

Branko Blažević*
Helga Maškarin Ribarić**
Dora Smolčić Jurdana

UDK 338.486
JEL Classification L83, C40
Pregledni članak

ANALITIČKA PODLOGA UPRAVLJANJA ODRŽIVIM TURIZMOM

Upravljanje suvremenim turizmom sa značajkama održivosti zahtijeva uspostavljanje sustava informiranja, upravljanja i općenito funkcioniranja sustava kao cjeline. Ukoliko se turizam ne sagleda i ne regulira u svojoj svojoj kompleksnosti, on kao masovna pojava može prouzročiti negativne posljedice.

Segmentirano turističko tržište zahtijeva uz bazične podatke na makro razini i prikupljanje i analizu specifičnih podataka na osnovu kojih je moguće upravljati održivim turizmom, odnosno postavljati ciljeve i donositi mjere turističke politike za njihovu realizaciju.

U radu se ukazuje na potrebu osmišljavanja sustavnog pristupa praćenja podataka za upravljanje turističkim razvojem na razini međusobno srodnih, no istodobno i visoko međusobno konkurentnih zemalja Jadranske regije. Također, sugerira se načelni pristup organizaciji analitičke podloge za upravljanje održivim turizmom Jadranske regije.

Ključne riječi: turizam, indikatori, Jadranska regija

* B. Blažević, prof. dr. sc. (E-mail: brankob@fthm.hr)

** H. Maškarin Ribarić, prof. dr. sc. (E-mail: helgam@fthm.hr)

*** D. Smolčić Jurdana, prof. dr. sc. (E-mail: doras@fthm.hr)

Svo troje autora su sa Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija (Sveučilište u Rijeci).

Rad je primljen u uredništvo 19. 11. 2012., a prihvaćen je za objavu 21. 3. 2013.

1. Uvod

Današnje poslovno okruženje karakterizira jaka konkurencija, globalizacija i fleksibilnost. U takvim okolnostima nameće se potreba interdisciplinarnog pristupa u formiranju integrirane analitičke podloge koja bi omogućila potpuniji i sustavan uvid u kretanja u turizmu i s njim povezanim sustavima, te na taj način osigurala efikasnost procesa donošenja odluka i omogućilo planiranje.

S obzirom na sveprisutne globalizacijske trendove dodatni problem upravljanju održivim turizmom predstavlja i nužnost da se pokazatelji prate i da se razvojem upravlja ne samo na nacionalnoj razini, već i nadnacionalno, tj. na području šire regije. U skladu s tom činjenicom, Hrvatska geografski i s aspekta turističkog tržišta pripada Jadranskoj regiji kao dijelu Mediterana. Shvatimo li Jadransku regiju kao skup zemalja koje imaju izlaz na Jadransko more, u ovu skupinu pripadaju: Italija, Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna gora, Albanija i Grčka.

Uz uvodni i zaključni dio, rad sadrži i dva analitička poglavlja. U prvom analitičkom poglavlju prikazuju se osnovni makroekonomski pokazatelji i kretanja kao potvrda značenja turizma za Jadransku regiju, dok je u drugom istraživačkom dijelu rada naglasak stavljen na odabir indikatora održivog turizma zemalja Jadranske regije i kvalitetu njihovih statističkih *outputa*, gdje se uočavaju značajni problemi i odstupanja. Uz osnovne indikatore koji se već danas prate sukladno metodologiji Eurostat-a, potrebno je stoga odabrati i kreirati dodatne indikatore koji su važni s obzirom na obilježja turističkog prostora Jadranske regije.

Na ovaj se način otvara mogućnost sveobuhvatnije i dinamičnije i značajkama turističkog tržišta primjerene analize kretanja i obilježja turizma Jadranske regije.

1. Značenje turizma za zemlje Jadranske regije

Turizam, kao vrlo složena društvena i ekonomska pojava ima svoju strukturu koja zahtijeva kompleksnu organizaciju. Ta ukupna organizacija čini turistički sustav, koji ne zadire samo u turističke probleme u užem smislu, nego ulazi u mnoga druga područja koja s turizmom imaju direktne ili indirektne veze (Kasper, 1975.). Taj se sustav organizacije dijeli na dva osnovna podsustava: podsustav koji se odnosi na turistički subjekt i institucionalni podsustav koji zahvaća organizaciju u turističkom mjestu, turističkom poduzeću i turističkim društvenim organizacijama. Među svim tim faktorima vladaju snažne interakcijske veze. Na turistički sustav u užem smislu djeluju ekonomsko, društveno, tehnološko, političko i ekološko okruženje. Međutim, vrijedi i obrnuto – i turizam djeluje na sva ta okruženja. Iz takvih odnosa proizlazi i složenost turističke organizacije, što otežava kreiranje

i provođenje razvojne i stabilizacijske turističke politike, planiranje, legislativu, statističko praćenje i upravljanje održivim turizmom (Blažević, 2007.).

