

## SOCIAL AND CULTURAL ENVIRONMENT OF TOURIST DESTINATION MANAGEMENT

### SOCIJALNO KULTUROLOŠKO OKRUŽENJE TURISTIČKOG DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA

GEIC, Stanko; BACIC, Lucija & GEIC, Jaksa

**Abstract:** *In the management of economic entities the administrative impact of local, regional and national state structures is not appropriate to modern market economy. However, in case of destination tourism, as a complex system of economical and social factors, the role of the state and its organs, as well as the entire socioeconomic and cultural and ecological environment, is far more complex and important. This paper include: a) Global movements in environment of tourist management, b) Socio-political environment of tourist destination management in Croatia, c) Problems of effective destination management in Croatian tourism, d) Modern models of effective tourist management.*

**Key words:** *management, tourism, environment, models, tourist future*

**Sažetak:** *Kod menadžmenta gospodarskih subjekata administrativni utjecaj lokalnih, regionalnih i nacionalnih državnih struktura nije primjeren suvremenom tržišnom gospodarstvu. Kada je riječ o turizmu destinacije kao složenom sustavu gospodarskih i društvenih čimbenika, uloga države i njenih organa pa i cijelog socioekonomskog i kulturno ekološkog okruženja, daleko je složenija i važnija. Rad obuhvaća: a) Globalna kretanja u okruženju turističkog menadžmenta, b) Socijalno političko okruženje turističkog menadžmenta u Hrvatskoj, c) Problemi učinkovitog destinacijskog menadžmenta u hrvatskom turizmu, d) Suvremeni modeli učinkovitog turističkog menadžmenta.*

**Ključne riječi:** *menadžment, turizam, okruženje, modeli, turistička budućnost*



**Authors' data:** Stanko **Geic**, prof.dr.sc., Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, sgeic@oss.unist.hr; Lucija **Bacic**, mr.sc., Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, lbacic@oss.unist.hr; Jaksa **Geic**, prof, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, jaksa.geic@st.htnet.hr

## 1. Uvod

Sagledavajući elemente i funkcije menadžmenta kao pretpostavke uspješnog poslovanja gospodarskih i društvenih-javnih organizama u složenom turističkom organizacijskom sustavu, u okviru ovog rada na teorijskoj i praktičnoj razini biti će analizirani temeljni konstitutivni elementi turističkog sustava destinacije u njihovoj povijesnoj, aktualnoj te futurističkoj dimenziji.

Cilj je pronalaženje optimalnog modela funkcioniranja cjelovitog turističkog sustava i njegovih podsustava kao garancije dugoročne učinkovitosti turizma na prostoru turističke destinacije, sukladno konceptu održivog razvitka koji treba osigurati optimalne probitke te zaštitu prostora i okruženja današnjoj, te nadolazećim generacijama. U tome je iznimno značajna uloga upravo menadžerskih struktura na svim razinama, koje upravljaju aktualnim procesima te onima u okviru osiguranja održive turističke budućnosti.

## 2. Globalna kretanja u okruženju turističkog menadžmenta

Aktualna globalna gospodarska kriza koju mnogi tretiraju prvenstveno krizom morala, pokazala je potrebu novog racionalnijeg održivog gospodarenja resursima čovječanstva te funkcioniranje svjetskog poretka na novim načelima suvremenog menadžmenta. Oni počinju s odgovornim planiranjem a završavaju učinkovitim kontroliranjem svih gospodarskih i društvenih resursa i procesa, čime bi se spriječile neetičke pa i kriminalne te špekulativne radnje koje očigledno mogu uzdrmati globalni svjetski poredak. To je posebno evidentno u neodgovornom odnosu čovjeka prema prostoru i ekologiji za što Sv. Otac I.Pavao II s pravom kaže: „Ekološka kriza je kriza morala i zbiljski prezir spram čovjeka.“

