

zemalja koje (ne)svjesno, intencijski ili organizirano oblikuju turističke projekte i turističke poruke koje su možebitno, dakako, standardno mjerljive. U svijetu globalnog turizma turistički djelatnici moraju upravljati novim znanjima koji su mjerljivi na svim razinama turističkog djelovanja i komuniciranja, posebno na planu turističke promocije i propagande. U radu »Utjecaj globalne krize i novih izazova na ljudski razvoj« (V.Vujić, M.Ivaniš, B.Bojić) problemski otvaraju pitanja o utjecaju novih znanja na krizno turističko komuniciranje. Globalno nastupajuće turističko informacijsko razdoblje donosi strukturalne promjene koje nam donose globalne krize. Turistička industrija se strukturalno mijenja pod utjecajem novih tehnologija i globalnih kriza, tako da u turizmu nova znanja iz kriznog komuniciranja postaju prioritetna za upravljanje znanjem i ljudskim razvojnim potencijalom u turizmu. U raspravi »o učinkovitosti intelektualnog kapitala u hotelijerstvu« (A. Pulić, M.Kolaković, B.Bojić), »primjeni novih turističkih koncepcija« (S.Čamilović) i »razvojnim potencijalima Republike Hrvatske« (N.K.Aksentijević, Z.Ježić) autori sintetski progovaraju i zagovaraju novi vrijednosni sustav za upravljanje i mjerenje ljudskog razvoja. Zaključno (D.Sundač i I.F.Krmpotić) strukturalno razrađuju tehnologiju »mjerenja intelektualnog kapitala na primjerima hrvatskih poduzeća« primjenom metode izračunavanja materijalne imovine (vrijednosti) što predstavlja vrijedan znanstveni doprinos upotrebnim novim metrijskim vrijednostima za procjenjivanje učinkovitosti turističke industrije.

U trećem poglavlju (3) »Upravljanje znanjem u turističkim destinacijama« uvodno autori (V.Vujić, V.Stefanović, M.Deranja) u radu »Koncepti i uloga menadžmenta znanja« temelje doktrinu o upravljanju znanjem u turističkim destinacijama na ekonomskim, socijalnim i ekološkim konceptima. U analizi je izostao komunikacijski koncept bez kojeg se moderna turistička destinacija teško može razvijati pod utjecajem snažnog razvoja novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija koje se implementiraju u sve pore destinacijskog umreženog turističkog komunikacijskog društva. Ostali radovi u ovom poglavlju su vrijedna sustavna turistička analiza i primjena upravljačkih znanja u neposredno turističko destinacijsko poslovanje. Iskusni i provjereni turistički gospodarstvenici N.Karamarko, V.Cetinski i V.Galičić sintetski povezuju znanost i praksu te ukazuju na nove paradigmatičke oblike upravljanja znanjem u turističkim destinacijama. Njihove paradigmatičke oblike upravljanja turističkom destinacijom dopunjuju možebitnim novim specifičnim menadžerskim znanjima (D.S. Juradana, V.Šugar, M.Petković, A.A.Mirić i B.Blajić) komparirajući međusobna provedena

istraživanja o potrebitosti specifičnih poduzetničkih i menadžerskih znanja koja su nužna za upravljanje znanjem u turističkim destinacijama.

Možemo zaključiti da ova vrijedna znanstvena knjiga u sadržajnom smislu predstavlja hrestomatijski znanstveni projektni učinak i donosi vrijedne primijenjene znanstvene i stručne poučke kako upravljati suvremenim znanjem i ljudskim razvojem u turizmu.

Upravljanje znanjem i ljudskim razvojem je istovremeno i uvjeravanje znanstvene i stručne javnosti kako upravljati i razvijati turizam, dakle, ova knjiga je transakcijski znanstveni praktične poučak kako mijenjati stavove i mišljenja a posebno upravljačke i komunikacijske mehanizme za razvojni boljitak turizma na prostorima Republike Hrvatske. Slobodan sam predložiti autorima da nastave rad na započetom znanstvenom projektu »Upravljanje znanjem i kadrovima kao značajkom hrvatskog identiteta« u cilju prepoznatljivosti hrvatskog upravljačkog turističkog identiteta u cilju globalne turističke prepoznatljivosti hrvatskih destinacija u mnoštvu globalnih turističkih informacija koje nam nude različiti tiskani i elektronički mediji, turistički vodiči, internet, društvene komunikacijske mreže i web turistički portali na svim razinama turistički prepoznatljive destinacije. Ujedno predlažemo nadležnim ministarstvima da financijskom potporom pomognu realizaciju ovog vrijednog znanstvenog projekta pod vodstvom prof.dr.sc.Vidoja Vujića.

Ovu vrijednu znanstvenu knjigu (hrestomatijskog karaktera) predlažem svim turističkim gospodarstvenicima, studentima i profesorima turizma i menadženta, kao i drugim zainteresiranim znanstvenicima, te svima onima koji na drugi način promišljaju stratešku, tehnološku, menadžersku, organizacijsku i upravljačku budućnost razvoja turizma i turističkih destinacija na prostorima Republike Hrvatske.

