Razvoj održivog turizma u odabranim turističkim destinacijama - komparativni pristup

Vranić, Adriano

Master's thesis / Diplomski rad

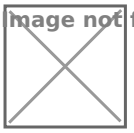
2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:590584

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula





Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Sveučilišni interdisciplinarni studij Kultura i turizam

ADRIANO VRANIĆ

RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U ODABRANIM TURISTIČKIM DESTINACIJAMA – KOMPARATIVAN PRISTUP

Diplomski rad

Pula, prosinac 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Sveučilišni interdisciplinarni studij Kultura i turizam

ADRIANO VRANIĆ

RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U ODABRANIM TURISTIČKIM DESTINACIJAMA – KOMPARATIVAN PRISTUP

Diplomski rad

JMBAG: 17-KT-D, vanredni student
Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Upravljanje održivim turizmom
Mentor: Doc.dr. sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, prosinac, 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisan Adriano Vranić, kandidat za magistra kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, 15. prosinca 2016. godine

SADRŽAJ

1. **UVOD** 1

2. **POJAM TURISTIČKE DESTINACIJE** 3

2.1. ATRAKTIVNOSTI I OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE 4

2.2. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM DESTINACIJOM 5

2.3. TEMELJNE FUNKCIJE DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA 7

2.3.1. *FUNKCIJE PLANIRANJA* 8

2.3.2. *FUNKCIJE ORGANIZIRANJA* 10

2.3.3. *FUNKCIJE KONTROLE* 11

2.4. ŽIVOTNI CIKLUS DESTINACIJE 12

3. **ODRŽIVI TURIZAM** 15

3.1. POJAM ODRŽIVOG RAZVOJA 15

3.2. MEĐUOVISNOST ODRŽIVOG RAZVOJA I TURIZMA 17

3.3. POJAM ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA 18

3.4. NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA 18

3.4.1. *NAČELA EKOLOŠKE ODRŽIVOSTI* 19

3.4.2. *NAČELA SOCIOKULTURNE ODRŽIVOSTI* 20

3.4.3. *NAČELA EKONOMSKE ODRŽIVOSTI* 21

3.5. TURISTIČKE POLITIKE U KONTEKSTU ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA 21

4. **RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA JUŽNE ISTRE** 25

4.1. STRATEŠKI DOKUMENTI 26

4.2. POTPORE EUROPSKE UNIJE 27

4.3. OPĆINA MEDULIN 29

4.3.1. *DEMOGRAFSKA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA OPĆINE MEDULIN* 30

4.3.2. *PREDNOSTI I NEDOSTACI KOJE UTJEČU NA IMPLEMENTACIJU ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE* 33
4.3.3. *POZITIVNI UČINCI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE MEDULIN* 34
4.4. OPĆINA LIŽNJAN 38
4.4.1. *DEMOGRAFSKA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA OPĆINE LIŽNJAN* 39
4.4.2. *PREDNOSTI I NEDOSTACI KOJE UTJEČU NA IMPLEMENTACIJU ODRŽIVOG TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE* 42
4.4.3. *POZITIVNI UČINCI NA RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE* 43
5. **USPOREDBA RAZVOJA TURIZMA U RAZMATRANIM DESTINACIJAMA** .. 47
6. **ZAKLJUČAK** 50
LITERATURA 52
POPIS TABLICA 54
POPIS SLIKA 54
SAŽETAK 55
SUMMARY 56

1. UVOD

Svaka destinacija posjeduje određena svojstva koja je čine jedinstvenom na svijetu pa je tako i svaka turistička destinacija na svoji način specifična. Turistička destinacija u današnje doba svakako mora biti usmjerena na zadovoljavanje svih dionika koji se nalaze na njezinom području pa bi trebala biti okosnica za buduće planiranje turističke destinacije svakako održivost iste. Održivi razvoj se javlja kao odgovor na neodgovorno ponašanje prema okolini koje je rezultiralo narušavanjem prirodnih blagodati koje posjeduju određene turističke destinacije. Neplanski i neodrživi razvoj turizma u današnje doba je još uvijek u velikoj mjeri zastupan pa se stoga javlja sve veći broj teorija o održivom razvoju kao odgovor na stvorene probleme. Održivost za cilj ima umjereno korištenje resursa kako bi i buduće generacije mogle koristiti blagodati koje i sami koristimo te se fokusira na cjelokupni razvoj turističke destinacije i svih dionika koji se nalaze u njoj kako nitko ne bi bio zakinut. Održivi razvoj ima vrlo bitnu funkciju kako u svijet tako i u Republici Hrvatskoj pa je stoga razumljivo da se nalazi kao okosnica ovoga rada. Da bi se održivi razvoj u potpunosti oplemenio potrebna je potpora svih javnih institucija i privatnih poduzeća da djeluju kao jedinstveni proizvod koji će se nuditi posjetiteljima i zadovoljavati potrebe lokalnog stanovništva.

Svrha ovog istraživanja je određivanje izazova i smjernica koje iziskuje održivi razvoj destinacije te će isti prezentirati na primjerima dvaju destinacija koje se nalaze na samom jugu Istarske županije koje se nalaze u međusobnoj blizini.

Temeljni cilj u istraživanju ovog rada je definiranje, istraživanje i analiziranje izazova koji dolaze s pojmom održivi razvoj turističke destinacije te se daju odgovori na pitanja: Što je to destinacija? Koja je razlika između destinacije i turističke destinacije? Što je to održivost i održivi razvoj? te kako on utječe na odabrane turističke destinacije i na koji način integrirati održivi razvoj proces strateškog planiranja.

Rad se, pored Uvoda i Zaključka sastoji od poglavlja pod nazivom pojam turističke destinacije koje nam daje odgovore na pitanja što je to turistička destinacija te koje su temeljne funkcije destinacijskog menadžmenta. Sljedeće poglavlje govori nam pojmu održivosti, to jest o održivom turizmu te koja su njegova načela i politike kojih bi se trebalo strogo držati kako bi se osigurala njegova potpuna provedba. U četvrtom poglavlju prezentiraju se dosadašnja dostignuća održivog razvoja na području južnog djela istarskog poluotoka te koje su potpore, kako od strane Istarske Županije tako i od Europske unije kao

velikog zagovornika održivog razvoja. Isto tako u ovoj točki se prezentiraju i odabrane destinacije zasebno svaka u svojoj pod točki gdje se ističu njihovi dosadašnji uspjesi i neuspjesi u turističkom planiranju te se i izrađuju SWOT analize kako bi se moglo što kvalitetnije utvrditi koje su snage i prilike, odnosno slabosti i prijetnje odabranih destinacija. Peta točka provlači paralelu između dvaju odabranih destinacija te se vrši usporedba među njima što donosi određene zaključke u pozitivni i negativni prijašnjim rješenjima te pozitivni mogućnosti koje bi proizašle aktivnom provedbom održivog razvoja.

Istraživanje se temelji na primarnim i sekundarnim izvorima te se pristup temelji na znanstvenim metodama analize, sinteze, deskripcije i kompilacije.

2. POJAM TURISTIČKE DESTINACIJE

Prije nego što se objasni pojam turistička destinacija treba istaknuti da je kao prateća njoj korišten pojam „destinacija“ koji je označavao odredište, to jest krajnju točku do koje se putuje. Svaka turistička destinacija posjeduje određene atrakcije koje su „privlačan element u nekoj turističkoj destinaciji u obliku kulturno-povijesne baštine, prirodne cjeline ili pojave priredbe ili događaja koji motivira turiste za dolazak i okosnica je razvoja turizma u destinaciji.“[1] Nije bilo kompleksnosti u prije navedenom pojmu iz razloga što se destinacija nije promatrala kao kompleksna cjelina. Zbog sve većeg utjecaja turizma na lokalnu zajednicu te zbog sve veće koncentracije turista u određenim destinacijama iz potrebe se javlja pojam turistička destinacija kako u svijetu tako i u našim krajevima. „Destinacijski koncept sadrži sve elemente sistemskog pristupa upravljanju budući da spoznaje destinaciju kao složen društveni (pod) sustav (manjeg ili većeg teritorijalnog obuhvata) koji objedinjuje različite resurse i aktere u međusobnim interaktivnim odnosima. Pri tome, upravljanje turističkom destinacijom može se promatrati i kao integralni dio upravljanja složenijim nacionalnim sustavom u kojem destinacije čine manje ili veće podsustave.“[2]

Turistička destinacija se može sagledati iz više aspekata a to su najčešće zemljopisni, ekonomski, sociološki, marketinški i menadžerski. Iz same te činjenice da postoje više aspekata iz kojih se promatra turistička destinacija, isto tako postoji i velik broj definicija koje ju opisuju. „U tom se smislu ti lokaliteti analiziraju i mjere u pogledu *stupnja atraktivnosti*, zadovoljstva gostiju, uspješnosti upravljanja tokovima posjetitelja i menadžmenta destinacije, no najčešće, ipak, s obzirom na mogućnosti za zauzimanje dobrog položaja na turističkom tržištu.“[3] Isto tako i „konkurentnost turističke destinacije može se svesti na stvaranje adekvatnoga i poticajnog institucionalnog okvira i/ili gospodarskog okruženja kojem će, u jasno propisanim uvjetima, bujati poslovne aktivnosti brojnih ponuditelja turističkih i/ili s turizmom povezanih usluga.“[4]

Pored svih navedenih definicija treba još istaknuti osnove turističke destinacije koje zbog svoje specifičnosti u dislociranosti ponude od potražnje te kvalitete te iste ponude stvara prepoznatljivost i specifičnost određene destinacije koja se ističe od drugih na globalnom tržištu. Isto tako valja istaknuti da je zbog raznih utjecaja iz mikro i makro okoline podložna

[1] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 393.
[2] Dulčić A. (2001) : Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb, str. 120.
[3] Kušen E. (2002) : Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, str. 38.
[4] Kunst I. (2012) : Hrvatski turizam i EU integracije : prilog razvojnoj održivosti, Institut za turizam, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, str. 108.

učestalim promjenama na koje treba promptno i adekvatno reagirati kako se ne bi zaostajalo za konkurencijom.

„Za turističku destinaciju možemo reći da čini prostornu cjelinu turističke ponude, da mora raspolagati dostatnim elementima ponude, da je orijentirana tržištu turistima, da je neovisna o administrativnim granicama, da se destinacijom mora upravljati.“[5]

„Turistička destinacija se definira kao optimalna kombinacija fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnosti turističkog djelovanja u skladu s preferencijama tržišta, neovisno o administrativnim granicama.“[6]

„Turističke destinacije smatra se primjereno definirati kao „turistički organiziranu i tržišno prepoznatljivu prostornu jedinicu, koja skupom svojih turističkih proizvoda potrošačima nudi cjelovito zadovoljenje turističke potrebe.“[7]

Iako postoji velik broj definicija vezanih za turističku destinaciju treba svakako napomenuti da je riječ o promjenjivoj pojavi koja se kreće sukladno potrebama na tržištu te se iz tog razloga javlja velik broj različitih definicija kojih će u budućnosti biti i još više.

