

9.2. RECENZIJE

Vladimir Stipetić, prof.emer.

Pismom prof. dr. sc. Branka Blaževića (od 15. ožujka 2004. godine) i Ugovorom o autorskom honoraru (potpisanom po Dekanu Fakulteta za turistički i hotelski menadžment, Opatija od istog datuma) povjerena mi je recenzija rukopisa «Ocjena turističke ponude Kvarnera» kao prve faze istraživačkog projekta na temu «Turistička regionalizacija u globalnim procesima» (projekt odobren po Ministarstvu znanosti i tehnologije).

Proučivši dostavljeni mi rukopis podnosim slijedeće:

MIŠLJENJE I PRIJEDLOG

1. Autori i suradnici.

Dostavljeni mi rukopis rezultat je kolektivnog rada suradnika Fakulteta za turistički i hotelski menadžment, Opatija (dalje samo *FTHM*), pod dirigentskom palicom glavnog istraživača prof. dr. sc. Branka Blaževića. Istraživači i autori na tom su projektu bili R. Alkier Radnić, B. Blažević, V. Ivanović, A. Jelušić, R. Knežević, D. Magaš, G. Medved, M. Peršić, D. Smolčić-Jurdana, C. Stipanović, a autori su I. Avelini Holjevac i S. Marković (u daljnjem tekstu samo *autor*).

Suradnici na projektu bili su B. Banovac i studenti *FTHM* (dalje samo *suradnici*).

Radi se, prema tome, o istraživačkom projektu, na kom je radilo čak 12 autora i velik broj suradnika.

2. Veličina rukopisa.

Rukopis kog sam dobio na recenziju ima 264 stranice (258+VI), uredno pisane na računaru. Na stranici se nalazi, u prosjeku, oko 3120 slovnih znakova (uključujući bjeline), pa je obujam navedenog rada oko 820.000 slovnih znakova, ili 27,3 autorskih araka.

Radi se kao što govore brojke, o iznimno opsežnom anketnom istraživanju hrvatskog turizma, jednog od najvećih ikad provedenih.

3. Metode istraživanja.

Glavni cilj istraživanja bio je dobivanje pouzdanih i aktualnih osnovnih, kvantitativnih i kvalitativnih informacija o stavovima turista, zatim stanovništva i iznajmljivača soba na danoj lokaciji te turističkog menadžmenta o kvaliteti turističke ponude Kvarnera i pojedinih destinacija.

Radi dobivanja potrebnih informacija tiskani su upitnici, koji su bili popunjavani metodom osobnog intervjuiranja; samo manjim dijelom upitnik su sami popunjavali anketirani. Takvo je istraživanje provedeno na deset destinacija Kvarnera (Novi Vinodolski, Opatija, Lovran, Rijeka, Baška, Rab, Ičići, Mošćenička Draga, Lopar i Gorski kotar). Na tim je destinacijama bilo ostvareno 45% ukupnog turističkog prometa Kvarnera (prema stanju iz 2002. godine), pa je obuhvat mjesta dovoljno širok, da bi *vjerojatno* reprezentirao regiju. (Opaska je recenzenta da nema među anketiranim lokacijama 2 velika Kvarnerska otoka – Cres i Lošinja, pa je ostalo upitno u kojoj se mjeri mogu nalazi aplicirati i na taj dio Kvarnerskog akvatorija).

Radi se, kao što proizlazi iz ovih brojaka, o izvanredno širokom anketnom ispitivanju, pri kome su anketirani davali ocjene na pedesetak postavljenih pitanja.