U iznijetom kontekstu, a sukladno proročanskoj viziji Vukonića [1] « *u budućnosti se ne bojimo za turizam, strah nas je čovjeka* », u dugoročnim projekcijama turističkih kretanja treba računati s mogućim sličnim scenarijima, ali i nekim novim za međunarodni turizam aktualnim okolnostima, koje uz promišljene menadžerske i marketinške strategije dijelom mogu relativizirati spomenuta ograničenja, posebice kada su u pitanju kvantitativni trendovi fizičkog obujma turističkog prometa. Turistički futurolozi i menadžerske strukture logično trebaju odgovarajuće vrednovati suvremene organizacijske te civilizacijske tehnološke iskorake čovječanstva s direktnim učincima na olakšavanje turističkih putovanja. To je prije svega nova informatička revolucija koja je svjetske destinacije u marketinškom smislu približila milijunima korisnika interneta, olakšavajući putovanja, pribavljanja potrebnih informacija i rezervacija pa i plaćanja, izbjegavajući potrebu turističkih posrednika, uz sve veću individualizaciju putovanja. Nadalje, treba istražiti kakva je neposredna turistička budućnost u kontekstu prave poplave niskotarifnih avioprijevoznika koji snižavanjem cijena putovanja, te ukupnih aranžmana omogućavaju uključenje u turističke tijekove nove mase turista niže kupovne moći, posebice u periodu izvan sezone, što ekonomskim i organizacijskim mjerama postižu i lanci hotelijera te svjetskih turoperatora u bespoštednoj borbi za sve segmente svjetske turističke potražnje.

Na budućnost turističkih putovanja osim spomenutih globalnih problema (energije, hrane i pitke vode) utjecat će u dugom roku izuzetno pozitivno i nova tehnološka dostignuća primjerice u automobilskoj industriji (elektromobil, solarni automobil), s mogućim pojeftinjenjem ovog glavnog prometnog sredstva, posebice kada su u pitanju turistička putovanja na bližim i srednjim udaljenostima. Što je, već uočeni trend svjetskog turizma u sklopu njegovih brojnih posebnih oblika i vidova.

### **3. Socijalno političko okruženje turističkog menadžmenta u Hrvatskoj**

Ako su gore spomenuti procesi s izuzetno štetnim posljedicama evidentni u tzv. «banana republikama» kao recidiv neciviliziranosti i višestoljetne kolonijalne vlasti, s žaljenjem treba konstatirati da se nakon polustoljetne željene izgradnje civiliziranog društva na zasadama europskih tradicija, te postupnog apliciranja europskih kulturoloških i legislativnih normi, slične negativnosti svakodnevno bilježe i na našim prostorima, pa i hrvatskom priobalju kao najkvalitetnijem turističkom prostoru Sredozemlja.

Čini li Hrvatska ispravne korake ili pak suprotno, široko otvara vrata kriminalnom i špekulativnom kapitalu u sferi dragocjenih priobalnih nekretnina koje treba tretirati kao prvorazredno nacionalno bogatstvo čuvano generacijama? Ponavlja li se i danas scenarij s početka devedesetih na koji se kritički osvrće i institucija Predsjednika Republike, kada su(para) državne strukture omogućile sustavnu pljačku te uništavanje gospodarstva, svemoć uvozno trgovačkih lobija, rasprodaju bankarskog sustava te sveopću kriminalizaciju procesa pretvorbe i privatizacije, s nesagledivim posljedicama koje će ispaštati i nadolazeće generacije?

Sukladno izvješćima medija pa i relevantnih međunarodnih institucija poput Europske komisije i Svjetske banke, tome je očigledno pogodovala izgradnja hrvatskog društva temeljenog na isključivosti partitokratskog ustroja koji negativnom selekcijom kadrova iz procesa menadžmenta te gospodarskog i političkog odlučivanja eliminira najkvalitetnije kadrove te marginalizira „tihu većinu“. U kontekstu aktualnih najava menadžerskih i političkih struktura o još jednoj sramotnoj rasprodaji ovaj put naftnih i izvora pitke te termalne vode, lokaliteta za «golf terene» kao dragocjenih prirodnih resursa i sveopćeg nacionalnog bogatstva, što koincidiraju s zahtjevima poduzetničkih tajkuna, o ukidanju plaćenog dnevnog odmora i blagdana kao socijalnu i pravnu stečevinu civiliziranog društva, ne čude burne reakcije hrvatskog puka. On uz pomoć medija sve češće prepoznaje i otkriva špekulativne radnje u prostornim planovima i transakcijama nekretnina (golf tereni kao paravan za novu“ betonizaciju“ priobalja, turistički kompleksi u nekad zaštićenim područjima kroz manipulacije prostornim planiranjem, špekulacije s promjenom namjene zemljišta uz buduće prometnice i sl.).