2.1. ATRAKTIVNOSTI I OBILJEŽJA TURISTIČKE DESTINACIJE

Zbog sve veće konkurencije među turističkim destinacijama, usporedno njihovim jačanjem, raste i značenje istraživanja atraktivnosti turističke destinacije. Turistička destinacija kao cjelina postaje proizvod, to jest razlog putovanja u određenu destinaciju koja bi ako želi biti konkurentna, mora posjedovati određene posebnosti kako bi se pozicionirala na tržištu u vidu privlačenja što većeg broja posjetitelja.

Prilikom formiranja određenog imidža destinacije uzimaju se u obzir njezine atraktivnosti i obilježja koja se jedinstvena za određenu destinaciju a da posjeduju snagu koja će utjecati na proces donošenja odluka turista o izboru destinacije. Isto tako određene atraktivnosti i obilježja destinacije pozicioniraju turističku destinaciju u odnosu na konkurenciju prema sličnim destinacijama. „Što je veće uvjerenje pojedinca o tome da će određena turistička destinacija zadovoljiti njegove/njezine turističke potrebe, to je veća atraktivnost, a time i

[5] Magaš D. (2003) : Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 25.
[6] Ibid.
[7] Križman Pavlović, D. (2008) : Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 58.

vjerojatnost da će ona biti izabrana kao potencijalna turistička destinacije.“[8] Kada je riječ o odabiru turističke destinacije treba postojati određena podjela atributa koji se najčešće dijele u određene skupine, prema TOMAS istraživanja, formirane su na sljedeći način:

1. PRIRODNO EKOLOŠKI ČIMBENICI
2. DRUŠTVENI ČIMBENICI
3. SMJEŠTAJNI ČIMBENICI
4. INFRASTRUKTURA
5. ČIMBENICI DESTINACIJSKE ATRAKTIVNOSTI
6. ČIMBENICI VREDNOVANJA DESTINACIJE

Svi gore navedeni čimbenici se razlikuju od autora do autora međutim bitno je istaknuti da podjele svakako dolaze do izražaja tek nakon evaluacije od strane posjetitelja turističkoj destinaciji i to na način da se utvrdi značenje određenih atributa za ispitanike pri vrednovanju i općenitom ocjenom zadovoljstva posjetitelja atributima tom atraktivnosti koju posjećuje.

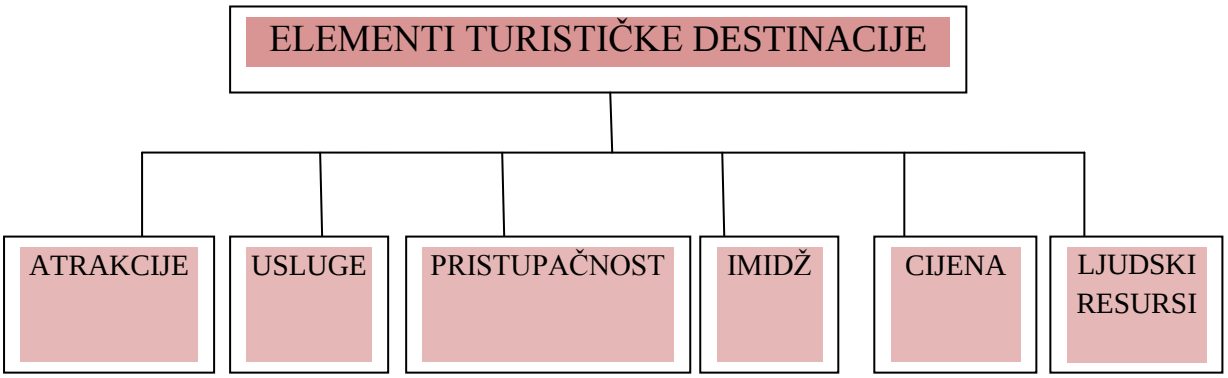
Prije navedena istraživanja i praćena su vrlo bitna kako bi turistička destinacija pratila pokrete u njezinoj okolini te da bi mogla što adekvatnije reagirati na sve pozitivne i negativne utjecaje koji dolaze iz okoline.

2.2. UPRAVLJANJE TURISTIČKOM DESTINACIJOM

Prije svega treba istaknuti osnovnu ulogu turističke destinacije a to je stvaranje zajednice između pravnih i fizičkih osoba s ciljem jačanja i promicanja turizma u određenoj turističkoj destinaciji. „Upravljanje destinacijskim sustavom podrazumijeva niz aktivnosti/funkcija koje se međusobno isprepliću i nadopunjavaju, kao što su planiranje (razvojno i marketinško), organizacija, vođenje te stalni monitoring i kontrola niza aktivnosti koje se dešavaju na operativnoj razini.“[9] Najznačajniju ulogu u upravljanjem turističkom destinacijom treba imati turistička zajednica zbog pravnog ustroja istih, to jest njihovih ciljeva koji se odnose na unaprjeđenje općih uvjeta boravka, promocije turističkih proizvoda i razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma.

[8] Križman Pavlović, D. (2008) : Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str.. 88.
[9] Petrić L. (2011) : Upravljanje turističkom destinacijom : načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 31.

Slika 1. Osnovni elementi turističke destinacije



Izvor: Izradio autor

Da bi se postigla kvalitetna ponuda određene turističke destinacije potrebno je povezati elemente turističke destinacije kao što se atrakcije, usluge, pristupačnost, imidž, cijene i ljudske resurse, što je prije prikazano (slika br. 1). Samo kad se povežu svi elementi turističke destinacije možemo govoriti o potpunom i kvalitetnom turističkom proizvodu.

Iz prije „navedenih ciljeva turističkih zajednica nedvojbeno proizlaze razvojne, promotivne, koordinacijske i edukativne zadaće turističke zajednice destinacije.“[10] Razvojne zadaće se odnose na financiranje ili sufinanciranje razvojnih projekata a njih najčešće vezujemo uz izgradnju i održavanje šetnica, parkova, plaža, biciklističkih staza i kulturne baštine. Promotivne zadaće objedinjuju svu turističku ponudu određene turističke destinacije kako bi se postigla njezina što veća atraktivnost. U vidu koordinacije , glavna zadaća turističke zajednice jest poticanje na stvaranje što većeg broja udruga, odbora, komisija, promotivnih akcija te ustrojavanje turističko – informativnih centara i to sve poradi što većeg zadovoljstva posjetitelja kojima se želi plasirati prava informacija u pravo vrijeme. Kada se govori o edukativnim zadaćama, turistička zajednica ima veliku ulogu i to ponajviše zbog svojih baza podataka koje nude pregršt informacija. Te iste podatke se pretvara u informacije i zatim putem edukacije treba potaknuti dionike u turizmu kako bi postali svjesni bližeg i daljnjeg okruženja, stanja resursa i analize konkurencije. „Turistički marketinški plan turističke destinacije nužan je mehanizam u smislenom i djelotvornom upravljanju brojnim

[10] Magaš D. (1997) : Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, str. 75.

elementima – proizvod – pozicioniranje – tržište – kanali distribucije – promotivne aktivnosti – koji čini cjelovitu koncepciju marketinga turističke destinacije.“[11]

Turistička zajednica svakako je organizacija koja posjeduje veliki broj informacija relevantnih za turističku destinaciju te njen zadatak treba biti koordinacija turističke ponude kako bi se dao što adekvatniji odgovor na turističku potražnju.

2.3. TEMELJNE FUNKCIJE DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA

Pri razmatranju upravljanja turističkom prvenstveno treba istaknuti da tu ulogu trebaju obnašati neprofitne organizacije kako ne bi došlo do sukoba interesa pa se sukladno prije navedenom za tu zadaću brinu neprofitne turističke organizacije. Kako se prožimaju menadžment turističke organizacije i destinacije isto tako i definicija istog dolazi kao odgovor na kompleksne procese koji se odvijaju u turizmu a glasi da „menagament turističke organizacije i destinacije možemo definirati kao proces oblikovanja, upravljanja i razvoja turističkog sustava, javne ponude i javnih interesa u destinaciji.“[12] Iz prije navedene definicije može se definirati kao zajednički sustav koji oblikuje turističku ponudu, upravlja njezinom implementacijom u svrhu stvaranja što kvalitetnije poslovne okoline svih turističkih dionika uzimajući u obzir zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Kako bi se ispunila očekivanja koja proizlaze iz prije navedene definicije treba se držati određenih načela koja prema Kasparu C. glase:

- Orijentiran prema primjeni
- Orijentiran prema sustavu
- Višedimenzionalan
- Integrirajući
- Orijentiran prema vrijednostima

Ova načela nam govore o kompleksnosti koja se javlja u dijalogu među dionicima u turizmu pa tako imamo obavezu kako prema privatnom sektoru tako i prema javnom sustavu iz kojeg se treba iznijeti plan koji nam govori o uslugama, samoj organizaciji te koja je njena smisao. Isto tako, kada je riječ o integraciji, management mora svakako biti svjestan interne

[11] Magaš D. (2000) : Razvoj hrvatskog turizma : koncepcija dugoročnog razvoja, Adamić, Rijeka, str. 94.
[12] Magaš D. (2003) : Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 78.

okoline, to jest interesa suradnika i eksterne okoline gdje mora uključiti turističku organizaciju. Posljednje načelo govori o samoj orijentiranosti prema vrijednostima pod koju se uključuju određene vrijednosti koje čine destinaciju vjerodostojnom i konkurentnom.

Najznačajniji ciljevi kojima se mora voditi menadžment turističke destinacije odnose se na usklađivanje prirodnih čimbenika i blagostanja stvorenog dosadašnjim utjecajem čovjeka kako bi se stvorile dodatne vrijednosti za posjetitelje i domicilno stanovništvo a kako bi se ostvarili ti isti ciljevi destinacijski menadžment mora proći kroz tri osnovne funkcije i to funkcije planiranja, funkcije organiziranja i funkcije kontrole.

