

*Predhodno znanstveno saopćenje  
Preliminary communications*

*JEL Classification: Z32, Z33*

**Merima Aljić \***

## **ŽIVOTNI CIKLUS TURISTIČKE DESTINACIJE. SLUČAJ PANONSKIH JEZERA**

### **LIFE CYCLE OF A TOURIST DESTINATION. THE CASE OF THE PANNONIAN LAKES**

#### ***Sažetak***

*Autorica u ovom radu analizira faze životnog ciklusa turističke destinacije. Tuzlanski kanton postaje interesantna turistička destinacija, što potvrđuje i turistički promet koji je u kontinuitetnom porastu. Brojna priznanja stigla su u Tuzlanski kanton, a posebno se ističe turistička destinacija Panonskih jezera, te upravo ona postaju predmet istraživanja autorice. Dakle cilj rada je analiza faza životnog ciklusa Panonskih jezera.*

***Ključne riječi:*** turistička destinacija, životni ciklus, Panonska jezera.

#### ***Abstract***

*In this paper, the author analyzes the life cycle stages of a tourist destination. The Tuzla Canton is becoming an interesting tourist destination, which is confirmed by the continuously increasing tourist traffic. Numerous recognitions have arrived in the Tuzla Canton, and the tourist destination of the Pannonian Lakes stands out in particular, and it is precisely these that become the subject of the author's research. Therefore, the aim of the work is to analyze the stages of the life cycle of the Pannonian lakes.*

***Keywords:*** destination, life cycle, Pannonian lakes.

#### **UVOD**

Cilj rada je ukazati na važnost teorijskog poznavanja faza životnog ciklusa turističke destinacije, ali i praćenje njenog etapnog razvoja. Da bi se mogao pratiti životni ciklus turističke destinacije neophodna su i pojmovna teorijska znanja o samoj destinaciji, kao i životnog ciklusa.

---

\* **Doc. dr. sc. Merima Aljić**, savjetnica direktora Turističke zajednice Tuzlanskog kantona;  
email: merima.aljic.tztk@hotmail.com

Nakon objavljivanja rada Richarda Butlera *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources* (Butler, 1980, prema Butler, 2006). provedena su brojna istraživanja životnog ciklusa turističkih destinacija. Isti autor naknadno je doradivao i revalorizirao vlastitu koncepciju (Butler, 1993, 1997, 2004). O brojnosti istraživanja o životnom ciklusu raspravljao je Lagiewski (2006) koji je u razdoblju od 1980.-2002. izdvojio pedesetak različitih radova s ovom tematikom.

U skladu sa predhodnim prva dva poglavlja su teorijska polazišta, dok treći dio obuhvata spoj teorije, te na konkretnom primjeru analizira životni ciklus turističke destinacije Panonskih jezera. Panonska jezera predstavljaju atrakciju Tuzlanskog kantona, ali možemo reći i atrakciju u Europi.

U radu su korištene metode prikupljanja i analiziranja, sintetiziranja dosada publiciranih domaćih i stranih naučnih radova te stručne literature i statistike zvaničnih institucija, kao i istorijska metoda.

## 1. TURISTIČKA DESTINACIJA

Pojam destinacija potiče od latinske riječi *destinatio*, što znači odredište, odnosno mjesto u koje se putuje,<sup>1</sup> a smatra se da je ovaj pojam u turističku terminologiju uveden 1970. godine, posredstvom vazdušnog prometa.

Razliku između turističkog mjesta i turističke destinacije je ta što turističko mjesto ima utvrđene administrativne granice, dok turističke destinacije nemaju administrativne granice.

Turistička destinacija<sup>2</sup> predstavlja širi aspekt kombiniranog prilagođenog prostora, koja razvojem dominantnih atrakcija, proizvoda i sadržaja, omogućava turističkoj destinaciji da se pozicionira na zahtjevnom turističkom tržištu i postane konkurentna.

Turistička destinacija – predstavlja geografski prostor (kraj, regiju, područje), kojeg određeni gosti ili segment gostiju izaberu za putovanje.<sup>3</sup>

*Turistička destinacija* jeste mjesto, regija ili zemlja intenzivnog okupljanja turista zbog različitih koristi koje im ona pruža, a mora biti dovoljno privlačna i opremljena za prihvatanje i boravak turista.<sup>4</sup>

Brojne definicije turističke destinacije u stranoj i domaćoj literaturi,<sup>5</sup> mogle bi objedinjeno definirati turističku destinaciju, kao specifičnu turistički organizovanu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, koja objedinjenim proizvodima, turistima nudi potpuno zadovoljenje njihovih potreba.

---

<sup>1</sup>Anić, V., Goldstein, I.: *Riječnik stranih riječi*, Zagreb, 1999.