U okviru iznijetih pojavnosti i procesa, a u kontekstu razvoja turizma kao bitnog propulzivnog faktora ukupnog gospodarskog i društvenog razvoja Hrvatske, treba posebno sagledavati segment menadžmenta turističkih resursa, uz konstataciju da okvir za razvoj menadžmenta prirodnih i kulturnih resursa svojim instrumentima određuje upravo država kao globalni menadžer donošenjem zakonske regulative te

usvajanjem i nadziranjem planova i programa zaštite okoliša te kulturnog naslijeđa, uz odgovarajuću klasifikaciju, što omogućava modalitete njihove ekonomske valorizacije [2].

Iako u turističkoj znanosti već dugo postoje interdisciplinarnе studije koje zahvaćaju segmente korištenja prostornih i na njima zasnovanih sociokulturoloških komponenti s interakcijom ekonomije, geografije, psihologije, sociologije i ekologije, pa čak i nastojanja da se razvije turizmologija kao posebna znanost, još uvijek u praksi nema discipline koja bi se sustavno bavila održivim menadžmentom turističke valorizacije prostornih resursa. To bi osiguralo turističku resursnu održivost na dugi rok kao «conditio sine qua non» turističke budućnosti. U tom smislu, a na tragu nužnosti donošenja odgovarajućih dokumenata razvojne politike u Hrvatskoj, gospodarstvenici pa i organi izvršne i zakonodavne vlasti već godinama ističu neophodnost donošenja odgovarajućih planskih dokumenata koji bi odredili strategiju gospodarskog razvitka zemlje kao temeljne podloge menadžmentu na svim razinama, pa i u segmentu turizma i pratećih djelatnosti kao temeljnih propulzivnih čimbenika ukupnog gospodarskog i socijalnog razvitka. O tome autoritativno u svojim radovima pišu i hrvatski suvremeni autori [3], [4], [5], [6], [7], [8] te brojni relevantni strani autori koji se pobliže bave problemima upravljanja i gospodarenja prostorom.

Kada je o turizmu riječ, uz ostale propuste i nedorečenosti zakonodavne legislative, i to može biti krucijalnim razlogom ustručavanja ulaganja stranog pa i domaćeg kapitala u nasušno potrebne «green field» investicije u turističko hotelijerstvo koje na današnjoj razini stotinjak tisuća kreveta u hotelskom smještaju relativno niske kategorije, ni izdaleka ne zadovoljava potražnju. To je u svakom slučaju daleko ispod resursnih potencijala, te objektivnih potreba Hrvatske koja se deklarativno odredila za koncepciju intenzivnog razvitka kvalitetnog održivog turizma kao temeljne propulzivne grane ukupnog gospodarskog i društvenog razvitka.

Sve ovo dakako izaziva dezorijentaciju gospodarskih subjekata te otežava predlaganje i donošenje odgovarajućih programa i odluka menadžerskih struktura na svim razinama, posebice kada je riječ o programiranju budućnosti, što je jedan od temeljnih zadataka suvremenog strateškog menadžmenta posebice aktualan u turizmu. Ovaj koncept stoga mora biti na tragu suvremenih koncepcija te metoda i modela u menadžmentu kao što su primjerice SWOT analiza te suvremena PEST analiza koja obuhvaća široki presjek političkih ekonomskih, socioloških i tehnoloških čimbenika okruženja što direktno utječu na pojavu koja se istražuje, u našem slučaju turizam [9].

#### **4. Problemi učinkovitog destinacijskog menadžmenta u turizmu RH**

U kontekstu učinkovitijeg turističkog razvitka, iznijete manjkavosti turistička organizacija u posljednje vrijeme pokušava na tragu iskustava razvijenih svjetskih destinacija u različitom administrativno upravno administrativnom miljeu, nadoknaditi master i marketinškim planovima u turističkim regijama i na razini globalnog hrvatskog turizma. Upravo ovi dokumenti bi trebali biti orijentir menadžmentu te akterima političkog i društvenog odlučivanja na razini lokalne i regionalne uprave.