Primljeno: 2010 – 12 – 22

Prof.dr.sc.Juraj Plenković
Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska

Stanko Geić: MENADŽMENT SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA, Split, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije u Splitu, 2011., 441. str.

Sveučilišni profesor, izvrsni poznavatelj turizma i dugogodišnji uspješni turistički djelatnik prof.dr.sc. Stanko Geić, voditelj specijalističkog diplomskog stručnog studija Trgovinsko poslovanje Sveučilišta u Splitu, priredio je novu znanstvenu knjigu / sveučilišni udžbenik pod naslovom „Menadžment

selektivnih oblika turizma“ u nakladi Sveučilišnog studijskog centra za stručne studije, Sveučilišta u Splitu, u volumenu od 441. stranice teksta, grafikona i tabelarnih prikaza formata A4.

Knjiga /sveučilišni udžbenik je, uz autorski predgovor, sadržajno strukturirana u sedamnaest zasebnih temeljnih poglavlja koja su međusobno povezana i čine logičnu i koherentnu znanstvenu i udžbeničku cjelinu.

Globalizacija je zahvatila ukupno turističko područje tako da glavno obilježje suvremenog turizma karakteriziraju kontinuirane i dinamične promjene na svim razinama turističkog upravljanja i turističke komunikacijske politike. Turistička upravljačka i komunikacijska politika postaje međuzavisna s nacionalnim turističkim politikama i menadžmentom upravljanja u svim pojavnim oblicima selektivnog turizma. Nova tipologija selektivnih oblika turizma donosi novi sustavni zasebni selektivni upravljački menadžment koji podrazumijeva i nove oblike turističkog upravljačkog komunikacijskog diskursa na svim razinama i oblicima selektivnog turizma. Turizam i hotelska industrija u mnoštvu selektivnih oblika turizma postaju ovisni o uspješnom specifičnom upravljačkom menadžmentu u turizmu. Novi globalizacijski, regionalni, nacionalni i lokalni turistički procesi oblikuju nove selektivne oblike turizma. Selektivni oblici turizma tragaju za novim i suvremenim oblicima upravljačkog menadžmenta. Na svim razinama selektivnih oblika u turizmu napuštaju se tradicionalni oblici menadžerskog upravljanja i otvaraju se mogućnosti za nove izazovne oblike djelovanja strateškog menadžmenta koji razvija i afirmira turističke specifičnosti koje nazivamo selektivni oblici turizma. Menadžment upravljanja selektivnim oblicima turizma otvara nove uslužne mogućnosti u ukupnom pružanju turističkih usluga u svim „selektivnim oblicima turizma“. Suvremeni menadžment selektivnih oblika u turizmu, dakako, otvara pitanja upravljanja ljudskim turističkim potencijalima, kao i pitanja kako upravljati selektivnim turističkim resursima u cilju uspostavljanja novih selektivnih turističkih standarda, turističke kvalitete i postizanja izvrsnosti u poslovanju. Menadžment selektivnih oblika u turizmu podrazumijeva strateško upravljanje na svim razinama upravljačkog menadžmenta u turizmu poglavito u domeni konzumiranja selektivnih oblika destinacijskog turizma. Destinacijski specifični menadžment upravljanja selektivnim oblicima u turizmu podrazumijeva nova upravljačka znanja i menadžerske sposobnosti za upravljanje i vođenje turističkih destinacija.

Ugledni sveučilišni profesor dr.sc.Stanko Geić, prethodno iznesene tvrdnje, uzima kao hipotetske pretpostavke za strukturiranje i oblikovanje svoje

najnovije knjige / sveučilišnog udžbenika. Nova autorska knjiga /sveučilišni udžbenik Stanka Geića generira nova znanja i uvodi studente /čitatelje u temeljne zakonitosti upravljačkog menadžmenta koje ugledni profesor svakodnevno izlaže i obrađuje u nastavnim predmetu „Menadžment selektivnih vidova međunarodnih putovanja i turizma“. Prof.dr.sc.Stanko Geić, sukladno planu i programu nastavnog predmeta, dodatno istražuje nove potencijalne mogućnosti koje nam donose i pružaju selektivni oblici turizma. Tako nam autor, s aspekta pružanja turističkih usluga, problematizira raznovrsnost selektivnih turističkih resursa u okvirima hrvatske turističke selektivne ponude i komparativno usporedno analizira postignuća menadžmenta s turističkim iskustvima razvijenih zemalja. Kako je razvoj i unapređenje menadžmenta selektivnih oblika turizma jedan od vodećih trendova globalne turističke industrije, u knjizi /sveučilišnom udžbeniku, autor analizira i sintetski interpretira menadžment selektivnih oblika u turizmu u kontekstu razumijevanja i izučavanja selektivnih obilježja i razvoja suvremenog turizma.

U metodološkom i sadržajnom pogledu autor u sedamnaest zasebno strukturiranih pojedinačnih poglavlja logički i argumentirano iznosi udžbeničko gradivo koje metodički približava čitateljima / studentima zanimljivom metodičkom prezentacijom studijskih nastavnih sadržaja.