2.3.1. FUNKCIJE PLANIRANJA

Planiranje je prva od temeljnih funkcija destinacijskog menadžmenta te je vrlo bitno da se planiranje obavi stručno i temeljito kako se ne bi negativno odrazilo na turističku destinaciju. Iz velikog broja primjera, u kojima nije bila uključena funkcija planiranja u razvoju turističke destinacije, došlo je do negativnih faktora koji su se odnosili prvenstveno na narušavanje okoliša i društvene probleme. U okviru teorije i prakse kao najznačajnija načela ističu se: načelo znanstvene utemeljenosti, načelo objektivnosti, načelo kritičnosti, načelo informiranosti, načelo sveobuhvatnosti, načelo integralnosti, načelo interdisciplinarnosti, načelo elastičnosti i fleksibilnosti, načelo kompatibilnosti, načelo održivog razvoja, načelo profesionalnosti i etičnosti, načelo participacije i načelo transparentnosti.

Vrlo je bitno istaknuti da prilikom planiranja turističke destinacije treba uzeti u obzir već postojeće planove na regionalnoj i nacionalnoj razini kako bi se stvorili uvjeti u kojima bi se određene aktivnosti mogle plasirati uz što veću potporu. „Izuzetno je važno da je cilj razvoja turizma integralni razvoj svih dijelova sustava. Sustav će biti puno efikasniji i polučiti željene efekte ukoliko je planira integralno, koordinirajući razvoj svih elemenata sustava.“[13]

Prilikom planiranja turističke destinacije vrlo je bitno definirati misiju, odrediti temeljne razvojne vrijednosti i prikazati koji su ciljevi turističke destinacije. Definiranje misije upravljanja turističkom destinacijom osnova je za organizaciju koja je nositelj procesa

[13] Magaš D. (2003) : Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 103.

upravljanja turističkom destinacijom. „Sadržaj definicije misije trebao bi obuhvaćati sljedeće elemente:

1. Svrhu postojanja organizacije za upravljanje turističkom destinacijom;
2. Odgovornost koju organizacija za upravljanje turističkom destinacijom ima spram turističkoga razvoja destinacije i dionika;
3. Aktivnosti organizacije za upravljanje turističkom destinacijom.“[14]

Iako se ističe i po pravilu bi tako i trebalo biti da je misija početna točka svakog planiranja, treba imati na umu da svakako treba izvršiti analizu okoline iz koje bi se trebale dobiti informacije bitne za formuliranje kvalitetne misije. Temeljne razvojne vrijednosti trebaju biti vrijednosti koje zastupaju interese svih dionika određene turističke destinacije a odnose se na kriterije koji će se uzimati u obzir prilikom upravljanja destinacijom. „Jedino postizanjem internog konsenzusa glede temeljnih razvojnih vrijednosti organizacija za upravljanje turističkom destinacijom steći će povjerenje dionika i postići njihovu usmjerenost ka istom cilju.“[15]

Kako bi se što razumljivije prezentirale temeljne razvojne vrijednosti treba ih podijeliti u tri grupe i to na ekonomske, društveno-kulturne i ekološke cjeline koje trebaju zajednički iznjedriti temeljne razvojne vrijednosti. Ciljevi turističke destinacije jesu smjer prema kojemu se trebaju usmjeravati svi dionici određene destinacije u kojoj se planira upravljanje marketingom turističke destinacije. Isto tako vrlo je bitno istaknuti da ciljevi turističke destinacije trebaju biti rezultat analize stanja i prognoze kretanja svih elemenata u okruženju marketinga turističke destinacije među kojima je kao ključne, prema Križman Pavlović D., moguće istaknuti sljedeće:

- Stanje i trendovi preferencija, stavova i ponašanja turista;
- Položaj konkurencije i njezini razvojni planovi;
- Resursi kojima destinacija raspolaže i njezin razvojni plan;
- Razvojni trendovi u turističkoj industriji

Ciljevi turističke destinacije moraju biti komplementarni s vrijednostima turističke destinacije i pravilno definirani što bi značilo prikaz trenutačnog stanja i vremena koje treba proći kako bi se postiglo konačno željeno stanje turističke destinacije.

[14] Križman Pavlović, D. (2008) : Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 132.
[15] Ibid. 133.

2.3.2. FUNKCIJE ORGANIZIRANJA

Funkcije organiziranja se odnose na uključivanje svih dosadašnjih turističkih resursa za stvaranje i plasiranje turističke destinacije kao turističkog proizvoda u implementaciju istoga na turističkom tržištu. U današnje doba za upravljanje sustavom kao što je turistička destinacija najčešće se koristi naziv DMO što označava destinacijske menadžment organizacije koje imaju za zadaću koordinirati sa svim aktivnostima u određenoj turističkoj destinaciji koja se najčešće dijeli na lokalne, regionalne ili nacionalne organizacije.

„Turistički resursi je skupni naziv za potencijalne i realne turističke atrakcije, za turističku infrastrukturu i suprastrukturu, za turističke agencije, turističku organiziranost destinacije, turističke kadrove i slično.“[16]

Funkcija organiziranja, to jest proces implementacije je korak u kojemu dolazi do izražaja sposobnost odgovornih iz razloga što bez obzira da li je izrađen najbolji marketinški plan a loše je implementiran neće ostvariti nikakav uspjeh. Iz prije navedenog razloga neuspješne provedbe marketinškog plana treba imati na umu da ako želimo izbjeći tu negativnu situaciju moramo biti svjesni sljedećih dionika koji imaju veliki utjecaj na implementaciju, a to su:

- Stanovništvo
- Pojedinačni nositelji ponude
- Turistička organizacija
- Jedinica lokalne samouprave
- Državna uprava.

Kako bi se marketinški plan turističke destinacije što kvalitetnije implementirao treba uzeti u obzir određeni proces i njegove faze koje će nam koristiti kao smjernice. „Proces implementacije marketinškog plana turističke destinacije obuhvaća sljedeće faze:

1. Utvrđivanje internih i eksternih uvjeta potrebnih za uspješno izvođenje planiranih marketinških aktivnosti;
2. Kreiranje internih i eksternih uvjeta nužnih za uspješno izvođenje planiranih marketinških aktivnosti koji nedostaju

[16] Magaš D. (2003) : Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 143.

3. Vođenje postupka implementacije prema dinamici (kalendar aktivnosti) utvrđenoj marketinškim programom "[17]

Kod prije navedenog procesa i njegovih faza posebno treba istaknuti interne uvjete jer o njihovoj sposobnosti (ljudi i njihova znanja te vještine) i podršci (adekvatan budžet, IT sektor i naklonjenost politike) uvelike ovisi kvalitetna implementacija marketinškog plana turističke destinacije, a najjednostavniji način za potvrdu kvalitete jest postizanje i premašivanje zadanih ciljeva i zadataka.

2.3.3. FUNKCIJE KONTROLE

Iako je funkcija kontrole prikazana na posljednjem mjestu, ona se svakako obavlja u svakoj fazi strateškog upravljanja marketingom turističke destinacije. Funkcija kontrole treba biti sveprisutna i promatrati stanje u internoj i eksternoj okolini i to sve kako bi se pazilo da se ispunjavaju prije navedeni ciljevi. Funkcija kontrole je usredotočena „na održanje organizacije u njezinoj okolini te napredak prema ostvarenju postavljenih ciljeva, a podrazumijeva detektiranje neželjenih odstupanja/nepravilnosti i uzroka koji su do njih doveli te poduzimanje korektivnih aktivnosti kojima će se neželjena odstupanja/nepravilnosti ukloniti ili barem minizirati"[18] Treba istaknuti da funkcija kontrole ima zadaću da se prilagodi novonastalim uvjetima i promptno reagira na njih kako se ne bi ugrozili ciljevi uz što veću minimalizaciju troškova. Da bi kontrola bila što studioznija podijeljena je u četiri faze i to su:

- Postavljanje standarda (prema utvrđenim standardima će se kasnije mjeriti stvarna ili očekivana učinkovitost)
- Mjerenje performansi (prikupljanje podataka o performansama prema utvrđenoj dinamici)
- Kompariranje performansi sa standardima (kako bi se utvrdila negativna ili pozitivna odstupanja)
- Odlučivanje o preuzimanju korektivnih akcija (odluka o poduzimanju korektivnih mjera u slučaju da su neophodne, u slučaju malih odstupanja u većini slučajeva se ne mijenja zbog financijske neisplativosti)

[17] Križman Pavlović, D. (2008) : Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 188.
[18] Ibid., str. 189.

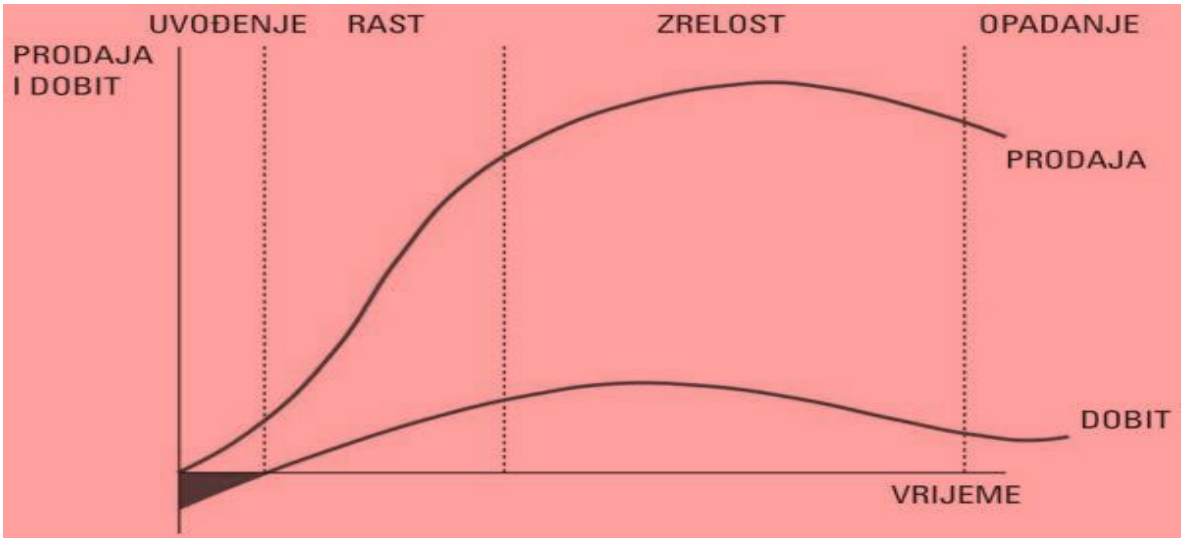
Svaka od navedenih faza je vrlo bitna te nam govori o stanju u destinaciji iz kojega smo dužni promptno reagirati kako bi održali destinaciju konkurentnom. Bitno je istaknuti da na kraju procesa upravljanja mogu se analizirati učinci turizma na gospodarstvo, okoliš, društveno kulturnu cjelinu i političku cjelinu kako bi se spriječili negativni utjecaji turizma na turističku destinaciju, to jest na domicilno stanovništvo koja je snaga i pokretač razvoja turizma.