<sup>2</sup>Aljić, M., *Turizam i procesi upravljanja*, Visokoškolska ustanova FINRa, Tuzla, 2023.

<sup>3</sup>Bieger, T., *Management von destinationen und tourismusorganisationen*, 4. auflage, Munchen, Oldenbourg, 2000, str. 74.

<sup>4</sup>Mikačić, V., *Koncepcija turističke destinacije*, III. Hrvatski geografski kongres, zbornik radova, Hrvatsko geografsko društvo Zagreb, Zadar, 2005., str. 376-383

<sup>5</sup>Vidjeti: Pechlaner, H., *Managing Tourist Destination: Why and How*, Conference Proceedings, First Draft: From Destination to Destination Marketing and Management, Ciset, Venice, 1999, str. 1-6.

Turistička destinacija kao dio turističkog sistema i predstavlja generator koji se sastoji iz komponenti čijom kombinacijom se formira jedan ili više turističkih proizvoda.<sup>6</sup>:

1. Atrakcije (engl. Attractions) - podrazumijevaju prirodne i društvene atraktivnosti, značajne za osiguravanje inicijalne motiviranosti turista za dolazak u destinaciju.
2. Receptivni sadržaji (engl. Amenities) – obuhvaćaju smještajne i ugostiteljske objekte, trgovinu, zabavne sadržaje te ostale usluge.
3. Pristup (engl. Accessibility) – odnosi se na razvoj i održavanje efikasnih prometnih veza s emitivnim tržištima (međunarodni prometni terminali i lokalni transport).
4. Dostupni paket - aranžmani (engl. Available packages) – podrazumijevaju unaprijed pripremljene paket-aranžmane od strane posrednika u prodaji i njihovih zastupnika.
5. Aktivnosti (engl. Activities) – odnose se na sve dostupne aktivnosti u destinaciji i ono čime će se potrošač baviti tokom boravka u destinaciji.
6. Pomoćne usluge (engl. Ancillary services) – uključuju marketinške, razvojne i koordinacijske aktivnosti, koje provodi određena destinacijska organizacija za potrebe potrošača i industrije.

Buhalis klasificira turističke destinacije na:<sup>7</sup>

a) *Urbane destinacije* posjećuju turisti različitih preferencija poput poslovnih, zdravstvenih, kulturnih i odmorišnih turista. Većina urbanih destinacija dobro je opremljena kongresnim i izložbenim prostorima (dvoranama) te potrebnom prijevoznom i smještajnom infrastrukturom kojom se olakšava organizacija većih događanja. Navedene destinacije također privlače i odmorišne turiste tokom školskih praznika i vikenda, kada je prisutan manji broj poslovnih turista i vezanih događanja. Odmorišni turisti mogu koristiti neke od jedinstvenih sadržaja i usluga u urbanim destinacijama za uživanje u kratkim odmorima ili produženim vikendima. Urbane destinacije isto tako privlače i obrazovne i zdravstvene turiste, jer su one uglavnom dobro opremljene kvalitetnim obrazovnim ustanovama i bolnicama. Sve više urbanih naselja koristi i industrijsku baštinu te napuštena industrijska postrojenja u obrazovne svrhe ili kao dodatne aktivnosti prilikom odmora.

b) *Primorske destinacije* i ljetovališta služe turistima za odmor i rekreaciju. Takve destinacije turisti posjećuju i iz zdravstvenih razloga.

c) *Planinske destinacije* privlače odmorišne turiste, ljubitelje zimskih sportova kao što su skijanje, no i turiste koje privlače prirodne atraktivnosti u svim godišnjim dobima. One također privlače turiste kao što su naučnici, planinski biciklisti, šetači i sl.

d) *Ruralni turizam* se razvija vrlo brzo. Seoska domaćinstva nastoje ispuniti želje turista za povratkom prirodi, uz doživljaj autentičnih poljoprivrednih procesa. Stoga se poljoprivredna domaćinstva često prilagođavaju i turističkim aktivnostima.

---

<sup>6</sup> Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. et al.: *Tourism - Principles and Practice*, Harlow, Essex, Longman, 1998, str. 103.

<sup>7</sup> Buhalis, D. : Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 2002, str.21: 101.

e) *Odredišta u jedinstvenim zemljama (često Trećeg svijeta)* često se nalaze izvan uobičajenih turističkih ruta. Turisti uživaju u autentičnim iskustvima u mjestima koja još uvijek imaju ograničen stupanj turističkog razvoja te često ne posjeduju potrebnu infrastrukturu za pružanje turističkih usluga

f) *Jedinstvene-egzotično-ekskluzivne destinacije* iz razloga što nude, kao što i sam naziv kaže nešto jedinstveno , "iskustvo koje se doživi jednom u životu". Ovakve destinacije imaju i izrazito visoke cijene, često predstavljaju nedostiznost za običnog turistu, te na taj način postaju brend na tržištu.