Objektivni problem koji ometa odgovarajući tempo turističko gospodarskog razvitka je i u neracionalnoj te nelogičnoj regionalnoj administrativnoj podjeli zemlje izvršenoj prema politikantskim interesima vladajućih struktura, a ne povijesno tradicijskim i prostornim te gospodarskim kriterijima. Taj enormno skupi a neefikasni pa i stručno nekompetentni ustroj koji je po broju gradova i općina na razini Velike Britanije, a pet puta veći od nama primjerene Danske, generirao je odgovarajući administrativni aparat često kao uhljebljenje poslušnim političkim kadrovima, iskazujući nesposobnost pa i potkupljivost, što je uz ostalo rezultiralo činjenicom da se zemlja našla na samom rubu kolapsa. Iznijeto logično ima teške reperkusije na aktualni turistički razvitak i turističku poziciju zemlje te pojedinih destinacija u čemu bi posebnu ulogu trebao imati upravo kvalitetni turistički destinacijski menadžment koji treba osmišljavati uspješni koncept održivog regionalnog razvitka hrvatskog turizma.

Naime, kako je moguće kreirati kvalitetni gospodarski pa i turistički menadžment kada politika dirigira gospodarstvom posredstvom nadzornih odbora ili upravnih vijeća kao eksponenata stranačkih politbiroa koji, sukladno brojnim medijski objelodanim slučajevima, obično ništa ne znaju, ničim efikasno ne upravljaju niti što nadziru. To ilustrativno pokazuju najnoviji slučajevi korupcije i kriminala koji sežu do najviših vrhova vlasti, što su predmet aktualnih istražnih i pravosudnih tijela.

Činjenica da je opća politizacija zemlje koja je negativnom kadrovskom selekcijom iz sfere političkog a time i poslovnog odlučivanja isključila najveći pa i najsposobniji dio hrvatskog u biti apolitičnog pučanstva, ima za posljedicu relativno zaostajanje Hrvatske, posebice u odnosu na izuzetnu vrijednost resursa i ljudski potencijal dokazan diljem svijeta. Stoga paradoksalno pa i tragično u zemlji običavajućih socio-gospodarskih potencijala trećina pučanstva živi na rubu siromaštva, uz istovremeno bogaćenje trgovačke, bankarske i špekulativne oligarhije te političkih struktura. Sve se to dakako odražava i na hrvatski turizam jer to nije ozračje koje može generirati neophodno zadovoljstvo puka, turističkih djelatnika pa time ni turista koji žele odmor u harmoničnom i zadovoljnom društvenom okruženju. Nekompetentnost političkog establišmenta koji arbitrira gospodarskim i društvenim procesima u zemlji je sasvim logična imajući u vidu činjenicu da ni unutarjni partitokratski ustroj ne pozna institut kadrovanja temeljen na obrazovanju, kompetencijama, natjecajima i sličnim demokratskim stečevinama. To se po logici stvari preslikava u sferu gospodarskog i javnog života, sa posebice zabrinjavajućom negativnom selekcijom kadrova u svim sferama društvenog života, te aktualnom tendencijom da se političko arbitriranje prenese i na dosada relativno autonomne javne medije što presedan u europskim demokratskim sustavima. Štoviše, nakon već pokorenog sustava prosvjete kroz majorizaciju delegiranih županijskih i gradskih (općinskih) logično potpuno neukih političara u upravna vijeća, prema novim prijedlozima izmjena zakona atakira se i na dosada relativno autonomne strukture visokog školstva te znanosti. Time bi proces odnosno prema nekim slobodoumnim analitičarima „pakleni scenario“ konačno bio okončan, naravno ukoliko ga hrvatsko pučanstvo uopće uspije dočekati, imajući i vidu aktualne gospodarske trendove koje neumitno vode prema grčkom odnosno

argentinskom sindromu koga zasada priječe jedino prihodi iz osnova skromnih ali ipak spasonosnih rezultata turističkih sezona. Kreću li slične pogubne inicijative i u turističkoj društvenoj organizaciji bit će uskoro poznato, nakon inauguracije čelnih organa izvršne vlasti na funkciju predsjednika turističke društvene organizacije, slijedom izmjena zakona o turističkoj zajednici, što je samo po sebi nelogično a možda ne ustavna odredba.