U turizmu postoji mogućnost, a i potreba, da se uspostave sustavi informiranja, upravljanja i općenito funkcioniranja, posebno kada je riječ o upravljanju održivim turizmom na razini Hrvatske i konkurentnih zemalja Jadranske regije. Ukoliko se turizam ne sagleda i ne regulira u svojoj kompleksnosti on, kao masovna pojava, može izazvati negativne posljedice. Cjelokupna se vrijednost proizvodnje turizma kao sustava neposredno raspoređuje u sferu finalne potrošnje, a u okviru toga isključivo je u funkciji podmirenja osobne potrošnje. To znači da se svaka isporuka pojedinog gospodarskog sektora za potrebe reprodukcije potrošnje turizma, može neposredno prenijeti u sferu finalne, a u okviru nje rasporediti u osobnu potrošnju. Međusektorska analiza ekonomskih utjecaja turističke potrošnje na nivou je vrlo grube i ni približne procjene stvarnog utjecaja, posebno kada se turizam promatra samo kao sektor I (djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane). To traži detaljna istraživanja u samoj metodologiji (npr. satelitska bilanca), radi objektivnijeg prikazivanja turizma kao skupa više različitih grana i djelatnosti u formiranju domaćeg proizvoda.

Za dobivanje pouzdanog pokazatelja ukupnih ekonomskih učinaka turizma nužno je raščlaniti strukturu BDP-a, odnosno učinaka svih gospodarskih djelatnosti, izdvojiti one koje ostvaruju bilo kakav prihod od turizma, razlučiti što sve od tih učinaka strukturno pripada turizmu i te fragmente zbrojiti u agregatnu vrijednost učinaka na temelju kojih je moguće izračunati udio turizma u BDP-u. Stoga se može zaključiti da upravo u turizmu leži skriveni potencijal za ostvarivanje dodatnih, odnosno sinergijskih ekonomskih učinaka, koji u nacionalnim računima neće biti prikazani eksplicitno kao učinak turizma, ali će u realnosti ipak pripadati snazi koju u gospodarskom smislu turizam posjeduje. (Čavlek et al., 2011.)

World Travel & Tourism Council (WTTC) prikuplja i obrađuje podatke o utjecaju turizma na ukupno gospodarstvo na globalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini. Iz objavljenih podataka možemo pratiti procjenu efekata turizma u Hrvatskoj na zaposlenost (27% u 2003. i 28,3% u 2011. godini), na BDP (22% u 2003. i 26,5% u 2011. godini) te na investicije (11,4% u 2011. godini) (Blažević, 2007., WTTC, 2012.). Bez obzira na to što svaka metodologija ima svoje dobre i loše strane, ipak se ne može zanemariti činjenica da su u slučaju Hrvatske u odnosu na druge zemlje Jadranske regije na koje je primijenjen isti pristup procjene, ovi efekti značajno naglašeni (vidi tablicu 1).

Prema istom izvoru (WTTC, 2012.), usprkos sve većim ekonomskim izazovima, turizam je i u 2011. godini zabilježio 3% veći direktni doprinos rastu BDP-a na svjetskoj razini. O značaju i razmjerima turizma najbolje govore slijedeći podaci:

- direktni doprinos turizma svjetskom BDP-u iznosi 2 trilijuna USD ili 9%
- u turizmu se nalazi jedno od 12 radnih mjesta

- 5% investicija na svjetskoj razini odnosi se na turizam
- turizam čini 5% svjetskog izvoza
- prognozira se da će do 2020. godine turizam rasti u prosjeku 4,2% godišnje.

Mediteran i Jadranska regija i danas su jedno od najznačajnijih svjetskih turističkih destinacija. Sljedeća tablica daje pregled odabranih najznačajnijih pokazatelja o turizmu zemalja Jadranske regije, kojoj pripada i Republika Hrvatska.

Tablica 1.

TURIZAM U ZEMLJAMA JADRANSKE REGIJE (2011. GODINA)

	Direktni doprinos turizma BDP-u	Ukupni* doprinos turizma BDP-u	Direktno zaposleni - udio	Ukupno zaposleni - udio	Udio investicija u ukupnim kapitalnim investicijama
Europa	2,8	7,9	2,7	7,7	4,5
HRVATSKA	11,0	26,5	12,3	28,3	11,4
Italija	3,3	8,6	3,8	9,7	4,0
Slovenija	3,5	12,9	3,9	13,2	9,9
Bosna i Hercegovina	2,0	7,4	1,8	6,7	4,9
Crna Gora	7,5	15,4	6,5	13,7	23,6
Albanija	6,2	21,8	5,5	19,8	4,8
Grčka	6,4	16,5	8,5	18,4	14,0

* direktni, indirektni i inducirani

Izvor: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/> (pristupljeno: 28. 10. 2012.)