Poglavlja su naslovljena: 1. Uvod; 2. Teorijski pristup menadžmentu turističkih resursa; 3. Specifičnosti menadžmenta u turizmu; 4. Turistički trendovi i socijalno političko okruženje menadžmenta u turizmu; 5. Menadžment prirodnih turističkih resursa; 6. Menadžment kulturnih resursa u turizmu; 7. Određenje, klasifikacija i menadžment selektivnih (posebnih) oblika turizma; 8. Zdravstveni turizam i zdravstvena kultura u turizmu; 9. Sportsko-rekreativni i pustolovni vidovi selektivnog turizma; 10. Menadžment kulturnog turizma; 11. Menadžment ruralnog turizma; 12. Ekoturizam, ekologija i koncept održivog razvitka; 13. Sociopatološki oblici selektivnog turizma; 14. Selektivni turizam i malo poduzetništvo; 15. Turistička politika EU prema selektivnom turizmu; 16. Orijehtacijska pitanja za vježbu; i 17. Literatura i izvori.

Prezentirana knjiga /sveučilišni udžbenik je ciljano odabrano studijsko gradivo koje sadržajno i metodički pokriva programske sadržaje studijskog predmeta „ Menadžment selektivnih vidova međunarodnih putovanja i turizma“. U knjizi /sveučilišnom udžbeniku su logično i metodički odabrane didaktičke cjeline i programski sadržaji koji omogućuju čitatelju / studentima mogućnost stjecanja potrebnih znanja i vještina koje su neophodne za obavljanje

menadžerskih poslova u domeni selektivnih vidova turizma i stjecanja menadžerskih kompetencija za neposredno djelovanje funkcionalnog menadžmenta u praksi turističkog djelovanja.

Korištena i citirana znanstveno-stručna literatura je koherentna i logično odabrana u skladu s novim suvremenim znanstvenim i didaktičkim zahtijevima kao i udžbeničkim standardima. Uvidom u raspoloživa dosadašnja istraživanja, slična problematika još nije na ovakav specifičan način obrađivana i u tom pogledu je razvidno da se pred nama nalazi zanimljiva knjiga /sveučilišni udžbenik čiji su programski sadržaji znanstvena i stručna novost u prezentiranju mjesta i uloge menadžmenta u selektivnim oblicima turizma . S pedagoškog , turističkog i komunikološkog gledišta knjiga / sveučilišni udžbenik je u funkciji obrazovanja za novo društvo znanja.

Autor knjige /sveučilišnog udžbenika prof. dr. sc. Stanko Geić je u eksplikaciji udžbeničkog gradiva ugradio svoje bogato polustoljetno praktično iskustvo, znanstvena i stručna znanja te postignute rezultate u svojim dosadašnjim znanstvenim i stručnim istraživanjima koja su objelodanjena u brojnim njegovim stručnim i znanstvenim radovima. Autor menadžment selektivnih oblika u turizmu shvaća i promatra kao rezultat empirijske holističke istraživačke analize multidisciplinarnih fenomena turizma i turističke kulture.

Prezentirani programski sadržaji ove knjige / sveučilišnog udžbenika studente i čitatelje instruktivno poučava i upoznaje s novim konceptima i primjerima upravljanja suvremenim selektivnim oblicima turizma. Dakako, ova knjiga / sveučilišni udžbenik, nam nudi kvalitetnu podlogu za stjecanje novih znanja i vještina koje su vrijednosno

korisni upotrebnii sadržaji u profesionalnom životu turističkih i kulturnih djelatnika u okvirima vlastitih poduzetničkih projekata ili drugih poslova na svim razinama menadžmenta u turizmu i kulturi kao i u drugim komplementarnim djelatnostima.

Možemo zaključiti da prezentirana knjiga /sveučilišni udžbenik predstavlja koherentan nastavni materijal za studente ekonomskih i humanističko kulturoloških studija. Uz prezentiranu opsežnu literaturu i studijske izvore izneseno udžbeničko gradivo predstavlja solidnu osnovu za didaktičko i metodsko izvođenje kvalitetnog nastavnog procesa iz studijskog predmeta „Menadžment selektivnih vidova međunarodnih putovanja i turizma“. Ujedno ova prezentirana knjiga /sveučilišni udžbenik otvara i nove mogućnosti obrazovanja i stjecanja novih znanja na drugim studijskim predmetima koji u užem ili širem smislu izučavaju fenomenologiju menadžmenta u alternativnim oblicima suvremenog turizma na svim razinama (pred)diplomskog, postdiplomskog i doktorskog studijskog obrazovanja.

Na temelju svega iznesenog slobodni smo ovu vrijednu knjigu/sveučilišni udžbenik preporučiti svim studentima turizma, ekonomije, kulture i menadžmenta na svim razinama dodiplomskih, diplomskih i doktorski studija te širem znanstvenom krugu koji u užem ili širem smislu izučavaju turizam, kulturu i menadžment.

Primljeno: 2011 – 03 – 05

Prof.dr.sc.Mario Plenković
Katedra za komunikologiju
Grafički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb,
Hrvatska