Prema statističkim potrebama UNWTO turističke destinacije klasificira i tri grupe:

- udaljena destinacija, odnosno najudaljenije mjesto u odnosu na domicil,
- glavna destinacija, mjesto u kome posjetitelj provedi najviše vremena,
- motivirajuća destinacija, mjesto koje posjetitelj smatra primarnim ciljem posjeta.

## 2. ŽIVOTNI CIKLUS TURISTIČKE DESTINACIJE

Turistički sektor je jako dinamičan i podložan je promjenama, a turističku destinaciju možemo posmatrati kao živi organizam, koji ima svoj životni ciklus, koji se odvija u fazama. Upravo svjestan tih promjena u dinamičkom okruženju, Butler je dao model životnog ciklusa turističke destinacije<sup>8</sup>, koji je u stvari linearni model sa različitim fazama , a u uskoj sprezi sa vremenom i brojem turista, gdje ističe, da se u toku životnog ciklusa novi proizvod ili usluga, polako raste i zatim doseže brzi rast, prije nego što se stabilizira i potom opadne.

Kada se primijeni na turistička odredišta, model sugerira da su odmarališta razvijaju se i mijenjaju tokom vremena i postoji nekoliko povezanih faza (vidjeti grafikon 1.)

Ovaj model se sastoji od šest faza:

- *Istraživanje* predstavlja fazu istraživanja novog područja sa nedirnutom prirodom, malim brojem posjeta zbog neadekvatne saobraćajne dostupnosti i siromašne ponude. U ovoj fazi su ograničene i male posjete, a obično ih posjećuju ljudi avanturističkog duha. Dolazi do visokog stupnja kontakta s lokalnim stanovništvom i korištenje njihovih objekata, ali s vrlo malim društvenim i ekonomskim efektima. Dakle osnovna obilježja prve faze mogle bi se navesti kao:
  - *mali broj turista,*
  - *temeljenje turizma na primarnim atrakcijama, prirodnim ili kulturnim,*
  - *ne postojanje sekundarnih turističkih atrakcija (hotela, restorana i dr.),*
  - *turizam nema ekonomski ili društveni značaj za lokalno stanovništvo.*

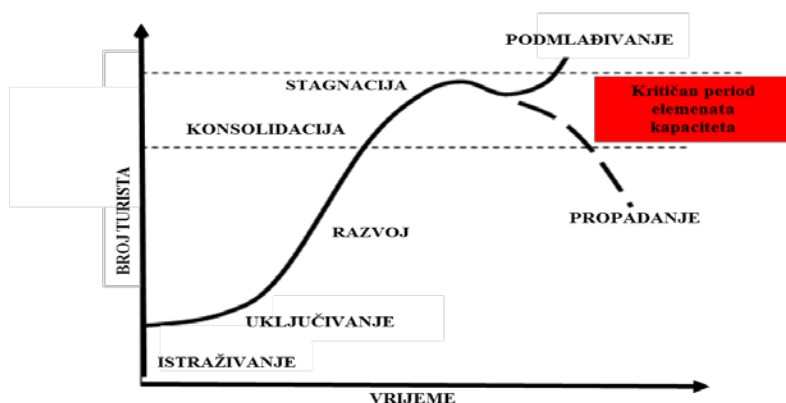
---

<sup>8</sup>Butler,R.,W.: The concept of a tourism area cycle of evolution,Implications for management of resources, Canadian Geographer Vol. XXIV (1), 1980.,pp.7

- *Angažiranje* predstavlja fazu u kojoj započinju inicijative za osmišljavanje ponude i promocije, što osigurava povećanje broja posjeta i pritisak na lokalnu zajednicu za obezbjeđenje neophodne infrastrukture. Obilježja druge faze:
  - *uključivanje lokalnog stanovništva u turizam,*
  - *pojava sekundarnih turističkih objekata kao što su pansioni,*
  - *moguća pojava turističke sezone,*
  - *porast pritiska na dužnosnike da poboljšaju prijevoz za turiste.*
  
- *Razvojna faza* se očituje izrazito povećanim brojem posjeta, te je neophodno kvalitetno planiranje i monitoring kako ne bi došlo do smanjenja kvaliteta usluga. Obilježja treće faze:
  - *veliki broj turista koji može premašiti broj lokalnog stanovništva tokom sezone,*
  - *jako oglašavanje prema dobro definiranim turističkim tržištima (potražnji),*
  - *lokalna uključenost,*
  - *kontroliranje razvoja turizma destinacije izvan same destinacije,*
  - *vanjske organizacije osiguravaju sekundarne turističke atrakcije,*
  - *daljnji razvoj prirodnih i kulturnih atrakcija,*
  - *dolazi do neodobravanja nekih fizičkih promjena u destinaciji od strane lokalnog stanovništva.*
  