Izneseni podaci o direktnom i ukupnom doprinosu turizma hrvatskom BDP-u, zaposlenosti i investicijskoj aktivnosti, prema mišljenjima dijela znanstvene javnosti precijenjeni su, pa se neki autori priklanjaju podacima Eurostat-a baziranim na eksperimentalnoj TSA (*Tourism Satellite Accounts*) metodologiji Svjetske turističke organizacije. Usporedbe radi, za 2007. godinu udio izravne bruto dodane vrijednosti turizma u ukupno ostvarenoj bruto dodanoj vrijednosti Hrvatske, prema ovoj je me-

todi iznosio 8,5% (Institut za turizam, 2013.), dok je prema podacima WTTC-a iste godine ovaj pokazatelj za Hrvatsku imao procijenjenu vrijednost od 11% (WTTC, 2012.). U svakom slučaju, TSA pruža značajne podatke nositeljima gospodarske i turističke politike (Dwyer et al., 2010.; Stabler et al., 2010.).

TSA može biti sagledana s dva aspekta: (a) kao statistički instrumentarij koji obuhvaća koncepte, definicije, agregate i klasifikacije dijelom već ranije prisutne u međunarodnoj statistici turizma, no artikulirane u analitičkim tablicama; (b) kao okvir koji treba poslužiti zemljama u daljem razvoju sustava turističke statistike i njenom unapređenju (Dwyer et al., 2010.).

Budući da daljnje istraživanje ove problematike nije predmet ovoga rada, na ovom mjestu smatra se primjerenim konstatirati kako je bez obzira na određena odstupanja u procjenama turizma BDP-u, značaj turizma za gospodarstvo Hrvatske nedvojbeno visok. Za napomenuti je međutim da prilikom komentiranja ovako visokog udjela turizma u BDP-u (najvišeg u Jadranskoj regiji) u obzir valja uzeti i apsolutne veličine i ukupna gospodarska kretanja i njihov odraz na visinu BDP-a.

Potrebno je naglasiti da s obzirom na složenost turizma i visoku konkurentnost, odnosno visoku razinu supstitutivnosti turističkog proizvoda, nije dovoljno pratiti podatke na razini zemlje, već je za njihovu analizu nužno pratiti i niz dodatnih ekonomskih i neekonomskih pokazatelja na razini turističkih regija kao destinacija.

3. Upravljanje održivim turizmom Jadranske regije

U znanstvenoj i stručnoj javnosti postoji konsenzus o nužnosti primjene načela održivog turizma pri donošenju strateških odrednica i njihovoj provedbi (vidi: Ritchie, Crouch, 2003.; Ryan, 2001.; Byrd, 2006.; Harris et al., 2002.).

3.1. Značenje indikatora za upravljanje održivim turizmom

Indikatori su nužni za praćenje primjene održivog razvoja turizma. Mnogi autori i organizacije definirali su veliki broj različitih indikatora (Smith, 1995.; Manning, 1996.; Miller, 2001.; Manning, 1999.) pa se problem javlja pri konačnom odabiru onih adekvatnih. Svrha je indikatora da na vrijeme i jasno upozore na promjene određenih vrijednosti da bi se na vrijeme poduzele korektivne mjere. Ukoliko se odabere preveliki broj indikatora, umjesto da indikatori učine situaciju jasnijom, oni dovode do gomilanja mnoštva podataka. Prvi je korak, dakle, selekcija i odabir relevantnih indikatora, što zavisi o obilježjima destinacije i relativnom

značenju tih obilježja za turiste. Stoga se u teorijskom modelu može iznijeti okvirni pregled indikatora, no njihov konačan odabir potrebno je prilagoditi turističkoj destinaciji, odnosno području na koje se odnose (Smolčić Jurdana, 2004.)

Preduvjet za konačan odabir indikatora koji će biti relevantni menadžmentu je dobro poznavanje obilježja i prisutnih problema područja za koje se prate. Indikatori pomažu turističkim menadžerima da shvate gdje su, kojim putem idu i koliko su daleko od cilja (Hart, 1997.; Miller, 2001.).

Gunn (1994.) preporučuje sljedeće procedure kako bi se koncepcija održivog turizma s uspjehom provela u praksi i posebno naglašava ulogu indikatora:

- definiranje razvojnih ciljeva turizma i pratećih zadataka usklađenih s razvojnim planovima na nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini
- kreiranje seta indikatora usklađenih za ciljevima i zadacima, odnosno u funkciji njihova praćenja
- primjena menadžerskih strategija da bi se razvoj turizma usmjerio postizanju definiranih ciljeva i ostvarenju zacrtanih zadataka
- monitoring turističkog razvoja na temelju postavljenih indikatora
- evaluiranje uspješnosti primijenjenih strategija
- donošenje mjera turističke politike i strateških odrednica od strane turističkog menadžmenta na temelju procesa monitoringa, odnosno korištenja indikatora.

