neki autori ističu kako u postmodernom razdoblju ne postoji više "planiranje", već "dizajniranje". U tom pogledu dva su načina djelovanja. Prvi podrazumijeva brzu prilagodbu i prihvatanje novih trendova urbanog dizajna. Drugi je način nametati inovacije. U svrhu prvoga određuju se kratkoročni ciljevi prema tržišnim trendovima. U drugoj varijanti određuju se dugoročni ciljevi ispitivanjem tržišnih trendova.

Ovo se odnosi na veće gradove i metropole u ekonomskom i/ili geografskom središtu Europe u *old core* i *expanded new core*. *Old core* su prva industrijski razvijena područja Europe, u koja se mogu uvrstiti Velika Britanija, sjeverna i istočna Francuska, sjeverna Njemačka, Nizozemska, Luksemburg i Danska, dok se *expanded new core* odnosi na naknadno industrijski

razvijena područja u Europi, kao što je južna Njemačka, sjeverna Italija, jugoistočna Francuska te srednja i istočna Španjolska. (McNeill, White, 2001.).

## UKLJUČIVANJE HRVATSKE U INTEGRACIJSKE TURISTIČKE PROCESSE EU / *Inclusion of Croatia into integration tourists processs of European Union*

Poput drugih zemalja, i Hrvatska se uključila u integracijske procese u turizmu EU i u široke projektne aktivnosti poradi korištenja razvojnim sredstvima iz njezinih pretpripravnih fondova. U tu svrhu u Hrvatskoj je formirana Središnja agencija za financiranje i ugovaranje projekata iz fondova EU (SAFU). Njezine su aktivnosti:

- sudjeluje u pripremi strateških programskih dokumenata za uporabu sredstava iz programa EU, pretpripravnih, strukturnih i kohezijskih fondova EU u dijelu koji se odnosi na turizam;
- obavlja sve poslove vezane uz pripremu, provedbu, praćenje korištenja i vrednovanje programa i projekata EU namijenjenih turizmu sukladno strateškim dokumentima Republike Hrvatske i EU;
- središnje je mjesto kontakata i koordinacije sveukupnih aktivnosti određenog Ministarstva vezanih uz fondove EU;
- izvan Ministarstva kontaktira i surađuje s ministarstvima i drugim tijelima državne uprave, posebice s onima koji su relevantni za fondove EU, zatim s partnerskim vijećima statističkih regija, tijelima jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, razvojnim agencijama, privatnim sektorom, organizacijama civilnog društva i drugim dionicima;
- sudjeluje u izradbi strateških dokumenata na temelju kojih se koristi sredstvima fondova EU, u pripremi i provedbi javnih natječaja, ocjeni učinaka i svim drugim aktivnostima kojima koordiniraju ministarstva zadužena za fondove EU, te s tim u svezi sudjeluje u radu međuresornih stručnih skupina;
- unutar Ministarstva koordinira i surađuje sa svim ustrojstvenim jedinicama Ministarstva u vezi s različitim pitanjima o korištenju fondovima EU;
- u suradnji s drugim ustrojstvenim jedinicama utvrđuje i provodi politiku korištenja fondovima EU za potrebe unapređenja konkurentnosti turističkog sektora, imajući u vidu strateške ciljeve turističkog razvoja, utvrđujući prije svega prioritete namjene sredstvima EU za sektor turizma;
- surađuje s drugim ustrojstvenim jedinicama u pripremi programa dodjele nepovratnih sredstava za



suffinanciranje pripreme projekata, prije svega javne infrastrukture u turizmu kojih su nositelji/investitori gradovi i općine;

- izgrađuje sustav informiranja i promicanja mogućnosti iskorištavanja sredstava fondova EU u turizmu za njihove potencijalne korisnike u javnom sektoru (jedinice lokalne samouprave) i privatnom sektoru (poduzetnike);
- daje stručne savjete potencijalnim korisnicima i surađuje s njihovim konzultantima;
- surađuje sa strukovnim udrugama u raznovrsnim pitanjima, a posebno kao partnerima u informiranju poduzetnika o mogućnostima uporabe sredstava fondova EU;
- sudjeluje u pripremi i provedbi plana stručnog usavršavanja službenika za korištenje fondovima EU;
- za potrebe Ministarstva i ministarstava zaduženih za fondove EU: ustrojava različite evidencije/baze podataka, a prije svega evidenciju svih dokumenata iz svoga djelokruga, te evidenciju projekata kojima su dodijeljena sredstava, sustavno prati i analizira provedbu operativnih programa, natječaja za podnošenje zahtjeva/aplikacije za sredstva, analizira rezultate natječaja, učinke trošenja sredstava s obzirom na postavljene ciljeve i drugo;
- priprema interna periodična izvješća o korištenju sredstvima fondova EU u turističkom sektoru;
- obavlja i druge poslove u okviru svojeg djelokruga.