- *Faza konsolidacije* zahtjeva smanjenje broja posjetitelja koji je veći od broja domicilnog stanovništva. Obilježja četvrte faze:
  - *usporen rast turizma, ali broj turista i dalje premašuje broj lokalnih stanovnika tijekom sezone,*
  - *povezanost gospodarstva područja s turizmom,*
  - *izrazito razvijeni marketing i promocija,*
  - *zastupljenost velikih franšiza i turističkih lanaca,*
  - *protivljenje i nezadovoljstvo dijela lokalnog stanovništva.*
  
- *Stagnacija* predstavlja fazu u kojoj je postignuta maksimalna aglomeracija, koja prijeti narušavanju imidža destinacije u ekonomskom socijalnom i ekološkom pogledu. Obilježja faze stagnacije:
  - *dosegnut vrhunac broja posjetitelja,*
  - *dosegnuta ili premašena nosivost destinacije,*
  - *ekološki, društveni i ekonomski problemi uzrokovani razvojem turizma,*

- *izdvajanje novih odmarališta od geografskog okruženja,*
  - *zamjena izvornih primarnih turističkih atrakcija umjetnima,*
  - *dobro uspostavljen imidž destinacije, ali on nije moderan.*
- *Podmlađivanje* je faza u kojoj reagiraju meritorna tijela, sprečavajući fazu propadanja uvođenjem novih aktivnosti i tražeci nove distributivne kanale za nova tržišta.
- *Propadanje* je faza u kojoj destinacija gubi svoju atraktivnost i posjetitelje i često dolazi do vlasničkih promjena u kojoj se kapaciteti stavljaju u druge svrhe. Butler je predvidio pet modela scenarija između podmlađivanja i propadanja:
1. *uspješna obnova dovodi do ponovnog rasta,*
  2. *manje izmjene nivoa kapaciteta dovode do skromnog rasta turizma,*
  3. *turizam se stabilizira smanjenjem kapaciteta,*
  4. *kontinuirano prekomjerno korištenje resursa i nedostatak ulaganja dovodi do pada,*
  5. *rat, bolest ili druga katastrofa uzrokuju trenutni kolaps u turizmu.*

**Grafikon 1.** Životni ciklus turističke destinacije



Izvor: Prilagođeno prema: Butler, R., W.: *The concept of a tourism area cycle of evolution*, Implications for management of resources, Canadian Geographer Vol. XXIV (1), 1980, str. 7.

Prema Hovinenu veličina potencijalnog pada dolazaka posjetitelja je povezana sa tri međusobno isprepletana faktora<sup>9</sup>:

- izborom odgovarajuće lokacije i njenom dostupnošću,
- raznolikošću sadržaja u turističkoj destinaciji i
- učinkovitošću adekvatnog planiranja.

<sup>9</sup>Hovinen, G. Visitor cycles outlook for tourism in Lancaster county. *Annals of tourism research*, vol.9,1982., pp.565-583

Moore i Whitehall<sup>10</sup> ističu da koncept životnog ciklusa u fazi, koja je usmjerena na podmlađivanje rasta za određenu destinaciju, trebaju uzeti u obzir specifične karakteristike različitih tržišta.

Park<sup>11</sup> primjenjuje model logističke krivulje, na rast turizma na otoku Jeju u Koreji, koji se koristi u teoriji oblika rasta stanovništva. Park ispituje vremenski put turističkog rasta otoka Jeju i postavlja jednadžbu logističke krivulje te predviđa povećanje broja posjetitelja u budućnosti. Park također određuje faze životnog ciklusa otoka Jeju putem iterativnih izvedenica predložene logističke jednadžbe koju su razvili Lundtorp i Wanhill<sup>12</sup>. Rezultati studije pokazuju da je 1997. godina prekretnica u evoluciji otoka i da će turistički dolasci dosegnuti 6.580.000 kada otok postane zasićen 2027. godine. Park navodi da se otok Jeju nalazi u fazi razvoja od pet faza u Butlerovoj teoriji.