4. Značenje ovog istraživanja.

Republika Hrvatska posljednjih je godina spoznala iznimno značenje turizma za gospodarski razvoj Hrvatske. U devedesetim godinama turizma se spominjao kao tek jedna među nekoliko razvojnih pravaca Hrvatske (sa poljoprivredom, šumarstvom, brodogradnjom itd.). Međutim, gospodarski je razvoj zadnjih nekoliko godina pokazao da su neke od tih grana slabo konkurentne pri rastućoj globalizaciji svijeta (ne samo poljoprivreda i šumarstvo), a da se turizam brzo razvijao, postižući već u prošloj (2003. godini) zavidni prihod na međunarodnom tržištu. Te su se godine, hrvatski prihodi na stavci «putovanja» gotovo izjednačili s vrijednošću izvoza roba iz Hrvatske, pa su svi izgledi da će turizam postati glavni izvozni produkt Hrvatske.

Prema podacima platne bilance Hrvatske, koje daje HNB (Bulletin br. 90, od veljače 2004. godine) prihodi Hrvatske na stavci «putovanja» iznosili su 2002. godine 3.811 milijuna US\$, dok je izvoz robe donio te godine 4.895 milijuna US\$. U prva 3 kvartala 2003. godine (za koje su zasad sređeni podaci) prihod od izvoza roba iznosio je 4.424 milijuna dolara, a prihodi na stavci putovanja 5.669 milijuna. Iako će četvrti kvartal donijeti promjene (u tom su kvartalu prihodi od putovanja manji, a od izvoza roba veći), vjerojatno će «prihodi od putovanja» nadmašiti stavku cjelokupnog izvoza roba u 2003. godini!! To rječito govori kako se svojim turističkim proizvodom Hrvatska povoljno uključuje u napredujuću globalizaciju svjetskog gospodarstva, što omogućuje valorizaciju prirodnih, ljudskih i drugih potencijala, koje imamo.

Turizam je relativno recentni društveni fenomen. Sama riječ je iskovana tek početkom XIX. stoljeća, a prva «turistička putovanja» željeznicom organizira čuveni Thomas Cook 1841. godine. Godine 1872. Jules Verne piše svoju svima znanu knjigu «Put oko svijeta za osamdeset dana», u kojoj je Philcas Fogg dobio opkladu jer je uspio obići svijet za 80 dana. Danas, obični putnik može, koristeći redovne avionske linije za manje od 80 sati obići cijeli svijet, a da to baš nikoga ne čudi. I to srazmjerno jeftino, udobno, bez opasnosti s kojima se naš mladalački junak hrvao.

No, ono što je bilo tijekom XIX. stoljeća privilegija malobrojnih imućnih, poslao je, zahvaljujući iznimnom napretku čovječanstva tijekom XX. Stoljeća, masovni fenomen. Omogućila su to tehnička dostignuća: ne samo željeznice i parobrodi, već i sve jeftiniji avionski prijevoz, koji je «smanjivao» negdašnje udaljenosti i doveo ljepote ove naše planete «na dohvat ruke». No, najznačajniji pojedinačni čimbenik bilo je brzo povećanje blagostanja čovječanstva, koje se tijekom 20. stoljeća oslobodilo ne samo vjekovnih nevolja (kuge, gladi i rata – kako se to nekoć molilo) već i ostvarilo nezamišljivi gospodarski napredak. Vjerojatno je potrebno istaći da se *brutto-domaći proizvod po stanovniku svijeta* povećao između 1500. i 1820. godine za svega 100 dolara (sa 566 na 667), ili, drugim riječima, povećavao se svega za 30 centi godišnje; razdoblje između 1820. i 1913. bilježi povećanje bruto-domaćeg proizvoda po stanovniku svijeta za 858 dolara ili 9 dolara po stanovniku godišnje. 20. stoljeće (od 1913. do 2001. godine) donosi napredak blagostanja prosječnog građanina svijeta (jer to je ekonomski sadržaj kategorije *brutto-domaći proizvod po stanovniku*) od 4524 dolara – odnosno 51 dolar godišnje što je 150 puta brže godišnje nego što je ostvarivano u Srednjem vijeku (između 1500. i 1820. godine). Time GDP/stanovniku svijeta dostiže godine 2001. 6.049 dolara (kupovne snage iz 1990. godine)¹, a onaj prosječni u razvijenim zemljama premašuje 20.000 dolara iz 1990. godine.