2.4. ŽIVOTNI CIKLUS DESTINACIJE

Kako u životu tako i u turističkim destinacijama postoji određeni ciklus po kojemu se može pratiti razvijenost, to jest stanje u kojemu se destinacija nalazi.

Kada govorimo o životnom ciklusu turističke destinacije postoje određene etape u tom ciklusu u kojima se destinacija nalazi a kvaliteta svake etape ovisiti će o čimbenicima koji će utjecati na samu turističku destinaciju. Čimbenici koji mogu biti interni i eksterni a utječu na životni ciklus, konkurentnost destinacije su „stupanj razvoja, vladina politika, tržišni trendovi, konkurentnost destinacije, čimbenici ponude, sposobnosti podnošenja kapaciteta, utjecaji turista i planiranje.“[19]

Slika 2. Životni ciklus proizvoda



Izvor: Wordpress (2016), Josip Požega Page: https://pozegacv.wordpress.com/projekti/poslovno/proizvod/, 17.listopada 2016.

[19] Magaš D. (1997) : Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, str. 23.

Životni ciklus turističke destinacije započinje s istraživanjem a odnosi se prvenstveno na prvu etapu stvaranja nove turističke destinacije gdje su najistaknutiji čimbenici čista i nedirnuta ljepota i mali broj posjetitelja istoj. Sljedeća etapa jest angažiranje koje je i prvi konkretniji korak u stvaranju ponude za posjetitelje gdje se zahtjeva razvoj infrastrukture.

U razvojnoj fazi dolazi do velikog broja dolazaka posjetitelja gdje se često događa da u manjim sredinama premašuju i broj domicilnog stanovništva što može rezultirati i određenim negativnim pojavama kao što su preopterećenost infrastrukture, suprastrukture, smanjenje kvalitete usluga, averzija domicilnog stanovništva prema turizmu i slične druge negativnosti koje jesu potencijalna opasnost koja se uz kvalitetno planiranje turističke ponude svakako može i mora izbjeći.

Faza konsolidacije dolazi upravo kao odgovor na prije ukazani problem a „podrazumijeva smanjenje broja postelja, iako sam broj još uvijek raste i veći je od broja stanovnika.“[20]

U fazi stagnacije imamo prvi put nakon konstantnog povećanja pozitivnih trendova, situaciju kada je turistička destinacija dostigla svoj maksimum i nije više u mogućnosti napredovati po dotadašnjem načinu već ako želi i dalje privlačiti jednaki broj posjetitelja treba uložiti veće napore kako bi riješila moguće socijalne, ekološke i ekonomske probleme koji se najčešće javljaju u ovoj fazi.

Sljedeća faza je propadanje u kojoj zbog nekvalitetnih odluka rukovodećih su posjetitelji zauvijek izgubljeni te se treba donijeti odluka da li turistička destinacija treba prenamijeniti određeni postotak turističkih objekata u neke druge svrhe te se pozicionirati kao destinacija za vikend posjete ili da se u ovom trenutku odluči na „pomlađivanje“ destinacije kako bi se repozicionirali na tržištu i privukli veći broj posjetitelja.

Kada je riječ o fazi pomlađivanja bitno je istaknuti da ono „uključuje nove atraktivnosti, novu kvalitetu, nova tržišta, nove distribucijske kanale.“[21]

Vrlo je bitno biti svjestan životnog ciklusa turističke destinacije te kao osoba odgovorna za upravljanje turističkom destinacijom znati objektivno utvrditi u kojoj nam se etapi životnog ciklusa ista nalazi i to sve kako bi mogli što promptnije reagirati na interne i eksterne čimbenike kako bi se što duže održala konkurentnost destinacije.

[20] Magaš D. (1997) : Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, str. 25.
[21] Ibid.

Turistička destinacija je vrlo kompleksna cjelina te kao takva zahtjeva uključivanje svih dionika u fazu planiranja iste. Kao takva zahtjeva stručnost u svim svojim fazama kako bi se ispunila sva očekivanja i ostvarili svi ciljevi. Upravljanje destinacijom mora biti izvedeno na održivi način kako se ne bi stvorili negativni turistički efekti koji mogu ugroziti njezinu konkurentnost. Upravljanje na održivi način mora biti imperativ pri svakoj odluci za razvoj turističke destinacije.

3. ODRŽIVI TURIZAM

Održivi razvoj i održivi razvoj turizma jesu pojmovi koji se u današnje doba trebaju razmatrati kao osnove svakog promišljanja, kako o svekolikom razvoju tako i u razvoju turizma. Utjecaj koji se vidi kroz neodgovorno korištenje svjetskih resursa kroz posljednju fazu razvoja civilizacije, industrijsko doba, trebalo je zaustaviti pa je iz te iste potrebe proizašao pojam održivi razvoj. Bitno je istaknuti da održivog razvoja turizma određene destinacije nije moguće bez održivog razvoja šire cjeline je su ova dva pojma komplementarni.

Kako se identična stvar desila i u turizmu, i to ponajviše pojavom masovnog turizma, isto tako se uveo i pojam održivog razvoja turizma koji zahtjeva ulaganje više truda kako bi se izbjeglo nekontrolirani razvoj što bi rezultiralo pozitivnim utjecajem na okoliš određene destinacije. Da bi se razvijao održivi razvoj turizma potrebno je voditi se po određenim načelima razvoja a najznačajnija su: načela ekološke održivosti, načela sociokulturne održivosti i načela ekonomske održivosti. Svaka od prije navedenih grupa načela održivosti ima za cilj ostvarenje održivog razvoja turizma za sve dionike a da se ne nanosi šteta na okoliš i resurse u mjeri da buduće generacije ne mogu ih jednako koristiti kao sadašnje čovječanstvo.

U održivom razvoju turizma značajnu ulogu imaju turističke politike koje su odgovorne za stvaranje uvjeta koji će rezultirati poticanjem čovječanstva na održivi razvoj turizma kao jedini ispravni put u dugoročnom planiranju.

3.1. POJAM ODRŽIVOG RAZVOJA

Neodgovorno korištenje svjetskih resursa kroz posljednju fazu razvoja civilizacije, industrijsko doba, trebalo je zaustaviti to jest nužno je bilo promijeniti način na koji ljudski rod utječe na okoliš pa je stoga iz te iste potrebe iznjedrio pojam održivi razvoj kao odgovor na neodgovorno ponašanje prema okolišu.

Održivi razvoj (engl. Sustainable development) vuče korijene iz općeg razvoja a „Prema jednoj od mnogobrojnih definicija održivi razvoj je promjena strukture globalne proizvodnje i potrošnje koji ne remete ekosustave.“[22] Kako postoje mnoge definicije istaknuli bi i sljedeću koja je „To je proces promjena u kojemu se korištenje resursa, strukture investicija,

[22] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 415.

orijentacija tehničkog napretka i institucionalne strukture dovode u suglasnost s budućim i sadašnjim potrebama.“[23] Održivi razvoj u današnje doba je pojam o kojemu se sve više govori i sve više ljudi su upoznati s njegovim pozitivnim učincima na okoliš, međutim, iako se prvi put spominje definicija održivog razvoja osamdesetih godina dvadesetog stoljeća, još i dan danas smo svjedoci negativnog ljudskog utjecaja na okoliš. Današnja zadaća održivog razvoja je i dalje educirati nove naraštaje o načinima korištenja resursa kako bi se zadovoljile potrebe danas i ubuduće prema svim resursima i to na način da se održivi razvoj postavi kao okosnica razvoja svake djelatnosti. „Održivi bi se razvoj trebao odnositi na ekonomska, socijalna i okolišna pitanja.“[24] Bitno je istaknuti da se razvoj uglavnom bazirao na iskorištavanju okoliša kako bi se zadovoljili određeni ekonomski i socijalni zahtjevi tako da je već danas vidljivo negativno stanje u okolišu i to ponajviše kroz nagle promjene u vremenu koje su rezultat neodgovornog korištenja resursa odnosno veliki utjecaj čovjeka na procese koji se odvijaju u okolišu. Kad se govori o mogućnostima za korištenje resursa i u buduće vrijeme dolazi do mnogo polemika jer nije moguće izračunati koliko će se određenih resursa koristiti u budućnosti pa stoga nije moguće ni odredit koliko se resursi mogu danas koristiti tako da se ostavlja puno prostora za stvaranje određenih "podobnih" izračuna koje za jedne skupine su preveliki a za druge skupine premali pa postoji uvijek prostor za preveliku eksploataciju resursa i uništavanje okoliša. U ovom slučaju povijest bi nam trebala biti najveće mjerilo i to ponajviše posljednjih stotinjak godina u kojima je čovjek imao veliki utjecaj na okoliš i stanje u kojemu se isti nalazi danas te se u njima nalaze sve varijable za izračun postotka korištenja resursa.

Kako je definicija održivog razvoja relativno mlad pojam te je trebalo određeno vrijeme da se isti uvede u fakultativne programe, dok se u siromašnim državama ni dan danas ne provodi edukacija i ne ističu se značajke pojma održivi razvoj, treba svakako ustrajati na širenju pojma *održivi razvoj* i ugrađivati ga u sve postojeće i novo nastale planove kako bi se resursi što odgovornije koristili to jest da se što više smanji negativni utjecaj na okoliš.

[23] Cifrić I. (2002) : Okoliš i održivi razvoj, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, str. 40.
[24] Carić H. (2006) : Održivi turizam u deset koraka : Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu : priručnik za razvijanje i upravljanje turističkim regijama, destinacijama i proizvodima, Odraz-Održivi razvoj zajednice, Institut za turizam, Zagreb, str. 6.

3.2. MEĐUOVISNOST ODRŽIVOG RAZVOJA I TURIZMA

Društveno odgovorno korištenje prostora je temelj svakog održivog razvoja pa tako i održivog razvoja turizma. Kako se u oba pojma bave razvojem i utjecajem na prostor određene destinacije, njihova zajednička misija treba biti sama osnova održivog razvoja a to je korištenje resursa na način da i buduće generacije mogu koristiti te iste resurse.