Sudeći po anketama javnog mišljenja sve ovo izaziva frustraciju posebice kod politički neopredijeljene mladeži, koja također unatoč edukaciji i stručnim kompetencijama nema mogućnosti participacije u bitnim elementima društvenog i gospodarskog života. Simuliranjem kvazi demokratskih procesa te onemogućavanjem slobodnog djelovanja tržišta, uključujući i tržište ljudskih resursa, zbog pogodovanja «odabranima», u zemlji se bilježi sveopće nezadovoljstvo, uz nesnalaženje već ranije politički razbijenog sindikalnog pokreta, a potom apatija i rezigniranost pučanstva, a posebice mladih koji nerijetko izlaz pronalaze u napuštanju Domovine, što je scenarij za koji se mislilo kako pripada prošlosti. Kako u ovakvom ozračju sukladno elaboriranom suvremenom PESTEL modelu turistički menadžment može osigurati primjerenu turističku uslugu i osmijeh dobrodošlice te iskreno gostoljublje neposrednih izvršilaca, što je desetljećima bio obilježje hrvatskog turizma, koje je osiguravalo višekratni povratak gosta te novih turista temeljem usmene predaje o zadovoljstvu odmorom u destinaciji. Očigledno su neophodne značajne promjene u politici i organizaciji upravljanja gospodarstvom i društvom u cjelini, a time logično i turizmom koji svojim učincima prožima cjelokupno hrvatsko društvo, a koje pučanstvo očekuje konačnim priključenjem zemlje Europskoj uniji.

Sve iznijete opservacije na tragu su poznatih stavova i poruka turističkog klasika D. Alfiera [10] kako je o svim problemima hrvatskog turizma i društva u cjelini potrebno kritički javno govoriti te nuditi rješenja, što je i važan zadatak hrvatske akademske zajednice. Pri tome se međutim zaboravlja da je najsnažniji medij akademske zajednice upravo studentska populacija koja je obrazovana, kompetentna i neopterećena politikanskim stereotipima te je i u stanju najradikalnije riješiti i naizgled nerješive probleme svoje budućnosti, koje aktualni vinovnici u politici odnosno vlasti samo skrivaju pod tepih do kraja svog mandata. Naime, potop koji će uslijediti, vjeruju oni, ionako ne može doseći visine na koje su u međuvremenu locirali svoje hacijende po uzoru na „vile rustice“ zaslužnih veterana slavni ali i zloglasni rimskih legija čiji arheološki ostaci danas predstavljaju zanimljive turističko kulturološke itinerere nekada velebne rimske provincije Dalmatie.

## **5. Suvremeni modeli učinkovitog turističkog menadžmenta**

Očigledno je da su u aktualnoj domaćoj netransparentnoj sociopolitičkoj atmosferi koja guši napore menadžmenta gospodarskih subjekata i poduzetničku inicijativu, neophodni iznimni naponi u borbi za opstanak najvećeg dijela hrvatskih poduzetnika uključujući i one u turizmu. To je u natjecanju s konkurencijom na svjetskom turističkom tržištu, gdje postoje sasvim druga pravila, dodatan uteg koji usporava objektivno moguća kretanja prema uspješnijoj sutrašnjici. U tom kontekstu neophodno je pokušati pronaći nove formule za uspješno djelovanje menadžmenta u

okruženju civiliziranog društva koji Hrvatsku vjerojatno očekuje ulaskom u Europsku uniju.

Za politički i socijalni konsenzus posebice su bitne etičke i moralne norme te vrijednosti i vjerovanja koje bi država i društvo svojim instrumentarijem trebali permanentno razvijati, što je od značaja i za turistički menadžment koji ih se mora pridržavati pri donošenju odluka. U tom smislu u razvijenim demokracijama ustalila su se načela i društvena uvjerenja po kojima se ravnaju sve društvene kategorije, a od kojih su primjerice u SAD najznačajnija vjerovanja da postoje prilike za sve ljude koji su voljni raditi i iskoristiti ih [11].

Pristup Hrvatske europskim integracijskim procesima pretpostavlja implementaciju odgovarajuće zakonske legislative Europske unije te efikasno i racionalno usklađen regionalni ustroj zemlje, uz prihvaćanje demokratskih pravila i tržišnog ponašanja u gospodarstvu i društvu sukladno dostignutim normama suvremene civilizacije kojoj se hrvatsko društvo želi približiti. To će zasigurno svoje reperkusije imati na brži i učinkovitiji turistički razvitak na nacionalnom i regionalnom planu. Naime, u vrijeme zaostajanja hrvatskog turizma za konkurencijom tijekom ratnih devedesetih, naši konkurenti u okviru brojnih nacionalnih projekta ubrzano napuštaju manire centralističkog marketinga i menadžmenta, reafirmirajući koncept turističkog regionalizma, podržavajući marketinške nastupe i projekte redizajniranja regionalne turističke ponude pod geslom «Total quality management», što je odgovaralo zahtjevima vrlo segmentirane i sofisticirane turističke potražnje. Rezultat ovih napora menadžerskih struktura turističkog gospodarstva, turističke organizacije, te regionalne administracije i znanosti su primjerice projekti reanimacije brojnih narušenih španjolskih, francuskih i talijanskih otočnih i priobalnih regija uključujući i reafirmaciju dugo vremena zapostavljenog ruralnog zaleđa kroz različite i sve traženije oblike selektivnog turizma [12].