Zbog specifičnosti razvoja Republike Hrvatske, prikazane su aktivnosti ispravno i neizravno povezane s turističkim razvojem. Zbog toga, ovaj proces postaje poprilično složen i zahtjevan. Zapaženo je da su se pristupni fondovi u Hrvatskoj iskoristili samo oko 37% mogućnosti za koje je EU izdvojila sredstva, što znači da su se dosadašnje prilike samo djelomično iskoristile. Upravna tijela i jedinice lokalne i regionalne samouprave još nisu u potpunosti spremne poslužiti se svim mogućnostima što ih nudi EU u turizmu. U ovaj je dio uključena i prekogranična i transnacionalna suradnja podržavana financiranjem iz IPA fondova.

Mogućnosti su te vrste bile Hrvatskoj na raspolaganju u dosadašnjem početnom razdoblju temeljem pretpripravnih razvojnih fondova EU i odnosile su se prvenstveno za edukacijske i pripremne aktivnosti osposobljavanja nositelja projektnih aktivnosti u državnim tijelima, javnim institucijama, jedinicama lokalne uprave i civilnom sektoru. Rezultat provedenih aktivnosti je velik broj pojedinaca i timova diljem zemlje osposobljenih za uspješno pisanje projekata i njihovu aplikaciju na buduće pristupne fondove EU. U budućem se razdoblju može očekivati znatno veća iskoristivost financijskih sredstava

koja će Hrvatskoj biti dostupna njezinim ulaskom u članstvo Europske unije.

U Europskoj poduzetničkoj mreži Hrvatske ustrojena je baza poslovnih podataka koja znatno olakšava traženje poslovnih partnera. Očekuje se da će razdoblje od 2007. do 1. srpnja 2013. za djelatnosti u turizmu biti osigurano 96 milijuna eura u pretpripravnim fondovima EU-a, a od 1. srpnja 2013. još dodatna 92 milijuna eura za tu godinu. EU ima i svoje posebne programe Calypso i Eden usmjerene na podizanje kvalitete europskoga, pa samim tim i hrvatskoga turizma.

Njima se također može pridonijeti borbi protiv sezonalnosti, jačanju europskoga građanstva i promicanju regionalnog razvoja uz poticaje određenim lokalnim gospodarstvima. Socijalni turizam omogućuje gospodarski razvoj i potiče zapošljavanje, uključujući provođenje ciljeva Lisabonske strategije. Također, omogućuje se povećanje turističke pokretljivosti za nove segmente europskog društva.

Calypso potiče razvoj turizma i izvan glavne sezone, posebno u područjima gdje je on dobro razvijen, s izrazitim sezonskim obilježjem, dok istovremeno daje mogućnost razvoja relativno nepoznatim, malim odredištima u nastajanju, promicanjem njihove turističke ponude na velikome europskom turističkom tržištu. , promiče se socijalni turizam kojim bi se stvaralo više trajnih radnih mjesta u turističkom sektoru, upravo produljenjem turističke aktivnosti izvan glavne sezone.

Kako bi se zadržala dominantna pozicija u okruženju s mnogo promjena, Europska komisija od lipnja 2010. predlaže nove mjere za poboljšanje konkurentnosti, kvalitete, održivosti i bolje prepoznatljivosti Europe:

1. poticanje inovacija kako bi se sektor poduzeća mogao prilagoditi novim trendovima i ponašanju potrošača,
2. uključivanje turizma u projekt e-trgovine,
3. poboljšanje profesionalnih znanja i mobilnosti uz pomoć posebnih programa, kao što su Leonardo da Vinci, Erasmus for Young Entrepreneurs i drugi,
4. poticanje programa putovanja za mlade, starije, obitelji slabijega imovinskog statusa izvan sezone, kako bi se ona produžila,
5. poboljšavanje socio-ekonomskih znanja poticanjem istraživanja turizma i njihova koordinacija,
6. diverzifikacija ponude: razvoj tematskih odredišta (gastronomskih, religijskih, športskih, kulturnih i sl.),
7. olakšavanje praktične razmjene informacijama između mreža regionalnih i održivih odredišta,
8. razvoj etikete "Quality Tourism" kako bi se nagradila dostignuća u podizanju kvalitete europskih poduzeća i odredišta; također treba odrediti ekonomske, socijalne i ekološke parametre što ih ona mora zadovoljavati,

9. izradba prijedloga povelje kojom će se određivati kriteriji za održivi i odgovorni razvoj turizma,
  10. izradba prijedloga strategije održivoga obalnog i morskog turizma, stvaranje i promocija "europskog branda" u suradnji s članicama, radi bolje prezentacije u svijetu.
- Nabrojenim procesima omogućuje se kvalitetan razvoj turizma na razini regije EU i svake pojedine zemlje.