Kada je riječ o međuovisnosti, treba svakako istaknuti da turizam može uvelike negativno utjecati na prostor što je vidljivo iz mnogobrojnih negativnih primjera koji danas stoje kao podsjetnik na odnos prema prostoru koji se ne smije ponoviti. Održivi razvoj destinacije i održivi razvoj turizma moraju biti u stalnoj komunikaciji jer nije moguće razvijati jedno bez drugog pa je stoga vrlo bitno da se prilikom planiranja održivog razvoja ima na umu povezivanje svih dionika koji se nalaze u destinaciji i to sve u cilju podizanja svijesti o pozitivnim učincima koji proizlaze iz ovog vida planiranja. „Po pravilu, dok pravilno upravljanje prostorom kao strateškim razvojnim resursom implicira dugoročno povećanje njegove razmjenske vrijednosti (ekonomske, ekološke i/ili estetske), neadekvatno, nemarno i/ili nedovoljno osmišljeno upravljanje prostorom najčešće ima za posljedicu njegovu postupnu degeneraciju, degradaciju, odnosno trajnu devastaciju.“[25] Prilikom stvaranja turističke destinacije osnova treba biti u održivom razvoju i upravljanju tom istom turističkom destinacijom i to ponajviše zbog same kompleksnosti procesa koji proizlazi iz pojma „održivost“. Za održivi razvoj turističke destinacije je bitna edukacija svih dionika koji se nalaze u određenoj destinaciji te stvaranje sinergije među istima i to sve kako bi se u razvoj uključili novi modeli i tehnike razvoja i upravljanja te nove tehnologije koje imaju za zadaću odgovorno korištenje resursa.

Kako su resursi određene turističke destinacije dobra koja stvaraju određenu posebnost te iste destinacije, vrlo je bitno da se ti resursi ne iscrpe odnosno da ih se putem negativne eksploatacije ili negativnog vođenja dovede do stanja kada su isti degradirani, iscrpljeni ili pak nedovoljno atraktivni za ponovni dolazak posjetitelja. Treba svakako težiti održivom razvoju koji nas potiče na razvijanje novih metoda i modela upravljanja te na razvoj tehnologija i to sve kako bi zaštitili dobra i kvalitetne uvjete življenja na planeti.

[25] Čorak S. (2011) : Izazovi upravljanja turizmom, Institut za turizam, Zagreb, str. 90.

3.3. POJAM ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Kako se u prijašnjoj točki navodi, održivi razvoj se uvodi kao faza planiranja u sve točke razvoja, isto tako jako veliki utjecaj ima i na razvoj turizma koji uvelike ovisi o prirodnim ljepotama i njezinoj očuvanosti. Kako su prirodne ljepote jedan od najznačajnijih pokretača pri odluci o putovanju u određenu destinaciju može se reći da je održivi razvoj turizma jedini ispravan način te da je održivost najznačajniji aspekt razvoja turizma. „Primjena koncepcije održivog razvoja u turizmu treba osigurati da nekontrolirani razvoj ne uništi ili devastira resurse na temelju kojih se turizam i počeo razvijati na određenom području.“[26] Ako pogledamo koncepciju održivog razvoja u turizmu, kao nadogradnja, treba istaknuti da svakako treba uložiti više truda da ne dođe do nekontroliranog razvoja jer kad već postoji takav razvoj onda se koncepcija održivog razvoja više bavi sanacijama umjesto da se u samom začetku suzbije taj nekontrolirani razvoj što bi za rezultat imalo puno više pozitivnih utjecaja na okoliš određene destinacije.

3.4. NAČELA ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Prije nego se navede načela održivog razvoja turizma (Slika br. 3) treba istaknuti da su ljudi temeljni čimbenik koji ima najveći utjecaj u razvoj održivog turizma. U ovom slučaju pod ljude mislimo na turiste, zaposlenike, javne službe i organizacije te lokalno stanovništvo. Uloga turista je da koriste ili kupe određenu uslugu ili proizvod, uloga zaposlenika jest da stvori određenu uslugu ili proizvod koju plasiraju na tržište, javne službe i organizacije stvaraju širu sliku destinacije kao brenda te rade na njihovoj prepoznatljivosti i lokalno stanovništvo koje ima najviše koristi od razvoja održivog turizma iz razloga što u slučaju da se stvore i određeni negativni utjecaji na okoliš turist može odabrati drugu destinaciju dok lokalnom stanovništvu ostaje novonastali problem. Svi navedeni ključni čimbenici imaju veliku ulogu u planiranju održivog razvoja pa je stoga logično da se destinacija razvija kroz određena načela održivog razvoja. Iako se u turističkoj literaturi navodi velik broj načela održivog razvoja, „Većina autora navodi ova načela održivog razvoja: načela ekološke održivosti, načela sociokulturne održivosti i načela ekonomske održivosti.“[27]

[26] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 416.
[27] Ibid.

Slika 3. Osnovne sastavnice za održivi razvoj



Izvor: Izradio autor

Prema navedenom prikazu grupa načela održivog razvoja u prvi plan se stavlja ekonomska održivost i stabilnost, sociokulturna načela i blagostanje življenja i ekološka održivost kao zaštićenost i očuvanost prirodne cjeline koje se moraju objediniti u jednu cjelinu koja se naziva održivi razvoj.

3.4.1. NAČELA EKOLOŠKE ODRŽIVOSTI

Ekološka održivost je osnova u razvoju turizma koji svoju atraktivnost najčešće temelji na prirodnim ljepotama i posebnostima. Kako je okoliš u destinaciji pokretač razvoja turizma svakako treba pomno planirati svaku etapu razvoja kako se ne bi narušila atraktivnost te se ugrozio okoliš i životni uvjeti koji se nalaze u određenoj destinaciji. „Ekološka održivost razumijeva razvoj koji je usklađen s održavanjem ekoloških procesa, biološkim različitostima i resursima.“[28] Kako turizam kao pojava nije jedini koji ima utjecaj na okoliš već sve grane industrije koje se nalaze u određenoj destinaciji, trebaju prilikom svekolikog razvoja

[28] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 417.

destinacije u planiranju sudjelovati sve grane industrije jer svaka posebno, i u konačnici sve grane zajedno, imaju veliki utjecaj na stanje okoliša te su odgovorni za njegovu održivost. S obzirom da se u današnje vrijeme sve više govori o negativnim učincima razvoja industrije na okoliš te se održivi razvoj daje kao jedini pozitivan odgovor na te iste negativne učinke, kao odgovor na potrebu u koordinaciji između raznih industrijskih grana javlja se engl. *environmental management* koji putem raznih menadžerskih znanja i vještina koordinira sa svim relevantnim dionicima kao se ne bi narušavao okoliš nego da se resursi koriste na održivi način.

3.4.2. NAČELA SOCIOKULTURNE ODRŽIVOSTI

Sociokulturna načela održivosti proizlaze iz društvenih funkcija turizma koje su ujedno i začetnik razvoja turizma. Kao takve imaju utjecaj na smanjenje socijalnih razlika među skupinama ljudi, te utjecaj turizma na valorizaciji kulture putem arheoloških, urbanističkih i drugih utjecaja u destinaciji. Treba svakako istaknuti da u praksi ti isti utjecaji koji se stvaraju prilikom prožimanja različitih kultura mogu imati i negativne utjecaje gdje se najčešće zbog puno boljeg standarda življenja posjetitelja koji posjećuju manje razvijenu destinaciju javljaju negativna emocije o posjetiteljima što stvara određene konflikte u samoj destinaciji koji narušavaju ugled iste. „Sociokulturna održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje utječe razvoj te trajno održavanje i isticanje identiteta lokalne zajednice.“[29] S obzirom da u turizmu dolazi do isprepletanja različitih kultura, domicilno stanovništvo i posjetitelji, nije moguće formirati uvjete u kojima će biti isključivo pozitivno ili negativno iskustvo u prožimanju kultura. Kao odgovor na pozitivna i negativna iskustva može se putem načela sociokulturne održivosti promovirati pozitivne zajedničke mogućnosti koje se odnose na upoznavanje različitih kultura i njihove lokalne kulture, jezika, kulturne baštine i običaja za posjetitelje ali isto tako i lokalno stanovništvo može naučiti puno kroz komunikaciju s posjetiteljima o njihovoj kulturi, običajima i jeziku što gradi zdrave temelje za razvoj turističke destinacije.

[29] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 418.

3.4.3. NAČELA EKONOMSKE ODRŽIVOSTI

Optimalno upravljanje resursima je osnova načela ekonomske održivosti koja je temelj za razvoj turizma, jer u slučaju da nema ekonomske isplativosti isti taj projekt razvoja turističke destinacije ne bi zaživio u potpunosti te bi se vrlo brzo prekinulo s ulaganjem u destinaciju što bi na kraju rezultiralo propadanjem iste. „Ekonomska održivost treba omogućiti ekonomski uspješan razvoj, a korištenje i upravljanje resursima mora osigurati njihovu očuvanost i za buduće generacije.“[30] Da bi se postigla ekonomska održivost u određenoj destinaciji, u njoj moraju sudjelovati svi dionici jer je to jedini način da se resursi koriste na održivi način. Zajedništvo koje mora proizlaziti iz destinacije je osnova kako bi se poticalo održivo korištenje resursa putem ekonomske održivosti.

Da bi se načela održivog razvoja turizma provela u praksi treba istaknuti da se ne može zasebno razvijati putem isključivo ekonomskih, ekoloških ili sociokulturnih načela kao svake zasebne cjeline već da je jedini način ako se prije navedene skupine načela održivosti planiraju zajedno kao jedna cjelina. Vrlo je bitno i istaknuti da prije navedene tri grupe načela održivosti moraju biti i kompatibilne jedne s drugima kako se ne bi dovelo do nepotrebnih konflikata koji bi rezultirali negativnim utjecajem na turističku destinaciju.

3.5. TURISTIČKE POLITIKE U KONTEKSTU ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA

Smjernice za razvoj turizma se određuju putem turističke politike kako bi se dodatno poticao, kako gospodarski tako i društveni razvoj. Kada imamo značajniji utjecaj turizma na povećanje BDP-a isto tako se i recipročno povećava interes za njega te se potiče dugoročni razvoj i to putem stvaranja turističke politike koja je dio ekonomske politike određene zemlje. Kada je riječ o turističkoj politici jasno je da je ona puno razvijenija i ima veći značaj u zemljama koje su turistički prepoznate što se svakako može reći i za Republiku Hrvatsku koja njeguje turizam kao gospodarsku granu s visokim utjecajem na njen cjelokupni BDP.