U okviru aktualnog regionalnog organizacijskog ustroja hrvatskog turizma kao jedini objektivni kohezivni faktor koji ima i odgovarajuće legislativo uporište trenutno može biti ustroj turističke društvene organizacije koja sukladno Zakonu o turističkim zajednicama [13] može suglasjem postojećih formirati i nove oblike organiziranosti na razini širih regija. To mogu biti turističke zajednice regija, rivijera, otoka i drugih regionalnih cjelina koje predstavljaju zaokruženu turističku destinaciju te su u stanju formirati konkurentan turistički proizvod. Kreiranjem odgovarajućeg organizacijskog turističkog sustava kroz interesno povezivanje brojnih gospodarskih i društvenih subjekata, uz kompetentni destinacijski menadžment mogu se realizirati turistički projekti i programi u maniri TQM, i postulata suvremenog integralnog marketinga, što će objektivno postojeće komparativne, pretvoriti u tržišne konkurentne prednosti. Sasvim je logično da između ostalih funkcija, državni organizacijski ustroj ima glavnu odgovornost u procesu istraživanja i zaštite prirodnih i kulturnih resursa, osiguranjem odgovarajuće zakonske i financijske podloge, prostornim planiranjem te formiranjem organa i organizacija koje će

učinkovito djelovati na lokalnoj i regionalnoj razini. No krahom neo liberalnog modela upravljanja po konceptu „le se faire“ država sve češće, a posebice u turizmu mora osigurati odgovarajuće ozračje te poticajne mjere za intenzivniju izgradnju hotelijerske suprastrukture. Naime ona je po prirodi stvari u sezonskom turizmu nisko profitna, ali izrazito poticajna za prateće komplementarne djelatnosti te ukupnu društvenu rentabilnost.

Opće je poznato da je stihijski rast turizma kao i drugih djelatnosti na mnogim dijelovima priobalnog prostora Mediterana pa i Jadrana ugrozio okoliš gotovo do mjere prestanka njegove atraktivnosti i turističko-rekreativne funkcije. Pred turistički, a posebice menadžment prirodnih pa i turističkih resursa, to postavlja iznimno odgovornu zadaću, vodeći poglavito računa o činjenici da su ovi resursi iznimno rijetki te dragocjeni u nacionalnim pa i svjetskim relacijama.

U kontekstu iznijetog i kada je u pitanju hrvatski turizam koji će skorim ulaskom zemlje u EU sasvim izvjesno doživjeti novi razvojni ciklus slijedom privlačenja novih tržišnih segmenata potražnje, te zasigurno i značajnih «grien field» investicija u turističku suprastrukturu. Kako su one zbog poznatih razloga dosada izostale, potrebno je reaktualizirati analize koje pokazuju stupanj ukupne društvene rentabilnosti turističkog razvoja, vrednujući uz gospodarske i društvene probitke te objektivne štete koje mogu nastati intenzivnim turističkim razvitkom.

To dakako ne pokazuje instrument turističke bilance pa ni dugo najavljivana satelitska bilanca koja nastoji prikazati sve direktne i indirektno koristi turističke djelatnosti, nego minuciozna cost-benefit. U tom smislu vrijedne su i aktualne analize na tragu istraživanja I. Antunca [14], [15] a posebice cost - benefit bilanca koju osmišljava još N. Vanhove [16]. Analizirajući investicijsku politiku turizma I. Antunac već od 1957.god. pledira za put koji ne kreće od niske individualne rentabilnosti turističkog ugostiteljstva, nego od opće društvene rentabilnosti turizma. [17]. Da bi se uočili svi relevantni društveno ekonomski efekti određenog razvojnog programa, N. Vanhove [18] daje prikaz cost-benefit analize koji je u to vrijeme, a čini se i danas još uvijek jedan od najboljih metodoloških prikaza ove metode u turizmu, sa širokim makroekonomskim pristupom koji uključuje i trošenje prirodnih te antropogenih čimbenika.