Ne mislimo ovdje govoriti o diferenciranom gospodarskom rastu pri kojem se širio jaz između razvijenijih i nerazvijenijih područja svijeta (Sjeverne Amerike, Europe i Japana na jednoj strani i Afrike i Latinske Amerike na drugoj), već o činjenici da su milijuni građana ovog našeg svijeta našli da je turizam oblik potrošnje, koji trajno obogaćuju njihov život. Boravak na dalekim destinacijama, izvan svakodnevnice, ne samo da relaksira suvremenog čovjeka, već ga trajno obogaćuje sjećanjima na prekrasne pejzaže, nepoznate kulture i civilizacije, mirise i okuse jela, ljude i običaje, koji ostaju trajno pohranjeni u napoj memoriji, čineći nas sretnijima i boljima.

Te su spoznaje postale masovne, pa je broj turističkih dolazaka stranaca u stalnom porastu: 1960. godine statistika međunarodne unije turističkih organizacija zabilježila je svega 71 milijun turističkih posjeta stranaca; godine 1968. bilo ih je 140 milijuna, 1978. čak 270 milijuna. U osamnaest godina – između 1960. i 1978. raste broj stranaca – turista za 7,7% godišnje. Ta se ekspanzija nije zaustavila niti kasnije: broj turista doseže godine 1990. 458 milijuna, a 1977. punih 613 milijuna (porast između 1980. i 1990. od 4,8%, a u devedesetim godinama 4,3%).

Još brže rastu izdaci za turizam u svijetu i oni su se ovako kretali:

Pokazatelj	1950	1960	1970	1980	1990	1997
Međ.turizam (mrd. US\$)	2,1	6,9	17,9	105,3	268,3	443,8
Godiš. stopa rasta (u%) u razdoblju		12,6	10,1	19,4	9,8	7,5

¹ Svi podaci iz studija A. Maddisona (2001. i 2003.).

Povećanje broja inozemnih turista u drugoj polovici 20. stoljeća osjetno je brže nego priraštaj stanovništva (6:1,8%), a izdaci za međunarodni turizam rastu osjetno brže nego svjetski proizvod(11:3,5%). I jedno i drugo govori da je elastičnost turističke tražnje vrlo visoka da jenjava. Za ekonomiste je zaključak neminovan: turistički segment ima sve uvjete da se razvija u dinamičkim receptivnim ekonomijama brže nego ostali sektori, uz uvjet da domaći turistički potencijali zadovolje rastuće zahtjeve domaćih i inozemnih gostiju. Istraživanje, provedeno po FTHM-u i njegovom voditelju Branku Blaževiću imalo je upravo taj cilj. Trebalo je ispitati strane goste o dojmovima i ocjenama koje oni daju destinaciji u koju dolaze, kao i kvaliteti turističkih usluga, koju ta destinacija nudi. To je istraživanje iznimno značajno za hrvatsko gospodarstvo po dva osnova.

- Prvo je *makroekonomsko*, potreba da se spozna da li nam je turizam izvozna šansa (ona to ne može biti ako je gost nezadovoljan!!) i, ako je odgovor potvrđen, na tom osnovu graditi hrvatsku izvoznu strategiju.

Hrvatskoj je neophodna izvozno orijentirana strategija gospodarskog razvoja. Mnogobrojne teškoće, koje sada bilježi hrvatsko gospodarstvo, rezultanta su činjenica da zadnjih desetak godina nismo stvorili strategiju izvoza roba (zato nam stagnira robni izvoz!!), pa je hrvatsko gospodarstvo bilo sve manje konkurentno na svjetskom tržištu. Nije mjesto u recenziji o tome razglabati, ali mnoga su pitanja pri raspravi o strategiji izvoza roba i usluga zajednička (klasični je primjer politika tečaja).