Turistička politika određene države je odnos iste prema razvoju turizma što znači, u današnje doba zbog globalne povezanosti, da svaka država posjeduje određenu turističku politiku koja svoju veličinu definira prema utjecaju turizma, to jest prema potražnji za turističkim uslugama. „Turistička politika se može u širem smislu definirati kao progresivni

[30] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 419.

kurs postupaka, smjernica, direktiva, načela i procedura koje su postavljene u etički okvir koji se usredotočuje na određene probleme i na najbolji način predstavlja namjeru zajednice (države) da učinkovito ispuni ciljeve vezane za planiranje, razvoj, proizvod, usluge, marketing i održivost, kao i ciljeve za budući rast turizma.“[31] Turistička politika, putem smjernica, treba utvrditi smjer za sve dionike na koji način se planira razvoj turizma određene zemlje te usmjeriti trud da se razvija kao cjelina koja se temelji na održivom razvoju. Mjere koje se nalaze unutar turističke politike mogu bit višestruke ali se najčešće dijele na zakonske mjere, ekonomske mjere, administrativne mjere i planske mjere. Zakonske mjere putem raznih zakonskih i podzakonskih akata stvaraju institucionalne uvjete za provođenje turističke politike. Ekonomske mjere odnose se na utjecaj turizma na monetarnu politiku, poreznu politiku , investicije i slično. Administrativne mjere odnose se na zakonsku regulativu turističkih organizacija za kreiranje turističke ponude. Planske mjere odnose se na planski razvoj turizma u određenoj državi kako se ne bi događala neplanska i neisplativa ulaganja koja nisu komplementarna s donesenim strategijama.

S obzirom da održivi razvoj treba imati veliku potporu od strane države, isto tako se odnosi i na održivi razvoj turizma koji uvelike ovisi o osviještenosti državne uprave za upravljanje na održivi način. Kako se turizam zasniva između ostalog na prirodnim ljepotama i očuvanom okolišu postoje vrlo bitne situacije na koje turističke politike mogu utjecati na svekoliko zadovoljstvo. Aktivnosti koje trebaju promicati turističke politike, prema (Čavlek, Bertoluci, Prebežac, Kesar, 2011: 432) jesu:

- turističku politiku i zaštitu okoliša učiniti primarnim djelom ekonomske politike
- postaviti ciljeve održivog razvoja u svim djelatnostima
- kreirati propise i poticaje za održivi razvoj turizma
- uvesti i provoditi poreze za zaštitu okoliša (tzv. zelene poreze)
- razvijati mehanizam potpore malom i srednjem poduzetništvu za primjenu načela održivosti u realizaciji poduzetničkih projekata.

Kako bi se sačuvao okoliš i razvijao održivi razvoj turizma, turistička politika treba inzistirati na načelima održivosti a u primjeru Republike Hrvatske mogu se vidjeti pozitivni pomaci koji se odnose na stvaranje Zakona kao što su: Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva, Zakon o Fondu za razvoj i zapošljavanje, Zakon o otocima, Zakon o igralištima za golf i ostalim sličnim zakonima za usvajanju održivog razvoja. Isto tako postoje i razni programi koji dolaze od strane banaka i lokalnih vlasti koje potiču malo poduzetništvo kroz

[31] Čavlek, N. (2011): Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 425.

razne mjere sufinanciranja što uvelike pokazuje da nije vlast jedina snaga koja potiče održivi razvoj već su se uključili i ostali dionici koji imaju veliki utjecaj na razvoj određene destinacije. Turističke politike trebaju imati tendenciju razvijanja što znači da trebaju pratiti stanje na emitivnim tržištima kako bi mogle privući što veći broj novih te zadržati što veći broj dosadašnjih posjetitelja. Buduća turistička politika svakako bi se trebala zasnivati na načelima održivog razvoja turizma, isprepletena s raznim poticajima koji će biti razlog za usvajanje održivog razvoja. Odabir razvoja turističke politike na održivi način trebalo bi rezultirati smanjenjem masovnog oblika turizma i povećanje razvoja selektivnih oblika turizma koje rezultira smanjenjem negativnog utjecaja na okoliš. Turistička politika treba pratiti i negativne utjecaje koji proizlaze iz neočuvanosti okoliša i socijalne ugroženosti na globalnoj razini što može bitno utjecati na razvoj turizma u određenoj destinaciji. Najznačajniji negativni utjecaji koji mogu negativno utjecati na turističku destinaciju jesu globalno zatopljenje, terorizam, recesija i druge krize koje treba uzeti u obzir.

Slika 4. Sustav vrijednosti nove vizije hrvatskog turizma



Izvor: Narodne novine (55/2013): Hrvatski sabor, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html, 17. Listopada 2016.

Održivi razvoj turizma kroz svoja načela daje određenu garanciju za trenutačne planove i

strategije te ujedno i za turističke proizvode i usluge koje se plasiraju na tržištu iz razloga što su temeljeni na održivosti. Sama održivost nam govori da se resursi troše na odgovoran način što rezultira očuvanosti resursa i okoliša kako buduće generacije ne bi bile zakinute za prirodne ljepote u kojima čovječanstvo uživa na današnji dan. „U kontekstu turističkog sektora možemo povući paralelu na način da smo svjedoci sve veće osviještenosti potrošača, korisnika turističkih usluga o negativnom posljedicama koje na okoliš ali i na društvo imaju industrijske i uslužne djelatnosti te da je sve veći pritisak na potražnju usluga i proizvoda koji sagledaju cijelo-životni ciklus koji proizvod i usluga imaju na okoliš i društvo te sve više potražuju održivost u proizvodnji i korištenju usluga.“[32] Kako se sve više uvažavaju, kako u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj, načela održivosti, vidi se pozitivan trend u očuvanju okoliša koji se svakako treba nastaviti ali isto tako i unaprijediti. Za stanje na našem planetu najveći utjecaj i odgovornost imaju ljudi te su ljudi ujedno i najznačajniji faktor u njegovom očuvanju što bi poticanjem održivog razvoja trebalo rezultirati našim odgovornim ponašanjem u svakodnevnici kako se resursi ne bi trošili na neodrživi način.

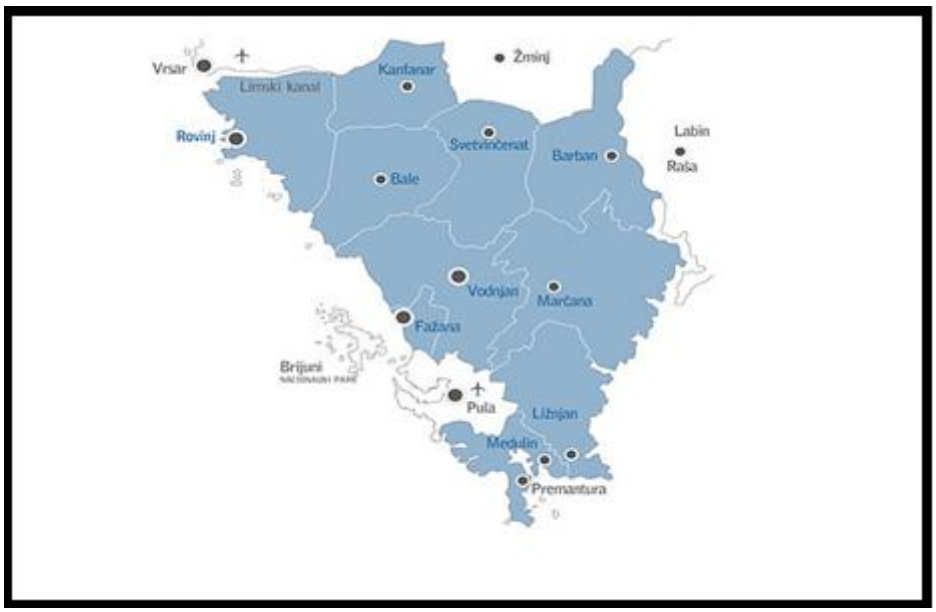
[32] Tanković M., Matešić M. (2009) : Postizanje konkurentske prednosti primjenom elemenata održivog razvoja, Acta Turistica Nova, Vol.3 No.1 Svibanj, str. 9.

4. RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA JUŽNE ISTRE

Istarska županija se nalazi na istoimenom poluotoku koji je ujedno i najveći poluotok u Republici Hrvatskoj, koji pripada u više od devedeset posto Republici Hrvatskoj dok u ostalih nešto manje od deset posto se dijeli na teritorij država Slovenije i Italije. „Istra je najzapadnija županija Republike Hrvatske i teritorijalno je organizirana na 41 jedinicu lokalne samouprave, odnosno na 10 gradova i 31 općinu sa sjedištem u Pazinu.“[33] Prema popisu stanovništva iz 2011. godine u Istri je živjelo 208.055 stanovnika od kojih je većina naseljena u priobalnom području.

Istarska županija je u turističke svrhe podijeljena na sedam klastera kako bi se pružila što raznovrsnija ponuda. Sedam klastera se dijele na: Klaster Središnja Istra, Klaster Labin – Rabac, Klaster Poreč, Klaster Južna Istra, Klaster Rovinj, Klaster Vrsar – Funtana i Klaster Sjeverozapadna Istra. Do same podjele u klasterima je došlo isključivo kako bi se ponudio što raznovrsniji i bogatiji program te kako bi se potaknuo razvoj unutrašnjosti istarskog poluotoka.

Slika 5. Klaster južna Istra



Izvor: Lag južna istra (2016): http://www.lag-juznaistra.hr/podrucje-laga, 20.listopada 2016.

Kako rad govori o razvoju održivog turizma južne Istre, Klaster Južna Istra (Slika br. 5) je destinacija kojoj pridajemo najviše značaja te područje na kojemu se klaster nalazi ujedno je i

[33] Master plan turizma Istarske županije, 2015. – 2025. (2015), Turistička zajednica istarske županije, str. 13.

nit vodilja ovog rada. Južna Istra prema podjeli na klastere se prostire na području gradova Pula i Vodnjan te Općina Medulin, Ližnjan, Fažana, Marčana i Barban. Navedeno područje kao svoje prednosti ističe bogato kulturno – povijesno nasljeđe, očuvani okoliš, razvijenu i pitomu obalu, te mediteransku klimu s blagim i vlažnim zimama te suhim i toplim ljetom što rezultira destinacijom pogodnom za razvoj turizma.

Kako bi se nastavio pozitivan trend u razvoju turizma južne Istre bitno je da svi dionici surađuju u stvaranju turističke ponude te da se vode načelom održivosti koja je jedini ispravni način za dugoročno blagostanje u destinaciji. Kako postoje određeni utjecaji na samu destinaciju koji dolaze izvan nje same, treba se pobrinuti da se razvojni planovi ne kose sa već prije donesenim planovima na razini Istarske županije i Republike Hrvatske te da isto tako prate smjernice i trendove koje su proizašle iz Europske unije kako bi ponuda turističkih sadržaja bila u skladu s turističkom potražnjom.

