Prof. dr. Šime Šunić

TURISTIČKA POLITIKA U FUNKCIJI RAZVITKA OPĆINE CRIKVENICA

Uvodna razmatranja

Poznato je da je turizam vrlo složena društveno-ekonomska pojava. Ta pojava svojim obuhvaćanjem prati sve povijesne tijekove razvitka društva posljednjih dvije stotine godina. Tijek razvitka turizma omogućuje posebno istraživanje raznih pojava kao što su to političke, sociološke i ekonomske, koje su povezane s turizmom. Razvojem društvenih odnosa širi se i značenje turizma u svim njegovim dijelovima.

Zato kažemo da je turizam u pravom smislu riječi pojava modernog društva, jer još prije jednog stoljeća država uopće nije uočavala važnost te pojave i nije bila zainteresirana da je uključi u sistem svoje politike. Tek početkom ovog stoljeća uočavaju se najprije ekonomski, a kasnije i društveni utjecaji te pojave.

U ovo vrijeme, kad je turizam postao jedan od značajnih faktora nacionalnog gospodarstva i potreban faktor životnog standarda stanovništva, nužno je formiranje specifične turističke politike u sklopu opće ekonomske politike. Turistička politika je svjesna akcija i određena aktivnost društva usmjerena prema postizanju ciljeva i utvrđivanje sredstava radi ostvarivanja svih ekonomskih i neekonomskih funkcija turizma.

Budući da pojava određena pojmom turizma nosi kompleksan sadržaj, to se i turistička politika javlja kao ukupnost svih akcija kojima se aktiviraju brojni faktori i utječe na njihovo skladno djelovanje. Cilj opće turističke politike je, prema tome, postizanje zajedničkog interesa svih faktora u turizmu radi formiranja kompleksne turističke ponude i stimuliranja domaće i inozemne turističke potražnje i njihovo uključivanje u tržište.

To sve radi ostvarivanja razvitka turizma i postizanja dugoročnih ciljeva gospodarskog i društvenog razvoja u općini Crikvenici.

U odnosu na nosioce turističke djelatnosti u općini Crikvenici, vrlo je širok krug izvršitelja turističke politike. Tu se mogu ubrojiti: turističke agencije, hotelijerska poduzeća, prometna poduzeća, komunalna poduzeća i banke, zatim izvršni organi u općini, odnosno organi vlasti, kulturne i zdravstvene ustanove i institucije, turističke i sportske organizacije, pa i samo građanstvo mjesta i ukupno stanovništvo općine Crikvenice.

Veze između turističke politike i marketinga u turizmu u općini Crikvenici, potrebno je posebno naglasiti, jer se marketing sistemom formira turistička politika, koja znatno utječe na ukupan razvitak općine Crikvenice. Dakle marketing u turizmu predstavlja provođenje marketing koncepcije u razvoju organizacija turističkog gospodarstva. Moramo naglasiti da se marketing ne ograničava samo na poduzeća, već se ostvaruje koordinirano sa svim faktorima u društvenoj zajednici, odnosno općini, gdje se usklađuju programi i interesi općine, a time i ciljevi turističke politike.

1. Marketing. Pristup turističkoj politici u općini Crikvenici

Sam pristup turističkom gospodarstvu općine Crikvenice, obično se razmatra sa stajališta ponude i potražnje, odnosno ponuđača i tražilaca, koji su se pojavljivali na turističkom tržištu. Logično je da se između te dvije strane uključuju i državni organi ili institucije, odnosno organi općina sa svojim svim institucijama.

U svakom društvenom sistemu, državi pripada, osim funkcije proizvođača i potrošača, i druga vrlo značajna uloga, uloga kojom ona s pomoću svojih institucija utječe na društvene i gospodarske procese.

U ekonomskoj domeni, posebno su naglašeni zadaci državnih organa u okviru opće i posebne ekonomske politike. Znači da se može govoriti, s obzirom na značajan faktor turizma u općini Crikvenici, o turističkoj politici te općine, odnosno marketinškom pristupu turističkoj politici, koja obuhvaća:

- usmjereno planiranje,
- usmjereni razvitak turističkog gospodarstva i
- utjecaj na turističku stvarnost pomoću gospodarskih nosilaca.