Analiza utvrđivanja doprinosa međunarodnih turističkih putovanja i turizma realizaciji ciljeva razvoja, za koje se određeno društvo ili regija opredijelila, mora prihvatiti činjenicu da ti ciljevi nisu strogo racionalne ekonomske prirode nego optimalni konsensus različitih pozitivnih ali i popratnih negativnih procesa koje ovaj razvitak nosi sa sobom. U nastojanju da se utjecaj gospodarstva na okolinu procjenjuje i izvan ekonomskim parametrima, čak i Cost-Benefit analize daju relativno ograničene rezultate. Tako se već od 60-tih godina razvija pristup pod nazivom EIA - Environmental Impact Assessment. Ovim principom u procesu razvojnih odluka obuhvaća se uz ekonomske i cjelina ekoloških razmatranja. U tom kontekstu vrlo su aktualni modeli „carrying capacity“ prostora primijenjeni u praksi



razvijenih turističkih zemalja poput modela ekoturizma na priobalnom i morskom prostoru- META, Model granica prihvatljivih promjena- LAC, te Model pomoći razvojnoj turističkoj politici PREPARE i sl. [19]. U ovom smislu zanimljivi su i modeli turističke valorizacije resursa te nosivog kapaciteta za što Bilen [20] nudi Cramponov gravitacijski model odnosno Stanevljev model nosivog kapaciteta koji osiguravaju osnovne elemente održivog turističkog razvitka odgovarajućeg lokaliteta. Sve iznijeto predstavlja suvremene modalitete koje destinacijski turistički menadžment mora znati primijeniti i u hrvatskom turizmu slijedom opredjeljenja zemlje za koncept održivog turizma što je obaveza koju nameće strategija razvoja hrvatskog turizma ali i svjetska turistička organizacija UNWTO brojnim svojim dokumentima i rezolucijama.

## 6. Literatura

- [1] Vukonić B. (1994). *Turizam ususret budućnosti*, Ekonomski fakultet, Zagreb.
- [2] Pančić Kombol, T. (2000). *Selektivni turizam*, TMCP Sagena, Matulji.
- [3] Šimunović, I. (2005). *Planiranje ili pravo na budućnost*, Marijan tisak, Split.
- [4] Kušen, E. (1996). *Atraktivnosti i atrakcije*, UT Hrvatski turistički magazin, Zagreb
- [5] Klarić, Z., Gatti P. (2006). *Hrvatski turizam, plavo, bijelo, zeleno*, IT Zagreb.
- [6] Geić, S. (2002). *Turizam i kulturno civilizacijsko nasljeđe*, Veleučilište u Splitu, Split.
- [7] Geić, S. (2007). *Organizacija i politika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
- [8] Geić S. (2010). *Menadžment selektivnog turizma*, (u.t.), Sveučilište u Splitu, Split.
- [9] Pavičić, J. et al. (2006). *Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti*, Masmedia, Zagreb.
- [10] Alfier, D. (1995). *Turizam-izbor radova*, Institut za turizam, Zagreb.
- [11] Koontz, H., Weinrich, H. (1988/ 1998). *Management* (IX ed), McGrau-HillBook Company, New York.
- [12] Geić, S. (2007). *Organizacija i politika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
- [13] Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 30/94)
- [14] Antunac, I. (1965). *Utjecaj turizma na narodnu privredu SZPP*, Beograd.
- [15] Antunac, I. (1992). *Udio Hrvatske u turizmu bivše Jugoslavije*, Turizam 7-8, Zagreb.
- [16] Vanhove, N. (1972). *Aplication of the Cost Benefit Analysis of Tourism*, (AIEST) Gurtenverlag, Berne.
- [17] Antunac, I. (1965). *Utjecaj turizma na narodnu privredu SZPP*, Beograd.
- [18] Vanhove, N. (1972). *Aplication of the Cost Benefit Analysis of Tourism*, (AIEST) Gurtenverlag, Berne.
- [19] Geić, S. (2007). *Organizacija i politika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split.
- [20] Bilen M. (2006). *Turizam i prostor*, Veleučilište u Karlovcu, Karlovac.



Photo 048. Plantain / Trputac