Indikatori se mogu definirati kao empirijska, kvantitativna i kvalitativna mjerenja ili ocjene kojima se detektira stanje te predstavljaju dragocjenu informaciju prilikom donošenja razvojnih planova i odluka u svezi turizma. Indikatori su fokusirani na ono što menadžeri moraju znati da bi smanjili rizik donošenja nepromišljenih odluka koje mogu naštetiti prirodnom i kulturnom okruženju, kvaliteti turističkog proizvoda i ekonomskim efektima razvoja turizma u destinaciji.

Podaci koje dobivaju menadžeri koristeći indikatore omogućuju im da:

- lakše i bolje identificiraju važne i hitne probleme, te nastoje poduzeti mjere da do njih ne dođe tj. da se izbjegnu,
- identificiraju utjecaje i poduzimaju akcije prije nego što dođe do ozbiljnih problema;
- utemeljeno podržavaju održivi razvoj, identificirajući pri tome limite i mogućnosti;
- omogućuju menadžmentu bolju procjenu i odgovorno donošenje odluka temeljeno na znanju i relevantnim informacijama.

U svrhu analize prošlih razdoblja i planiranja budućih mjera nužno je, dakle, definirati što moramo pratiti, koje podatke prikupljati i mjeriti kako bi mogli pratiti turbulentne promjene u društvenom, kulturnom, ekonomskom i političkom okruženju (Sirakaya et al., 2001.).

Državni zavod za statistiku, kao relevantna institucija za praćenje i objavu statističkih podataka u Republici Hrvatskoj, službeno prikuplja i objavljuje podatke prikazane u sljedećoj tablici.

Tablica 2.

PUBLIKACIJE DRŽAVNOG ZAVODA ZA STATISTIKU ZA 2012. GODINU

Publikacija	Razina praćenja	Datum objave	Broj izdanja godišnje
Turizam 2012.: Prvi rezultati	RH	29.-og u mjesecu	12
Turizam u 2012.	RH, županije, gradovi, općine	11.-og u mjesecu	12
Turizam, kumulativni podaci	RH, županije, gradovi, općine	11.-og u mjesecu	11
Nekomercijalni turistički promet u kućama i stanovima za odmor u 2012.	RH, županije	14. 11. 2012. i 20. 2. 2013	2
Putničke agencije u 2012.	RH	23.3.2013.	1
Nautički turizam – kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2012.	RH, županije	14. 3. 2013	1
Kružna putovanja stranih brodova u Republici Hrvatskoj u 2012.	RH	8.-og u mjesecu	8
Kongresi i ostali poslovni skupovi u 2012.	RH	23. 5., 23. 8., 22. 11. 2012. i 22. 2. 2013.	4
Posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u 2012.	RH	31. 5., 30. 8., 29. 11. 2012. i 28. 2. 2013.	4
Turizam u 2011.	RH, županije, gradovi, općine	lipanj 2012.	1
Turizam u primorskim gradovima i općinama u 2011.	RH, županije, gradovi, općine, naselja	srpanj 2012.	1

Izvor: <http://www.dzs.hr> (Program publiciranja 2012)

Već i iz naziva ovih publikacija jasno je da se radi o podacima koji su, doduše pouzdani, ali nepravovremeni i nedovoljno specifični za praćenje i upravljanje razvojem modernog turizma.

Razvoj indikatora turizma i hotelske industrije nedvojbeno nije u dovoljnoj i prihvatljivoj mjeri pratio njihov dinamičan razvoj, što u praksi znači da turistički menadžment nema na raspolaganju sve potrebne informacije nužne za donošenje kvalitetnih odluka u uvjetima visoke konkurentnosti.

Govorimo li o indikatorima za hotelsku industriju, kao ključnom segmentu turizma, tada možemo konstatirati kako su oni dostupni isključivo kao dio indikatora turizma (smještaj u hotelima i srodnim objektima za smještaj). Na svjetskoj, regionalnoj i nacionalnoj razini najznačajnija publikacija koja prati rezultate hotelske industrije jest izvješće *Crowe Horwath International-a* – međunarodne konzalting tvrtke koja na uzorku hotela prati rezultate hotelske industrije individualnih zemalja prema USALI standardima.