4.1. STRATEŠKI DOKUMENTI

Svaki razvoj treba se temeljiti na unaprijed određenoj strategiji i to prvenstveno da bi se postigli što bolji rezultati koji dolaze kao rezultat strateškog i efikasnog korištenja resursa. S obzirom na širinu djelovanja u turizmu te na razne utjecaje koji se formiraju na svakodnevnoj bazi, formiranje strategije je osnova kako bi se što efikasnije odgovorilo na novonastale uvjete. Kako u turizmu postoji velik broj dionika, te se jako puno govori o multiplikativnom utjecaju turizma na određenu destinaciju, i na sam turizam postoji utjecaj od raznih gospodarskih grana te pada pod utjecaj od postojećih strategija koje se vežu za zasebne gospodarske grane određene države. Uvijek prilikom formiranja strategije za razvoj turizma određene destinacije treba imati na umu postojeće strategije koje su donesene na prostoru određene države. U slučaju ovog rada koji za primjer uzima destinacije općina Medulin i Ližnjan, te kako su te destinacije posljednje u nizu koje formiraju svoju strategiju, već prije su donesene strategije na razini države, županije, gradova i općina, turističkih zajednica i sl., prilikom formiranja strategije za odabrane destinacije moraju se uzeti u obzir sve prije navedene kako se ne bi kosile jedna sa drugom što bi se negativno odrazilo na turističku destinaciju. Pored donesenih strategija, vrlo bitan dokument za planiranje razvoja turizma prije navedenih destinacija je i Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025. koji nam puno govori o smjeru u kojemu se planira razvoj turizma što ujedno znači i smjer u kojemu se trebaju razvijati i odabrane destinacije. Putem Master plana dobiva se uvid u atrakcijsku

osnovu koja se nalazi na istarskom poluotoku, trenutačno stanje na turističkom tržištu vezano za Istarsku županiju, te usporedba s destinacijama koje posjeduju određene sličnosti s turističkom ponudom Istarskog poluotoka. Isto tako formiraju se misija, vizija i ciljevi koji se žele ostvariti te se putem operativnih strategija navodi na koji način postići željene rezultate, dok se ujedno formira i završna faza u procesu planiranja koja je vrlo bitna a odnosi se na nadzor provedbe projekata i akcijske planove.

Svakako treba još istaknuti da što veći broj strategija koje su međusobno povezane rezultira sa uređenijom i organiziranijom turističkom ponudom koja putem poticanja na suradnju, koja je neizbježna prilikom stvaranja strategija, stvara pozitivne preduvjete za provedbu donesenih strategija što je do sada bilo prikazano kao najveći nedostatak u svim strateškim planovima.

4.2. POTPORE EUROPSKE UNIJE

Danas je, zbog određene privlačnosti koju nudi a ističe se ponajviše kao pouzdan partner u kvalitetno izrađenim i provedivim projektima, Europska unija vrlo traženi partner za provođene strateških projekata. „Veliku ulogu za razvoj hrvatskog turizma ima i turistička politika EU koja nastoji ujediniti i približiti različite interese južnih receptivnih zemalja (primarni rast turizma) s interesima sjevernih emitivnih zemalja (izbjegavanje štetnih posljedica po okoliš, poštivanje kulturnog naslijeđa, kvaliteta usluga) putem zajedničke turističke politike“[34] Za razvoj održivog turizma postoji velik broj mjera koje se konstantno nadopunjuju kroz dvije domene a odnose se na održivi razvoj i turizam. Kako se već ranije navodi da je održivost ključ svake strategije tako i Europska unija u svojim mjerama kroz natječajnu dokumentaciju ističe u svim svojim projektima održivost kao točku polazišta za sve pozitivno ocijenjene projekte. Najznačajniji dokumenti vezani za razvoj održivog turizma na području Europske unije kao i cijeloga Mediterana u domeni održivog turizma izdanih od strane Europske komisije jesu *Agenda for a sustainable and competitive European tourism,* koja nam govori o nadolazećim izazovima, akcijskim okvirima, načinima za postizanje što veće konkurentnosti i održivog razvoja, koje su uloge dionika te koja je uloga Europske Komisije. Kao nadopuna nam dolazi od strane ARLEM-a *(Assemblée Régionale et Locale*

[34] Sunara Ž., Jeličić S., Petrović M. (2013) : Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.4 No.1, str. 6.

Euro-Méditerranéenne) izvještaj o stanju održivog turizma na području Mediterana. Isto tako još jedan jako zanimljiv dokument vezan za područje ovoga rada je i akcijski plan izdan od strane Europske komisije a odnosi se na strategiju Europske Unije za Jadransko – Jonsku regiju (*European Union Strategy for the Adriatic and Ionian Region*) u kojemu se kroz šest točaka prezentira akcijski plan koji govori o utjecaju na more, prometnoj povezanosti, kvaliteti okoliša, održivom turizmu, financiranju i na kraju monitoringu, izvještajima i evaluaciji provedenih planova i to sve kako bi se zaštitio okoliš i poboljšala kvaliteta življenja. Kao osnove za korištenje potpora Europske unije u provedbi projekata istaknut ćemo dokument koji je izdala Europska unija 2010. godine pod nazivom *European Charter for Sustainable Tourism in Protected areas* koji opisuje osnove održivog razvoja turizma te kroz tri poglavlja opisuje na koji se način treba razvijati održivi turizam u zaštićenim područjima, na koji način razvijati poduzeća u održivom turizmu i na koji način razvijati putničke agencije po modelu održivosti. Sva tri poglavlja daju naglasak na razvoj partnerstva u upravljanju destinacijom kao ključnu ulogu u uspješnoj implementaciji održivog razvoja te se trude dati uvid na koji način se treba upravljati zaštićenim područjima kako bi se ti isti mogli ponuditi na turističkom tržištu kao destinacije održivog turizma. Kao poveznicu na dokument *Europen Charter for Sustainable Tourism in Protected areas* nudi se alat pod nazivom ETIS *(European Tourism Indicator System),* prvi put prezentiran 2013. godine, a zadnja verzija programa za održivo upravljanje destinacijama je iz 2016. godine, koji je proizvod Europske komisije a služi kako bi se potaknulo turističke destinacije da se usvoji što kvalitetniji pristup prilikom turističkog planiranja. ETIS alat je besplatan za preuzimanje te se sastoji od upravljačkih alata, informacijskih alata i sistema monitoringa. Isto tako ETIS alat se sastoji od više dokumenata i tablica, a uloga tim dokumentima je da se prepoznaju osnovni i pridruženi indikatori te kako se njima koristiti. ETIS alat je namijenjen poduzećima i organizacijama koje imaju veliki utjecaj, namjeru i mogućnost za kreiranje turističke ponude određene destinacije. Program prolazi kroz sve funkcije planiranja te navodi, fazu po fazu, na koji se način treba razvijati turistička destinacija, na održivi način i svekoliko zadovoljstvo svih dionika.Europska unija ulaže velike napore u očuvanje okoliša kroz razne programe i potpore što bi kao krajnji rezultat trebalo imati održivu turističku ponudu. Sam proces stvaranja održivog turističkog proizvoda nije jednostavan što ujedno može značiti i da je to svakako pravi put koji je možda puno zahtjevniji, u usporedbi s dosadašnjim neplanskim razvojem u velikom broju slučajeva, ali svakako dugoročno puno isplativiji. Programi potpore jesu svakako način da se potakne što veći broj projekata temeljenih na dugoročnoj održivosti koja je jedini ispravan način strateškog planiranja u određenoj destinaciji.

4.3. OPĆINA MEDULIN

Odabir destinacije kao ogledni primjer se navodi općina Medulin iz razloga što je već prepoznata kao turistička destinacija sa velikim brojem postelja i kao turistička destinacija koja ima visoku sezonalnost te će nam pružiti uvid u destinaciju koja sa svojim brojem postelja nema puno prostora za stvaranje novih projekata od samog početka već mora svoje resurse što adekvatnije koristiti kako bi se zadovoljili svi parametri održivog razvoja. Isto tako treba istaknuti da je Općina jedan od lidera istarskog i hrvatskog turizma prema broju posjetitelja te se očekuje i daljnji rast turističkih sadržaja što znači sve veći utjecaj na domicilno stanovništvo s obzirom na veliki broj privatnog smještaja koje nudi destinacija.

Slika 6. Blizina emitivnih tržišta



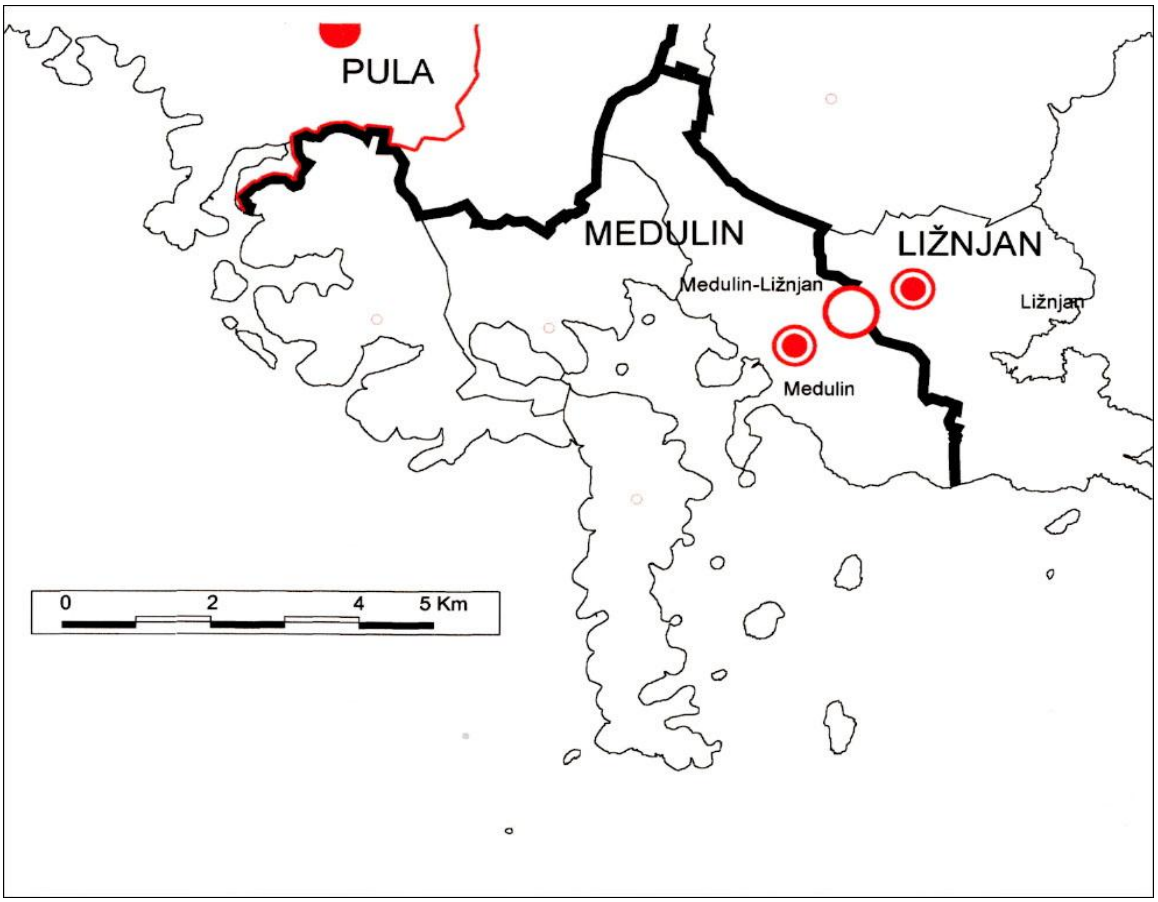
Izvor: Banjole-apartments: http://www.banjole-apartments.com/pages/en/map-istra.php?lang=EN, 01.prosinca 2016.