Nasuprot nedostatku strategije pri izvozu roba, inozemni gosti i domaći hotelijeri i ugostitelji, uspjeli su izdici pitanje strategije turističkog razvoja i staviti ga na raspravu. Anketno istraživanje, kod su autori u ovom radu proveli, značajan je doprinos utvrđivanju strategije budućeg turističkog razvoja. I u tom vidim pravo značenje ovog istraživanja za makroekonomsko sagledavanje hrvatske budućnosti.

No mnogobrojni okupljeni pokazatelji ukazuju i na značajne *mikroekonomskih čimbenika* pri strategiji. Odgovori stranaca ukazuju na nedostatke u zabavnim i drugim sadržajima na mnogim lokacijama; domaće je stanovništvo iznimno kritično na nedostatke komunalne politike (u pogledu mjesta za parkiranje, ali i rješavanja smeća, kanalizacije i očuvanju eko-sustava). Čitav niz odgovora, koje znalački analiziraju autori, indicira na današnje tegobe, koje će se morati riješiti, ako želimo od turizma stvoriti izvozno propulzivnu djelatnost. Mikroekonomska rješenja tako olakšavaju ona makroekonomska (pri čemu će otplata inozemnog i javnog duga postajati sve akutnija i stavljati sve veće zahtjeve i pred turizam).

5. Neke slabosti rada.

Ovo je prvi rad takvog obujma istraživanja u nas i nije čudo da su ostala otvorena neka pitanja. Navest ću samo neka načelna (budući da sam dio zapažanja naveo na marginama recenziranog rukopisa):

- da li je izbor mjesta, koja se obrađuju reprezentativan za Primorsko-goransku županiju (što impliciraju i sumari, na kraju mnogih tablica. Da li je izbor učinjen slučajnim uzorkom ili drugačije?

Spominjem, da među popisanim naseljima nema nijednog naselja s otoka Cresa i Lošinja, koji se diče sređenim vodovodom, netaknutom prirodom i drugim kvalitetama. Ne bi li njihovim uključivanjem mnogi podaci za PGŽ bili i bolji nego što je to pokazano?

- Nije objašnjeno zašto strani turisti ocjenjuju znatno povoljnije prilike u datom naselju, nego što to čini domaće stanovništvo i iznajmljivači. Jesu li odgovori stranaca dokaz «površnosti»? Ili grešaka koje se mogu tolerirati pri kratkom boravku, a neodržive su ako u tom naselju stalno boravite?

- Jednako tako, postoji veliki nesklad u ocjeni prilike od strane turističkih djelatnika u naselju i stanovništva! Je li u pitanju narcisoidnost odgovornih i apologetska ocjena njih samih ili je na djelu implicitna kritika turističkog rukovodstva od strane građana ili što treće?

- U opisu postupka dobivanja «srednje ocjene» nije rečeno kako je tretirano odsustvo ocjene u datom fenomenu. Da li je ono dobilo ocjenu 6 (najvišu) kako to stoji na dnu gotovo svake pregledne tablice, ili izostanak ocjene nije uključen u prosjek?

Na marginama rukopisa označio sam i nekoliko drugih metodoloških primjedaba. No, sve te primjedbe ne mijenjaju visoku ocjenu istraživanja.

6. Držim da je recenzirani rad značajni doprinos kolektiva autora definiranju komparativnih prednosti pojedinih lokacija i fenomena, ali i signifikantno upućuje na neke slabosti, koje će valjati otkloniti, ako želimo «punim jedrima» krenuti ka učinkovitijem turizmu, koji će imati svoje mjesto u globalnom turističkom svijetu.

Predlažem stoga da se rad u cijelosti tiska u idućem broju časopisa *Tourism and Hospitality Management*.