Osim što su podaci, kako za turizam, tako i za hotelsku industriju, u suštini, povijesni podaci i odnose se na razdoblje koje je, u najboljem slučaju, završilo pred najmanje šest mjeseci (koliko je potrebno da bi se podaci prikupili, obradili i objavili), radi se i o podacima koji se međusobno ne mogu dovesti u vezu. Naime, hotelijer u turističkoj destinaciji (npr. Kvarner) ne zna kakvi su rezultati njegovih direktnih konkurenata u destinaciji, ali ni kako, ni s kojim motivima gosti u destinaciji koji ne borave u njegovom hotelu, dolaze, na što troše, kako ocjenjuju resurse destinacije i sl.

Na visoko segmentiranom turističkom tržištu, na kojem se novi oblici turizma pojavljuju sve većom učestalošću, postoje tek opći i nepravovremeni podaci koji bi trebali odražavati kretanja u ovom propulzivnom sustavu. Segmentirano tržište zahtijeva specifične podatke kako bi se na makro, ali i na mikro razini (poduzeća) mogle oblikovati turističke politike i razvojne mjere.

3.2. Ključni koraci i analitička podloga razvoja jedinstvenog sustava indikatora za zemlje Jadranske regije

S obzirom na značenje koje u nacionalnim gospodarstvima zemalja Jadranske regije ima turizam, njihova zajednička prirodna i antropološka obilježja kao i nedvojbeno zajedničke interese, oblikovanje zajedničkog prostora kao svojevrsne platforme za prikupljanje i obradu podataka nameće se kao nužnost.

U tom je smislu potrebno poduzeti niz sustavnih i koordiniranih radnji kroz sljedeće faze:

1. analiza postojećeg i raspoloživog seta statističkih podataka o turizmu u zemljama Jadranske regije
2. artikuliranje zajedničkih interesa zemalja Jadranske regije u održivom upravljanju njezinim turističkim razvojem
3. kreiranje i odabir seta standardnih indikatora
4. usuglašavanje u pogledu metodologije njihova prikupljanja
5. osiguranje provedbenog sustava – formiranje zajedničke platforme i osiguranje kontinuiranog *inputa* podataka.

Ad 1) Analiza postojećeg i raspoloživog seta statističkih podataka o turizmu u zemljama Jadranske regije

Istraživanje zajedničke metodološke osnove za praćenje pokazatelja održivog turizma započelo je analizom obuhvata i raspoloživosti službenih statističkih podataka zemalja Jadranske regije. Taj se postupak odvijao kroz sljedeće korake: utvrđivanje relevantnih nacionalnih institucija koje prikupljaju podatke o turizmu, identificiranje podataka koji se prikupljaju (kvantitativni i kvalitativni) usporedba primijenjenih metodologija prikupljanja i obrade podataka.

Zemlje Jadranske regije imaju vrlo nisku razinu usporedivosti podatka (kako u prostoru, tako i u vremenu) jer se osim osnovnih pokazatelja (npr. broj turista i broj noćenja) ostali pokazatelji prate na različiti način u različitim zemljama. Međunarodne i europske preporuke obuhvata i metodologije prikupljanja i obrade podataka, tek se djelomično poštuju. Štoviše, određeni (kvalitativni) indikatori nisu usporedivi niti na razini jedne zemlje, jer se prikupljaju zasebnim istraživanjima na području užih destinacija. Dodatna je otežavajuća okolnost što indikatori nisu dostupni pravodobno, već su na određeni način povijesni podaci, budući da se objavljuju sa značajnim vremenskim pomakom.

Vrlo važno pitanje i uočen problem jest i kvaliteta prikupljenih podataka vezana uz izvor prikupljenih podataka (npr. hotel). Kvaliteta, obuhvat i pravovremenost procesa prikupljanja podataka ovise o sposobnostima osobe zadužene za prikupljanje podataka na lokalnoj ili „mikro“ razini. Kvaliteta podataka u velikoj mjeri ovisi o uključenosti svakog pojedinog smještajnog objekta, kao izvora podataka, u proces prikupljanja podataka. Stoga je nužno pažnju obratiti i npr. na način na koji se registriraju podaci o turizmu (ukoliko način nije primjeren, u pitanje dolazi stupanj kooperacije od strane objekta koji prikuplja podatke) kao i na objašnjavanje koraka procesa kao i važnosti statističke informacije samom „proizvođaču“ statističkih podataka. (Baldigara et al., 2012.)

Ad 2) Artikuliranje zajedničkih interesa zemalja Jadranske regije u održivom upravljanju njezinim turističkim razvojem

Iako turizam zemalja Jadranske regije ima čitav niz poveznica, činjenica jest i da se održivi turizam usprkos tome, ne mora shvaćati i ne shvaća se u svim zemljama na isti način. Postavlja se stoga pitanje svrhe kreiranja i održivosti zajedničkog sustava indikatora.