### Primjer 1.

Prema Agarwhal(1997)<sup>13</sup>, koji je primjenio Butlerovu teoriju koncepta životnog ciklusa, urađena je studija na primjeru Torbay, Engleska:

Torbay je važno turističko odredište u jugozapadnoj regiji Engleske i predstavlja najposjećeniju turističku regiju sa turističkim prometom od cca 4,5 milijuna posjetitelja 1995. godine, od čega 3,5 miliona domaćih posjetitelja. U konciznom obliku studija je činila slijedeće:

1. Etapa istraživanja (1760.–1920.). Postojale su određene vrste turista i one su bile povezane sa zdravstvenim/ljekovitim svojstvima morske vode.
2. Faza uključenosti (1831–1950). U ovom razdoblju, lokalna ponuda se širi na razvoj smještajnih objekata i infrastrukturu. Razvoj smještajnih kapaciteta je bio u obliku hotela/pansiona.
3. Razvojna faza (1910–1975). Novi turistički sadržaji a također su u tome stvorene turističke atrakcije.
4. Stadij konsolidacije (1950–1975) Razdoblje općeg uzleta trgovine. Broj posjetitelja premašio je lokalno stanovništvo. U ovom razdoblju i privreda je bila usko vezana uz turizam. Međutim, počeo je rasti antagonizam između lokalnog stanovništva i turista. Glavni uzroci tome bili su povećani prometni problemi i visoke lokalne cijene.
5. Faza stagnacije (1975–1986). Brojke su dostigle vrhunac sredinom 1970-ih. Odmah nakon ovoga, dolazi do velikog pada broja turista. Turisti počinju odlaziti u druge destinacije.
6. Poststagnacija 1986. Postoje neki dokazi o pokušajima podmlađivanja destinacije. Da bi regenerirali destinaciju napravljeni su novi unutarnji sadržaji: Riviera Leisure, Centar, zatvoreni trgovački centar (Paviljon) i Hollywood Bowl, kuglana s deset čunjeva.

Glavne razlike između Agarwhalove studije i model Butler su slijedeće:

1. Faze razvoja nisu bile diskretne – postoji preklapanje u datumima/razdobljima.

<sup>10</sup> Moore, W. & Whitehall, P.: The tourism area life cycle and regime switching models. *Annals of tourism research* vol.32, 2005, str. 112-126.

<sup>11</sup> Park, Jai-Mo, The analysis of lifecycle of destination and the strategies of growth management: The case of Jeju island, Kyonggi University, 2002.

<sup>12</sup> Lundtorp, S. & Wanhill, S., The resort lifecycle theory: Generating processes and estimation. *Annals of tourism research*, 2001, Vol. 28, str. 947-964.

<sup>13</sup> Agarwhal, S., The resort life cycle and seaside tourism. *Tourism Management*, 18 (2), 1997, str. 65–73.

2. U Torbayu je, za razliku od Butlerova modela, bilo vrlo rano uključivanje lokalnog stanovništva u turizam, kako bi se pokušalo i osigurati turističku infrastrukturu.
3. 3 U jednom dijelu područja (Paignton), tip posjetitelja nije se mijenjao tijekom vremena, nego je ostao isti sve do nedavno.
- 4 Propadanje ovog ljetovališta nije nužno nepovratno. Planiranjem i upravljanjem, nakon stagnacije pokušali su prevladati pad.

### 3. ANALIZA ŽIVOTNOG CIKLUS PANONSKIH JEZERA TUZLA

Tuzlanski kanton krasi bogatsvo prirodnog, kulturno-historijskog naslijeđa, njenih 13 lokalnih zajednica. Svaka od lokalnih zajednica je turistički destinacijski specifikum za sebe, sa svojim različitostima. Rast turističkog prometa ukazuje na činjenicu da je Tuzlanski kanton postaje zanimljiva turistička destinacija. U Tabeli 1. broj dolazaka u 2022 godini u odnosu na 2021 veći je za 38%, dok je broj dolazaka stranih gostiju povećan za 59%. Ukupan broj ostvarenih noćenja, za isti period je povećan za 31%, a broj ostvarenih noćenja stranih gostiju za 50%.

**Tabela 1.** Turistički promet Tuzlanskog kantona

<b>DOLASCI</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Index (D) 19/16</b>	<b>Index (D) 22/21</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>44.478</b>	<b>46.231</b>	<b>47.077</b>	<b>48.883</b>	<b>20.877</b>	<b>37.196</b>	<b>51.245</b>	<b>109,9</b>	<b>137,77</b>
Domaći	25.684	25.080	25.096	27.648	14.575	22.436	27.759	107,65	123,73
Strani	18.794	21.151	21.981	21.235	6.302	14.760	23.486	112,99	159,12
<b>NOĆENJA</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Index (N) 19/16</b>	<b>Index (N) 22/21</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>83.555</b>	<b>80.011</b>	<b>81.512</b>	<b>91.923</b>	<b>40.338</b>	<b>70.651</b>	<b>92.639</b>	<b>110,01</b>	<b>131,12</b>
Domaći	47.708	39.172	38.117	47.679	25.520	38.800	45.009	99,94	116,00
Strani	35.847	40.839	43.395	44.244	14.818	31.851	47.630	123,42	149,54