Razmatranjem turističke politike, koja obuhvaća donošenje turističkih planova i turističke koncepcije za općinu, a pomoću općine i za državu, možemo reći da uglavnom proizlazi iz općih načela, koja upućuju na istovjetnost s marketinškom politikom.

Zato kažemo da nosioci turističke aktivnosti moraju biti općinske institucije, koje posebno mogu utjecati na turističke procese i rezultate s obzirom na određene turističke planove i ciljeve.

U tržišno orijentiranim gospodarskim sistemima postoji glavno načelo da se ponuda usmjerava putem tržišta, dok će se državne institucije pojavljivati samo kad tržišne snage zakažu. Osim toga postoje značajni društveni zadaci, koje u pravilu poduzeća sama ne mogu u dovoljnoj mjeri ostvarivati, pa se ostvarivanje ovih zadataka opravdano očekuje uz punu aktivnost javnih, odnosno državnih (općinskih) institucija.

Poznato je da turizam ima značajne ekonomske efekte, koji se posebno iskazuju u nacionalnoj domeni. Ti ekonomski faktori posebno utječu na gospodarski razvitak i zaposlenost stanovništva regije i općine.

Upravo zbog značajnog ekonomskog faktora turizma za općinu Crikvenicu, potrebno je spomenuti i turizam u toj općini kao faktor ekologije. Poznato je da se razvitak turizma u općini Crikvenici veže za prirodne resurse i s pomoću upravo tih resursa u raznim krajolicima, naseljima i uz njihovu atrakciju, može se govoriti o razvitku te gospodarske djelatnosti.[1] Zato očuvanje i unapređenje prirode i prirodnih ljepota, te stvaranje uvjeta da se turistički procesi mogu odvijati, upravo su posljednjih godina došli u prvi plan u općini Crikvenici i kao takvi potakli su sve više svijesti o tome. Zato općinske institucije moraju poduzeti značajne radnje za kvalitetno uspostavljanje prirodne ravnoteže, kako bi se temelji turizma trajno razvijali i na taj način održali.

Poznato je da je putovanje dio životne osobine. Koristi se za oporavak, razonodu, obnavljanje radnih sposobnosti, a u internacionalnim razmjerima zbližavanju ljudi. Upravo općina Crikvenica ima posebne pogodnosti za razvitak zdravstvenog turizma u svojim vrlo prihvatljivim i odavna poznatim zdravstvenim ambijentima.

---

1) Dr. Adolf Dragičević: Ekonomski leksikon, Informator, Zagreb, 1991., strana 163.

2. Turistička politika u općini Crikvenici

Poznato je da pod terminom turistička politika podrazumijevamo sve mjere javnih institucija republike i općine, koje pridonose razvitku i unapređenju turističkog gospodarstva.

Pod turističkom politikom u općini Crikvenici podrazumijevamo: usmjerenje prema tržišnom cilju, organizirano putem nosilaca, te plansko djelovanje koje posebno utječe na turističku realnost i turistički razvitak.

Turistička politika i planiranje, koje iz turističke politike proizlazi, rezultat je jednog procesa interesne artikulacije u kojoj uz općinske nosioce odlučivanja sudjeluju gospodarski subjekti i pojedinci.

Zato se turistička politika mora promatrati kao dio ukupne gospodarske politike općine Crikvenice. Poznato je da se uloga i formiranje turističke politike razlikuje u znatnoj mjeri od zemlje do zemlje, od regije do regije, i od općine do općine, prema tome kakav je odnos plana i tržišta, kakav je opći ekonomski stupanj razvoja, kakav je stupanj turističkog razvitka.

Kod svih planskih mjera, utvrđivanju ciljeva pripada značajna uloga. Ako je jasno što je turističko planiranje, a što su mjere turističke politike, onda mogu biti izabrane prave mjere koje će uspjeh, odnosno neuspjeh turističke politike na kraju procijeniti, odnosno odrediti. Poznato je da je u literaturi o općoj gospodarskoj politici i o planiranju vrlo opširno obrađena problematika sredstva i cilja.[2)]

Međutim mora se poći od toga da su ciljevi, s obzirom na određena svojstva, karakteristike, moraju analizirati, pa tek tada realizirati. U turizmu ne postoji opće prihvaćen turistički katalog ciljeva, a turistički radnici u praksi često su zauzeti mjesnim, regionalnim i općinskim ciljevima.