Udaljimo li se od praktičnih problema, dilema, različitosti ključnih varijabli i pristupa upravljanju održivim turizmom u zemljama regije, održivi razvoj možemo (i moramo?) promatrati na razini moralnog odnosa prema budućnosti. Upravo iz ove moralne komponente proizlazi i prepoznavanje zajedničkog interesa zemalja regije.

Sustav indikatora potrebno je, u tom smislu, oblikovati na način da je s jedne strane osigurana usporedivost po indikatorima koji su kao ključni prepoznati u svim zemljama regije (npr. bazirano na podacima Eurostat-a) i da se, s druge strane, omogući pojedinoj zemlji ili sub-regiji, destinaciji, da posegne za onim indikatorima koji su u tom trenutku (ili razdoblju) ključni i relevantni za upravljanje njezinim održivim turizmom.

Uz osnovne indikatore koji se prate sukladno metodologiji Eurostat-a, potrebno je odabrati i kreirati i one indikatore koji su važni s obzirom na obilježja turističkog prostora Jadranske regije, prisutne i potencijalne probleme kao i tip i intenzitet turističkih aktivnosti.

Prema Svjetskoj turističkoj organizaciji indikatori za upravljanje održivim razvojem turizma klasificiraju se u jedanaest elemenata: zaštita prostora, pritisak na prostor, intenzitet korištenja, socijalni utjecaj, kontrola razvoja, upravljanje otpadnim vodama, proces planiranja, kritične točke ekosustava, zadovoljstvo turista (potrošača), zadovoljstvo lokalnog stanovništva, doprinos turizma lokalnoj ekonomiji (UNWTO, 1996.).

Ad 3) Kreiranje i odabir seta standardnih indikatora

U sljedećem koraku izvršena je analiza potreba relevantnih dionika u svrhu kreiranja i odabira seta standardnih indikatora. Uz osnovne indikatore ukazalo se potrebnim izabrati i one indikatore koji su važni s obzirom na obilježja turističkog prostora Jadranske regije, prisutne i potencijalne probleme, te tip i intenzitet turističkih aktivnosti. Na osnovu ranije navedenih preporuka Svjetske turističke organizacije o strukturi indikatora za održivi razvoj turizma, formirana su četiri područja, kako slijedi:

1. ponuda i potražnja
2. zadovoljstvo turista
3. rad / ljudski resursi
4. okoliš i ekologija.

U listu indikatora u prvoj su fazi uvršteni svi indikatori koji se spominju u relevantnoj literaturi kao i svi oni za koje se analizom utvrdilo da se prikupljaju u zemljama Jadranske regije (bez obzira na njihovu kvalitetu, usporedivost, obuhvat i sl.). Na taj način formirana je lista od sveukupno 87 indikatora distribuiranih prema navedenim četirima dimenzijama: ponuda i potražnja – sveukupno 30 indikatora, zadovoljstvo turista – 30 indikatora, rad i ljudski resursi – 10 indikatora te okoliš i ekologija – 17 indikatora. Neki od tih indikatora prikazani su u tablici 3.

Tablica 3.

INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA PREMA DIMENZIJAMA – PRIMJERI

PONUDA I POTRAŽNJA
Vrste smještajnih objekata
Kategorije smještajnih objekata
Kapacitet smještajnih objekata
Dotadne raspoložive usluge u objektu za smještaj
Motivi dolaska turista
Prosječna dnevna potrošnja turista (ADS)
Namjera ponovljenog posjeta
OKOLIŠ I EKOLOGIJA
% područja pod zaštitom
% tretiranih otpadnih voda
Broj plaža pod koncesijom
Broj plaža s eko oznakom
Zagađenje zraka
Kvaliteta vode (mora) za kupanje
RAD I LJUDSKI RESURSI
Broj zaposlenih u HORECA sektoru
Broj stalno zaposlenih
Broj sezonskih zaposlenika
Obrazovna struktura zaposlenika
ZADOVOLJSTVO TURISTA
Kvaliteta hrane

Nastavak tablice 3.

Kvaliteta usluge
Vrijednost za novac
Kvaliteta informacija u destinaciji
Prometna dostupnost destinacije
Kvaliteta lokalnog prometa
Osobna sigurnost
Dostupnost zdravstvenih usluga

Izvor: istraživanje autora

Lista je poslužila za provođenje strukturiranih intervjua u svim zemljama Jadranske regije, s predstavnicima pet identificiranih relevantnih skupina turističkih dionika: lokalne i regionalne vlasti, turistička udruženja, hotelske kompanije, turističke agencije i nezavisni turistički eksperti. Cilj postupka bio je utvrditi stavove dionika o značaju svakog pojedinog indikatora. Intervjuiranje je provedeno tijekom kolovoza i rujna 2011. godine, a intervjuirano je sveukupno 100 dionika (po 20 predstavnika svake od pet skupina dionika). Primjenom 4-stupanjske Likertove skale za svaki pojedini indikator (1 – vrlo važan indikator, 4 – uopće nije važan indikator) formirana je „rang lista“ pokazatelja.