### ZAKLJUČAK / Conclusion

Integracijski procesi u turizmu EU stabilni su i otvoreni za sve njezine pripadnice, ali i buduće zemlje ove integracije. Danas se može tvrditi kako su stvoreni svi potrebni preduvjeti za uspješnu provedbu integracije u turizmu EU, čime se ostvaruju temeljni ciljevi europske regionalne turističke politike. Ovisno o uspješnosti provedbe zacrtanih integracijskih smjernica, razvijat će se i turizam u EU, a jednako tako i u Hrvatskoj kao njezinoj budućoj članici.

Integracijski procesi turizma u Europi u bliskoj će budućnosti omogućiti nastavak rasta i nekih novijih turističkih oblika, s tim da se nautičkom predviđa kontinuirani rast po najvišim razvojnim stopama.

Uz snaženja svih turističkih tokova, europska turistička integracija posebno će pridonijeti zapošljavanju i otvaranju novih radnih mjesta, smanjenju nezaposlenosti, većoj migraciji radne snage i ukupnom razvoju ljudskog resursa u turizmu čitave europske regije.

### LITERATURA / References

1. Bosker, M., Marlet, G. (2007), Urban growth and decline in Europe, Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht, Series 6 - 18.
2. Bremner, C. (2008), Euromonitor International's Top City Destination Ranking
3. Cheskire, P., Magrini, S. (2009), Urban growth drivers in a Europe of sticky people and implicit boundaries, *Journal of Economic Geography*, 9/1, 85-115.
4. Cincotta, R., Engelman, R., Anastasion, A. (2003), Population and Civil Conflict After the Cold War, *The Security Demography*, August, 1, 53.
5. Connon, M.P., How can the European Union help and take up change? Tourism training, Employment and European Union, *Espace*, 133, May - June, 95 - 121.
6. Ercole, E. (2008), *Il turismo culturale urbano: trasformazione e prospettive*, Dipartimento di Ricerca Sociale, Università del Piemonte Orientale
7. ETC i WTO (2005). CITY TOURISM & culture The European experience, Research Report, N° 1. 2009.
8. Gospodini, A. (2001), Urban desing, urban spece morphology, urban tourism; an emerging new paradigm concerning their relationship, *European Planning Studies*, 9, 925-935.
9. Gospodini, A. (2002), European Cities and the New „Uses“ of Urban Desing, *Journal of Urban Design*, Vol. 7, No. 1, 59 - 73.
10. Hoekman B. (1995), A Trading Blocks and the Trading System: The Service Dimension, *Journal of Economic Integration*, 1 - 31.
11. Đukić, A. (2001), *Prometna geografija: Geoprometne odrednice globalizacije u prometu i u turizmu*, VUD, str. 96, Dubrovnik
12. Đukić, A., Jerković, S. (2007), Geopolitical and Geoeconomic Interdependance in Development of Tourism, 26 International Congress, Zbornik radova, Maribor, 439 - 445.
13. Gospodini, A. (2005), Urban Development, Redevelopment and Regeneration Encouraged ba Transport Infrastructure Projects: The Case Study of 12 European Cities, *European Planning Studies*, 7, October, 1084 - 1111.
14. Grčić, M., Slutka N. (2006), *Globali gradovi*, Geografski fakultet univerziteta u Beogradu i Geografski fakultet MGY" M.B. Lomonosov, Beograd
15. Hutton, T. (2004), The New Economy of the inner city, *Cities*, Vol 21, No. 2, 89-108.
16. Liu, A., Wall, G. (2006), *Planning tourism employment: a developing country perspective*, *Tourism Management*, 159 - 170.
17. Luković, T. (2007), Nautički turizam, definiranje i razvrstavanje, *Ekonomski pregled*, 58 (11), 689-708.
18. McNeill, D. (2004), Globalization and the European city, *Cities*, 3, 143 - 147.
19. Privredni vjesnik (2012), Hrvatski turizam u EU, 23. 5. 2012.
20. Weimar, K. (1995). Changement structurel dans l'industrie du tourisme et adoption des systemes de formation professionnelle, *Espace*, 133. May - June, 29 - 35.
21. www.mint.hr
22. www.safu.hr
23. www.amazon.com
24. www.iztg.hr
25. www.europa.eu
26. www.hzz.hr

Rukopis primljen: 4. 7. 2012.