Kod utvrđivanja turističkih ciljeva u javnoj domeni uobličila su se obično tri osnovna područja kao:

- sredstvo=cilj,
- operacionalizacija ciljeva i
- kompatibilnost i konkurencija ciljeva.

Kod viših ciljeva turističke politike, obično je karakterističan cilj, razvitak i unapređenje turizma, odnosno turističkog gospodarstva, kao značajne forme oblikovanja slobodnog vremena ljudi, unapređenje i poboljšanje turističkog učinka, moguće je kroz otvaranje novih radnih mjesta, moguće je postići unapređenje turizma, odnosno turističkog gospodarstva, pomoću izjednačavanja gospodarskih razlika u regiji, odnosno općini, zatim sprečavanje sociooloških i ekoloških negativnosti u turističkom gospodarstvu.

Iz navedenih turističkih načela i ciljeva, možemo formulriati širi sistem ciljeva u turističkoj politici općine Crikvenice:

---

2) Dr. Šime Šunić i dr. Aleksandar Bazala: Marketing, mogući pogledi na razvoj marketing koncepcije ulaskom u 21. stoljeće, Privredni vjesnik, Zagreb, 1991., strana 68.

Ekonomski turistički ciljevi.

U te ciljeve obično se mogu uvrstiti porast turističkih vrijednosti, internacionalizacija gospodarskih i turističkih odnosa u općini, poticaj daljnjeg razvitka turističkog gospodarstva, ostvarivanje većeg prihoda per capita, veći prihod od poreza i taksi za potrebe općine, kao i veći devizni prihod izmjenjenom strukturom turističkih objekata, a time i izmjenjena struktura turističkih posjetilaca.

Zato se može reći da istodobno uz postizanje stalnog i odmjerenog gospodarskog rasta, veći stupanj zaposlenosti, stabilna razina cijena i vanjskotrgovinsku ravnotežu, može se postići putem turističkog i u turističkom gospodarstvu.

Ekološki turistički ciljevi.

Poznato je da zaštitom prirode turističkog područja, kao i njeno održavanje obuhvaća zaštitu flore i faune, životinjskog i biljnog svijeta, zaštitu voda, održavanje čistoće zraka i zaštita od buke. Potrebno je posebno istaknuti za općinu Crikvenicu zaštitu povijesnih vrijednosti, kako bi i buduća pokoljenja mogla čuvati i razvijati te turističke vrijednosti.[3)]

Ciljevi turističke politike.

U ovoj domeni ciljeva, nužno je naći ravnotežu između opće slobode i olakšanja putovanja, s jedne strane, i zaštite od kriminala, nemoralnog života i zdravstvene zaštite s druge strane.

Zaključak

Možemo reći da turistička politika daje samo okvirne uvjete i naznake za djelovanje jedne tako značajne gospodarske djelatnosti, kao što je turizam. Ona nastoji ostvariti punu slobodu turističkog gospodarstva u svom razvoju. Zato se može reći da turistička politika za općinu Crikvenicu, pokušava usmjeriti svoje djelovanje prema ekonomskom razvitku, ekološkoj i socijalnoj domeni.

Utjecaj na ekonomsku domenu sve manje je moguće postići utjecajem državnih organa i isntitucija. To je moguće prvenstveno postići tržišnim i poduzetničkim aktivnostima i mjerama. Tako se javljaju i marketinške aktivnosti na razini republičkih i općinskih organizacija i institucija.

Upravo zbog te uzročne veze turističke politike i nosilaca marketinške koncepcije u sastavu turističkog gospodarstva, potrebno je usklađivanje i dobro koordiniranje tih koncepcija. To znači da je marketinška koncepcija vrlo važna, te da je tu koncepciju potrebno prihvatiti kao važnu osnovu za uspješno privređivanje u op ini Crikvenici i koordinaciju postavljenih zadataka na planu razvitka gospodarstva u općini, odnosno kao osnova za postavljanje i provođenje turističke politike.

---

3) Dr. Walter Freyer: Tourismus, Einführung in die Fremdenverkehrökonomie, R. Oldenbourg Verlag, München, Wien, 1988., strana 241.