Statistički pristup, tj. statističke metode mogu biti korištene u ovakvim situacijama i u praktične svrhe, samo do određene mjere, jer tako nastale svojevrstne „liste želja“ treba preispitati i reducirati s obzirom na realne mogućnosti, prvenstveno u smislu dostupnosti, usporedivosti i troškovne efikasnosti.

Kroz provedene intervjue uočeno je i od strane dionika ukazano na potrebu da se indikatori diferenciraju i s obzirom na frekvenciju njihove promjene. Naime, vrijednost je nekih indikatora u vremenu relativno stabilna, mijenja se rijetko (npr. hotelski kapaciteti destinacije, prometna dostupnost i sl.), dok je druge potrebno pratiti na dnevnoj bazi (temperatura zraka, zagađenost, broj turista i sl.).

Ad 4) Usuglašavanje u pogledu metodologije prikupljanja podataka za indikatore

S obzirom na uočenu neujednačenost u pristupu prikupljanja, ali i načinu obrade podataka, kao logičan slijed aktivnosti nameće se potreba usuglašavanja metodologije prikupljanja podataka u svrhu njihove usporedivosti.

Naravno, kao što je ranije već i navedeno, polazna osnova su napatci i zahtjevi Eurostat-a. No, u skladu sa diferenciranim i specifičnim potrebama regionalnog

upravljanja razvojem održivog turizma, potrebno je razraditi i standarde za pokazatelje koji se u ovom trenutku ne prikupljaju u svim zemljama Jadranske regije.

S obzirom na različite interese, prioritete i diferencirane ključne varijable upravljanja održivim turizmom u različitim zemljama regije, kao realnu opciju potrebno je predvidjeti i mogućnost da se neki od pokazatelja u sustavu definiraju kao obavezni, dok se prikupljanje podataka za druge može postaviti kao opcija. Na taj način sustav bi dobio na dinamici i fleksibilnosti.

Potvrda i preporuka Eurostat-a za korištenjem takvog seta indikatora bila bi poželjna i značajno povećala stupanj primjene i omogućila veći obujam usporedivosti.

Ad 5) Osiguranje provedbenog sustava – formiranje zajedničke platforme i osiguranje kontinuiranog inputa podataka.

Da bi se osigurala pravovremenost u prikupljanju i korištenju te opća dostupnost informacija (indikatora) potrebno je oblikovati zajedničku platformu (npr. u obliku internetskog portala) kao svojevrsni centar za prikupljanje i obradu podataka.

U okvirima Europske unije, financirano sredstvima iz različitih fondova, trenutno se paralelno i nesustavno razvija relativno velik broj, relativno sličnih sustava indikatora za potrebe turizma. Ovakvo stanje već sada rezultira nečim što bismo, parafrazirajući, mogli nazvati „*indicators fatigue*“. Hoće li se i koji od razrađenih sustava etablirati, pokazati će vrijeme.

Indikatori održivog turizma razlikuju se ne samo po prirodi informacija koju daju (o ponudi i potražnji, ekološki aspekti turističke ponude i sl.), već i po izvorima – vrlo raznorodnim organizacijama koje bi morale osiguravati ulaz podataka u sustav.

U hrvatskom primjeru ovdje se ubrajaju npr. turističke zajednice, tijela lokalne samouprave, Državni hidrometeorološki zavod, Zavodi za javno zdravstvo i slično. I dok je interes osiguravanja ulaznih podataka za neke od njih vrlo jasan, prepoznatljiv i ima gotovo pa izravne pozitivne ekonomske učinke na njihovo poslovanje (npr. hotelske tvrtke), interesi drugih leže u sferi prepoznavanja zajedničkog, društvenog interesa i poticanja društveno odgovornog poslovanja i djelovanja.

Formiranje (online) baze podataka u skladu s opisanim preporukama poboljšalo bi organizacijsku i tehnološku razinu menadžmenta podataka o turizmu.

Od prednosti koje može donijeti primjena ovog sustava posebno se izdvajaju:

- turističkim kompanijama – indikatori omogućuju analizu vlastite pozicije na lokalnom i regionalnom turističkom tržištu

- javnoj upravi – indikatori osiguravaju djelotvorni menadžment podataka o turizmu s ciljem poboljšanja turističke politike
- menadžmentu turističke destinacije – set indikatora predstavlja jedinstven sustav za monitoring održivog razvoja turizma jadranskih destinacija.

4. Zaključak

Na globalnom turističkom tržištu sve više jača značenje regija i regionalnog povezivanja. Jadranska regija kao dio Mediterana jedna je od najatraktivnijih turističkih destinacija starog kontinenta na čija gospodarstva uvelike utječe turizam.