Vladimir Stipetić, prof. emer

POGOVOR

Članovi istraživačkog tima su svjesni da opsežna empirijska istraživanja i različiti pristupi pojedinih autora u elaboriranju dobivenih rezultata sigurno zahtijevaju određene tekuće korekcije, te bolji pristup u daljnjim fazama istraživanja. Stoga se ovim putem zahvaljujemo uglednim znanstvenicima akademiku Vladimiru Stipetiću iz Zagreba, prof. dr. Francu Pauku iz Maribora i prof. dr. Peteru Joradnu iz Beča, koji su se ljubazno odazvali pozivu, te prihvatili recenzirati rad na temu «Ocjena kvalitete turističke ponude Kvarnera». Ovaj rad predstavlja rezultate prve faze istraživanja na projektu br. 0116003 «Turistička regionalizacija u globalnim procesima», kojeg financira Ministarstva znanosti, a sufinanciraju turističke zajednice u okviru turističke destinacije Kvarner. Značenje ovom istraživanju daje i činjenica, da se rezultati publiciraju kao poseban tematski broj časopisa *Tourism and Hospitality Management*. Stoga će se u ovom broju časopisa objaviti samo kratki izvaci iz jedne recenzije, kako bi se korisnicima ukazalo na pozitivne i negativne strane rezultata ovog istraživanja, s naglaskom na putove i načine otklanjanja uočenih manjkavosti rada. Kompletne recenzije biti će objavljene u slijedećem broju časopisa, te uvažiti kao podloga za daljnje faze istraživanja.

Dakle, osvrnemo li se samo na kratak izvadak iz recenzije akademika Vladimira Stipetića, koji dajemo u prilogu, mogu se uočiti relevantna područja za poboljšanje. Treba naglasiti da je već u ovoj fazi istraživanja veliki dio sugestija recenzenata u cijelosti prihvaćen, što je nedvojbeno doprinijelo ukupnoj kvaliteti ovog istraživačkog poduhvata. Na žalost neke od opravdanih primjedbi recenzenata biti će moguće uvažiti tek u drugoj fazi ovog istraživanja, a to se pogotovo odnosi na veličinu i strukturu uzorka. Naime, kako se radilo o novom istraživanju, koje je započeto u 2003. godini, njegovo značenje nije odmah prepoznato od strane svih potencijalnih sudionika tj. od turističkih vijeća turističkih zajednica destinacija. Može se uočiti da u istraživanom uzorku nedostaju neke značajne turističke destinacije kao što je Cres, Mali Lošinj i dio destinacija na otoku Krku. I segment turističkog menadžmenta nije svugdje optimalno zastupljen. Istraživački tim je uvjerenja da će u 2004. godini dobiti potporu svih relevantnih struktura na razini turističke destinacije, te proširiti istraživani uzorak, što će dobivene rezultate sigurno učiniti daleko reprezentativnijim.

Može se reći da uočene manjkavosti imaju realno praktično opravdanje, no i dalje ostaje činjenica da bi prezentirani prosječni rezultati sigurno bili kvalitetniji, ako bi se ove manjkavosti otklonile. Kako to ranije u samom radu nije bilo dovoljno naglašeno, članovi istraživačkog tima su smatrali oportunistički da se to istakne i na ovaj način. Bez obzira što je istražen uzorak reprezentativan, ostaje činjenica da će se prosječno iskazani podaci na razini turističke destinacije Kvarner (koja se proteže u okvirima administrativnih granica Primorsko-goranske županije) ipak nešto izmijeniti. Naime, poznato je da se upravo ovi lokaliteti prepoznaju po visoko-vrijednim prirodnim resursima, što znači da bi na razini destinacije Kvarner bilo realno očekivati znatno više prosječne ocjene koje se odnose na prirodnu resursnu osnovu, politiku prostora, očuvanost okoliša, zdravu klimu, ljepotu krajolika i drugo. No, kako je i u okviru prezentiranih rezultata istraživanja vodeću ulogu preuzela skupina elemenata turističke ponude upravo prirodnih resursa, za očekivati je samo više ocjene, ali ne i drugačiji rang elemenata. S druge strane, istraživački tim procjenjuje da relativno nisko rangiranje elemenata turističke ponude vezanih za organiziranost destinacija te za asortiman i kvalitetu sadržaja, neće repositionirati ni 100%-tni obuhvat destinacija, već samo akcije inovativnog turističkog menadžmenta na razini turističke destinacije.

Redaktori