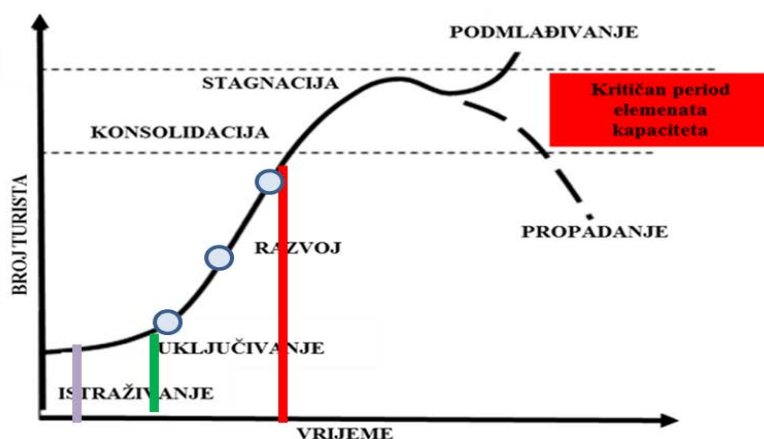
Izvor: Federalni zavod za statistiku (2020, 2023) Tuzlanskikanton u brojkama.

Na prostoru uže gradske jezgre u Tuzli, na tzv. lokaciji „Pinga“, Tuzla je imala ogromnih problema koji su posebno bili izraženi u vrijeme velikih oborinskih nepogoda, usljed kojih je dolazilo do blokade sjeverne saobraćajnice. Problematična lokacija, a sada kompleks Panonskih jezera, smještena je u staroj gradskog jezgri koja je s vremenom usljed nekontrolisane eksploatacije soli i intenzivnog slijeganja tla, pretvorena u neuređenu depresionu močvarnu površinu bez ikakvog sadržaja i namjene.

Gradska uprava Tuzle se suočila sa velikim problemom, a onda se 2000 godine došlo se na ideju da se uradi kompleks Panonskih jezera, a što je i krenulo sa realizacijom. Kako bi u radu što jasnije predstavljeno Životni ciklus Panonskih jezera daje se prikaz na Grafikonu 2.



**Grafikon 2. Životni ciklus Panonskih jezera**

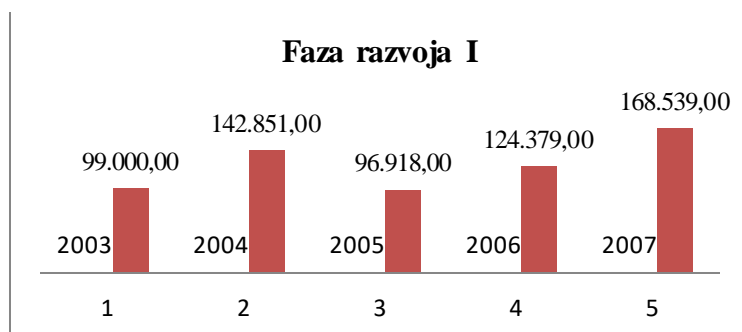


Izvor: Obrada autora prema: Butler, R.,W.: The concept of a tourism area cycle of evolution, Implications for management of resources, Canadian Geographer Vol. XXIV (1), 1980, str.7

1. **Faza istraživanja (2000-2002)** predstavlja početnu ideju o izgradnji kompleksa Panonskih jezera u okviru se koje treže najbolja rješenja za izgradnju i rješavanja problema Pinge.
2. **Faza Uključivanja (2002-2003)** predstavlja fazu u kojoj lokalna zajednica nakon pribavljanja neophodne dokumentacije kreće u realizaciju izgradnje prvog jezera, nabavku neophodne opreme i uređenje prostora.
3. **Faza Razvoja (2003-2022)**, predstavlja period koji se može podijeliti u tri faze:

Faza I (2003-2007) početak rada prvog velikog jezera, dolaz do povećanja broja turista. Prvo jezero je vodne površine od 1.014 ha (10.140 m<sup>2</sup>), maksimalne dubine 1,6 m., dužine od oko 180m, maksimalne širine oko 80m, količina vode od 13.000-15.000 m<sup>3</sup> sa kotom vodene površine od 227,40m. Nalazi se na istočnom dijelu kompleksa. 2006 godine kompleks je oplemenjen novim atraktivnim sadržajem Arheološkim Parkom–Neolitskog Sojeničkog naselja sa muzejskom postavkom koja govori o kontinuitetu življenja na prostoru grada Tuzle još iz doba neolita.