U turizmu, kao složenom društvenom sustavu, moguće je proučavati i definirati određena stanja ravnoteže, stabilnosti i optimalnosti i time utjecati na razinu i kvalitetu razvoja i konkurentnosti na tržištu. Uz praćenje makro-gospodarskih agregata, specifičnosti turizma iziskuju i praćenje dodatnih indikatora, što je posebno važno za zemlje Jadranske regije i Hrvatsku kao njen sastavni dio.

Aktualni, diversificirani i specifični pokazatelji, bazirani na interdisciplinarnom pristupu izučavanja fenomena turizma, koji su metodološki ujednačeni za nadnacionalne regije (regije koje prelaze granice država), u ovom slučaju regiju Jadranskih zemalja, neizostavni su preduvjet analizi i istraživanju utjecaja turizma te upravljanja njegovim razvojem na svim razinama.

Lokalni, pa i nacionalni interesi vezani uz turizam mogu se ostvariti jedino nadilaženjem nacionalnih granica i nad-nacionalnim regionalnim povezivanjem.

LITERATURA

- Baldigara, T., Pagliuca, M. M., Rosciano, M. (2012). "A Comparative Study of Italy's and Croatia's Inbound Tourism Statistics". U: *Tourism and Hospitality Management 2012, Conference Proceedings*, Opatija: Faculty of Tourism and Hospitality Management, str. 215-227.
- Blažević, B. (2007). *Turizam u gospodarskom sustavu*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.
- Byrd, R.W. (2006). "Stakeholders in Sustainable Tourism Development and their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development", *Tourism Review* (62), 2: 6-13.

- Čavlek, N. et al. (2011). *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. New York: Channel View Publications.
- Gunn, C.A. (1994). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Washington DC: Taylor & Francis.
- Institut za turizam (2013). *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. Zagreb: Institut za turizam.
- Harris, R., Griffin, T., Williams, P. (ed.) (2002). *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hart, S. (1997). "Strategies for a sustainable world", *Harvard Business Review*, Jan-Feb, 67-76.
- Kasper, C. (1975). *Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss*. Bern und Stuttgart: Verlag Paul Haupt.
- Manning, T. (1996). "Carrying Capacity and Environmental Indicators: What Tourism Managers Need to Know", *WTO news*, 2: 9-12.
- Manning, T. (1999). "Indicators of tourism sustainability", *Tourism Management*, 20: 179-181.
- Miller, G. (2011). "The Development of Indicators for Sustainable Tourism – Results of a Delphi Survey of Tourism Researchers", *Tourism Management*, 22: 351-362.
- Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon-New York: CABI Publishing.
- Ryan, C. (2001). "Equity, management, power sharing and sustainability – issues of the new tourism", *Tourism Management* 23: 17-26.
- Sirakaya, E., Jamal, T.B., Choi, H.S. (2001): "Developing Indicators for Destination Sustainability". U: Weaver, D. (ed.). *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxon-New York: CABI Publishnig.
- Smith, S.L.J. (1995). *Tourism Analysis: a Handbook*, 2nd edition. Essex: Addison Wesley Longman.
- Smolčić Jurdana, D. (2004). "Indicators of Sustainability in Tourism". U: *Congress proceedings Tourism & Hospitality Industry 2004: New Trends in Tourism and Hospitality Management*, Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, str. 379-388.
- Stabler, M., Papatheodorou, A., Sinclair, M.T. (2010). *The Economics of Tourism*. New York: Routledge.

- Tribe, J. (2010). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Amsterdam: Elsevier.
- United Nations (2008) International Recommendations for Tourism Statistics, Economic & Social Affairs, http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/SeriesM_83rev1e.pdf
- United Nations Statistical Commission (2008), *The 2008 International Recommendations for Tourism Statistics* (IRTS 2008)
- WTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: WTO.
- WTO (1996). *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*. Madrid: WTO.
- www.dzs.hr (Program publiciranja 2012)
- <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/> (28.10.2012.)

THE ANALYTICAL BASE FOR MANAGEMENT OF SUSTAINABLE TOURISM

Summary

Management of contemporary tourism with sustainability features demands the employment of system that will ensure information, management and generally the functioning of the system as a whole. If tourism is not viewed and regulated in whole of its complexity, negative consequences of tourism being a mass phenomenon can be expected.

Besides basic data on macro level, segmented tourism market requires also the collection and analysis of specific data that enable the management of sustainable tourism and setting of goals and measures of tourism policies and their realisation.

This paper indicates the need to develop a systematic approach to monitoring of data for tourism management at the level of mutually related and at the same time highly competitive countries of the Adriatic region. Additionally, this paper also suggests the general approach to organizing the analytical base for management of sustainable tourism of the Adriatic region.

Keywords: tourism, indicators, Adriatic region