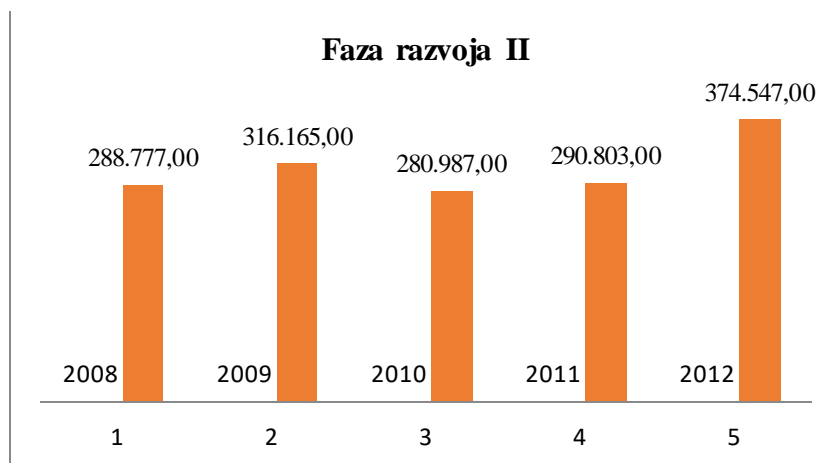
**Grafikon 3. Faza razvoja I Panonskih jezera**



Izvor: Autor prema podacima JP Panonica – Finansijski izvještaji

**Faza II (2008-2012)** izgradnja Slanih slapova, jedinstvene atrakcije za ovo područje, koja predstavlja inhalacioni zdravstveni centar na otvorenom prostoru, koji je idealan za posjetitelje sa respiratornim problemima. U fazi II završeno je i drugo slano jezero. Drugo jezero otvoreno je u julu 2008. godine, vodne površine od 0,530 ha (5.300m<sup>2</sup>), dubine od 1,35-1,6m. sa količinom vode od 6.000- 7.000 m<sup>3</sup>, opsega od cca 320 m. Nalazi se u centralnom dijelu kompleksa, između prvog i trećeg jezera.

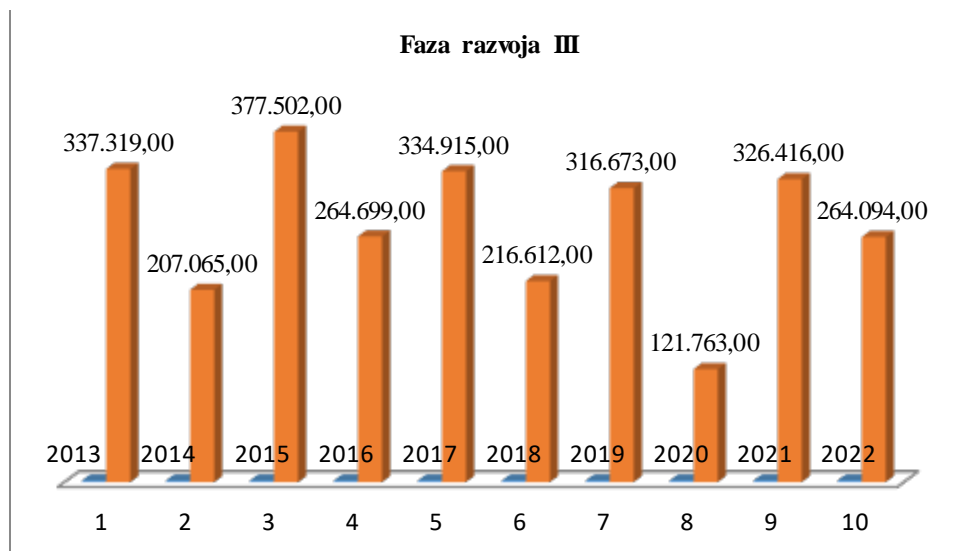
*Grafikon 4. Faza razvoja II Panonskih jezera*



Izvor: Autor prema podacima JP Panonica – Finansijski izvještaji

**Faza III (2009-2023)** izgradnja trećeg slanog jezera 2012. godine, na površini od 1,7 ha, vodne površine od 3.720 m<sup>2</sup> i vodene zapremine od 5.600 m<sup>3</sup>, dubine jezera od 80cm. do 180 cm i dimenzije školjke 40,0 x 105,0 m. Treće Panonsko jezero je dizajnirano u formi dva manja jezera sa prelivnicom i sa puno adrenalinske zabave sa dva vodena tobogana, dva hidromasažera (pačiji kljun) i vodenim gejzirom. Nalazi se na zapadnom dijelu kompleksa sa kapacitetom od 2.500 gostiju čime je dnevni kapacitet cijelog kompleksa 15.000 gostiju.

*Grafikon 4. Faza razvoja II Panonskih jezera*



Izvor: Autor prema podacima JP Panonica – Finansijski izvještaji

## ZAKLJUČAK

Tuzlanski kanton kao turistička destinacija, uveliko je prepoznatljiv po slanim Panonskim jezerima. Panonska jezera mogu poslužiti kao odličan primjer, kako problem može postati atraktivan brend.

Sam životni ciklus Panonskih jezera tekao je u fazama, na jedan afirmirajući način, baziran na kvalitetnoj podlozi relevantne dokumentacije. Jedna, u prvi mah, nemoguća vizija postala je stvarnost.

Nakon prve dvije faze od same ideje, istraživanja i angažiranja, krenuli su plodovi u razvojnoj fazi Životnog ciklusa, a u kojoj se još uvijek nalazi destinacija. Zahvaljući menadžmentu Panonskih jezera, ali i Gradskoj upravi, razvojna faza Životnog ciklusa se odvija u laganom kontinuitetu, praćena novim sadržajima, a što uveliko oplemenjuje turističku destinaciju.

Da životni ciklus, ali i atraktivnost Panonskih jezera, jedinih slanih jezera u Evropi, teče u dobrom smjeru govore i brojna priznanja;

- Zlatna Ugostiteljska Kruna (idejno rješenje Arheološkog Parka-Neolitsko sojeničko Naselje-Panonsko jezero) u kategoriji posebnog njegovanja odnosa prema tradicionalnim kulturno-istorijskim vrijednostima BiH.
- 2012. godine grad Tuzla i slana jezera dobitnici su druge nagrade 2012 UNWTO ULYSSES AWARD najvišeg priznanja Svjetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija za inovacije u javnim politikama i upravljanju, za projekat „Valorizacija prirodnog naslijeđa – Panonska slana jezera u Tuzli“ koja se dodjeljuje za inovacije u oblasti turizma.
- 2013. godine grad TUZLA i Panonska jezera dobitnici su Međunarodne turističke nagrade ZLATNI INTERSTAS 2013 za izuzetan doprinos razvoju turizma grada Tuzle i značajan doprinos razvoja turizma BiH u cijelosti.

Dobar upravljački tim kompleksa Panonskih jezera ublažio je sezonalnost destinacije, otvarajući klizališnu sezonu, ali i brojnim kulturnim i manifestacijskim sadržajima.

Posebno je neophodno naglasiti da veoma važnu ulogu u samoj destinaciji ima i prihvatni kapacitet, te bi bilo neophodno, da se u najvećoj frekvenciji posjetitelja, osmisle novi sadržaji koji će usmjeriti posjetitelje na druge destinacije, a samim tim rasteretiti pritisak na destinaciju.

## LITERATURA

1. Anić, V., Goldstein, I. (1999), Riječnik stranih riječi. Zagreb.
2. Aljić, M. (2023), Turizam i procesi upravljanja, Visokoškolska ustanova FINra, Tuzla.
3. Agarwhal, S.: The resort life cycle and seaside tourism. *Tourism Management* 18 (2), 1997., pp. 65–73.
4. Bieger, T. (2000), Management von destinationen und tourismusorganisationen, 4 auflage. Munchen, Oldenbourg, str.74.
5. Buhalis, D. (2002), *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism management*, No 21, str.101.
6. Butler, R., W. (1980), The concept of a tourism area cycle of evolution, Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, Vol. XXIV (1), str. 7.

7. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. et al. (1998): *Tourism - Principles and Practice*. Harlow, Essex, Longman, str. 103.
8. Federalni zavod za statistiku.: *Tuzlanski kanton u brojkama*, Sarajevo 2014 , 2023.
9. Hovinen, G. (1982), *Visitor cycles outlook for tourism in Lancaster county*. *Annals of tourism research*, Vol. 19, str. 565-583.
10. J.P Panonica, *Finansijski Izvještaji*. Dostupno na: <https://panonika.ba/wp-content/uploads/2018/02/Izvje%20a1taj-o-radu-JKP-Pannonica-doo-Tuzla-2014.pdf> , (posjeta: 11.12.2022).
11. Lundtorp, S. & Wanhill, S. (2001), *The resort lifecycle theory: Generating processes and estimation*. *Annals of tourism research*, Vol. 28, str. 947-964.
12. Mikačić, V.: *Koncepcija turističke destinacije*, III. Hrvatski geografski kongres, zbornik radova, Hrvatsko geografsko društvo Zagreb, Zadar, 2005., str. 376-383
13. Moore, W. & Whitehall, P.: *The tourism area life cycle and regime switching models*. *Annals of tourism research* vol.32, 2005.pp.112-126.
14. Pechlaner, H.: *Managing Tourist Destination: Why and How*, Conference Proceedings, First Draft: From Destination to Destination Marketing and Managemen, Ciset, Venice, 1999., str. 1-6.
15. Park, Jai-M., *The analysis of lifecycle of destination and the strategies of growth management: The case of Jeju Island*, Kyonggi University, 2002.