Svakako i blizina velikih emitivnih tržišta što je vidljivo iz slike br. 6, mora biti razlog više za formiranje kvalitetne i održive destinacije koja može ići u korak s zahtjevima tržišta.

4.3.1. DEMOGRAFSKA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA OPĆINE MEDULIN

Općina Medulin je priobalna općina smještena na samom jugu istarskog poluotoka s površinom od ukupno 34,15 kilometara kvadratnih te predstavlja jednu od najvećih općina u Istarskoj županiji i jednu od vodećih u turističkoj razvijenosti. „Između južno istarskih rtova Kamenjaka i Marlere, nekoliko ribarskih sela preobraženo je u dobro posjećena kupališta. Medulin je među njima najpoznatije turističko mjesto.“[35] Duljina morske obale zajedno s otocima iznosi 70 kilometara te spada pod vrlo razvedenu obalu. Općina se nalazi ponajviše u priobalnom području dok u unutrašnjost zalazi najviše 2 kilometra u smjeru sjever, istok i zapad. Općina Medulin graniči sa zapadne strane s Grdom Pula koji je uvelike utjecao na razvoj Općine te na istočnoj strani graniči s Općinom Ližnjan (Slika br. 7).

Slika 7. Granice općine Medulin te relevantna središta

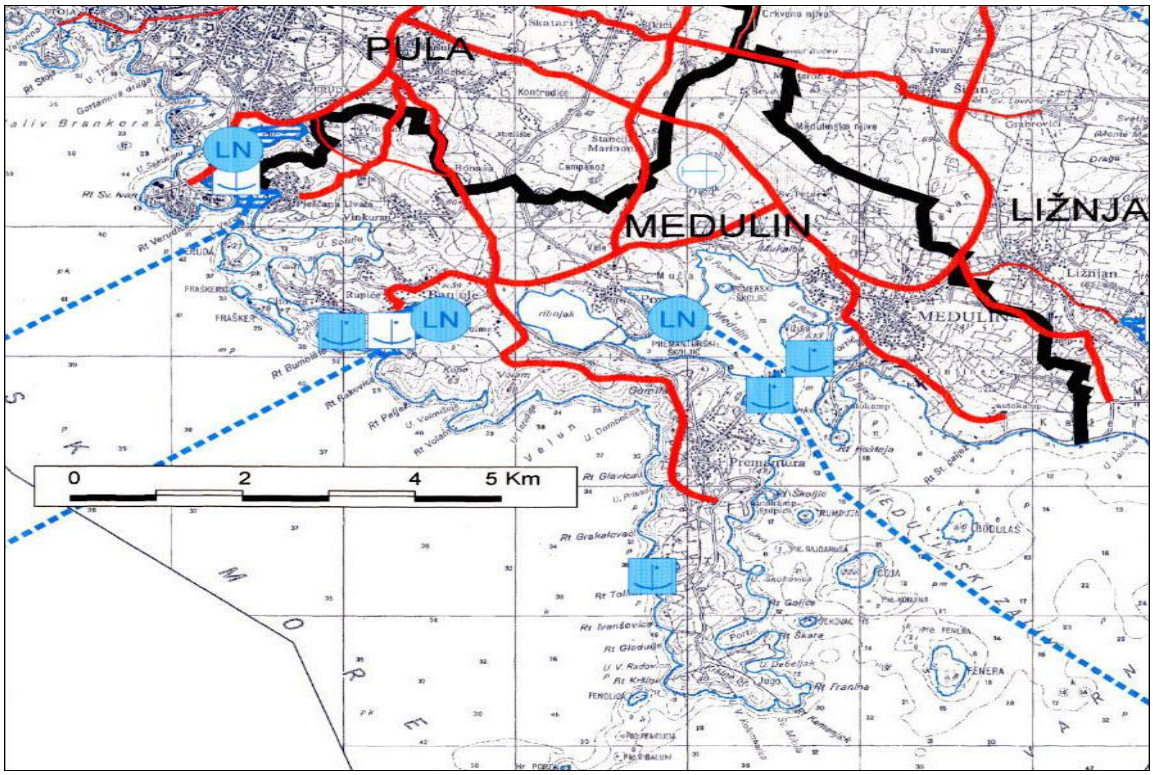


Izvor: Prostorni plan općine Medulin (2016): http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/opcine/medulin/administrativni-ustroj-medulin.jpg, 17. listopada 2016.

[35] Blažević I. (1996) : Turistička geografija Hrvatske, II izdanje, Pedagoški fakultet, Pula, str. 65.

Vrlo bitno je istaknuti da zbog kako povoljnog geografskog položaja tako i zbog dobre prometne povezanosti kako putem zemlje (*Istarski Ipsilon*) tako i zbog postojanja Zračne luke Pula koja je administrativno nalazi na području općine Ližnjan glavni su preduvjeti ekspanzije turizma na ovom prostoru. Da bi se i nadalje održavao ovaj stupanj turističke razvijenosti mora se i dalje raditi na usavršavanju povezanosti te na podizanju stupnja sigurnosti u prometu.

Slika 8. Prometna povezanost županijskim cestama na području općine Medulin



Izvor: Prostorni plan općine Medulin (2016): http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/opcine/medulin/promet-medulin.jpg, 20. listopada 2016.

Općina Medulin povezana je s susjednom općinom Ližnjan i Gradom Pula sustavom županijskih cesta koja se nadalje povezuje na dva vrlo bitna prometna pravca u kojemu jedan pravac ide u smjeru Pula – Trst koji je poveznica sa Slovenijom, Italijom i ostalim zemljama u neposrednom okruženju, te Pula – Rijeka – Zagreb koji povezuje Općinu sa svim gradovima u Hrvatskoj te susjednim zemljama kao što su Bosna i Hercegovina, Srbija, Mađarska i ostale zemlje. Zahvaljujući pozitivnom geografskom položaju koji je udaljen svega nekoliko sati vožnje od velikih emitivnih tržišta kao što su Italija (Trst – 120 km, Milano – 549 km), Austrija (Beč – 620 km), Njemačka (München – 612 km) te Slovenija (Ljubljana – 230 km) i postojanje zračne luke u neposrednoj blizini općine Medulin stvoreni su svi preduvjeti za

razvoj turizma. Zrakoplovna luka opremljena je za domaći, ali i međunarodni promet te povezuje cijeli poluotok sa velikim urbanim centrima kao što su Frankfurt, Pariz, London, Oslo i drugima što pridonosi povećanu broja posjetitelja samoj destinaciji. Što se tiče prometne povezanosti unutar općine Medulin treba istaknuti da Naselje Medulin nije direktno povezano s ostalim naseljima unutar općine već da se treba prvo uputiti u grad Pulu i zatim presjedati za ostala naselja Općine Medulin što prikazuje javni prijevoz kao skupu i nepraktičnu opciju kretanja po naseljima Općine. Želi se napomenuti da problem nije nerješiv te da bi ga se riješilo uvođenjem nove linije koja bi povezivala sva naselja unutar Općine Medulin.

Na području općine Medulin, prema popisu DZS-a iz 2011. godine, živi 6.481 osoba od kojih 3.173 muškaraca i 3.308 žena. „Djelatnost sa najvećim ostvarenim udjelom u ukupnom prihodu jest djelatnost trgovine na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala (31,73%). Slijede je djelatnosti građevinarstva (11,04%), administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti (10,37%), stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti (9,75%), djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (9,60%) te umjetnost, zabava i rekreacija (7,16%).“[36] Iako je profilirana kao jaka turistička destinacija, općina Medulin, nije ovisna o turizmu već se turizam nalazi kao djelatnost na petom mjestu što govori o razvijenosti iste. Proračun Općine iznosi 105.552.511,00 kuna te postoji dovoljno prostora za daljnje ulaganje na razvoj destinacije.

Tablica 1.: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Općini Medulin prema broju soba/postelja

	Hoteli i slično	**Kućanstva**	**Kampovi**	**Ostali objekti**	**Ukupno sobe/postelje**
Soba/postelja	1.042/2.696	2.853/11.215	5.537/17.514	775/2.268	10.207/33.693

Izvor: Državni zavod za statistiku, 2015

Iz tablice broj 1. Može se vidjeti da u Općini Medulin postoji 33.693 postelja te se najveći udio u ukupnim smještajnim kapacitetima Općine Medulin nalazi u kampovima s ukupno 17.514 postelja te u „privatnom smještaju“ to jest kućanstvima 11.215 postelja.

[36] Općina Medulin, Strateški razvojni program općine Medulin za razdoblje od 2015. do 2020.,: http://medulin.hr/dokumenti/RAD%20UPRAVE/STRATESKI%20PLAN/2015-2020/Strate%C5%A1ki%20plan%20Op%C4%87ine%20Medulin%202015-2020.pdf , str. 32.

Tablica 2.: Prikaz dolazaka i noćenja turista u općini Medulin od 2011. do 2015. godine

OPĆINA MEDULIN					
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
DOLASCI	292.954	319.435	309.110	321.090	323.285
NOĆENJA	2.055.345	2.268.555	2.286.691	2.327.390	2.138.739

Izvor: Izradio autor prema Državnom zavodu za statistiku, 2015.

Veliki broj posjetitelja, te njihovo povećanje iz godine u godinu što je vidljivo u tablici br. 2, uz visoku sezonalnost govori nam da su posjetitelji ove destinacije osobe koje prvenstveno borave u destinaciji zbog sunca i mora koje su temeljne atraktivnosti koje krase ovu destinaciju.

Unaprjeđenje i stvaranje novih prometnih povezanosti svakako bi trebao biti jedan od prioriteta za razvoj turizma unutar Općine Medulin s naglaskom da se razvija u skladu s mogućnostima i potrebama većih središta kao što je Grad Pula.

4.3.2. PREDNOSTI I NEDOSTACI KOJE UTJEČU NA IMPLEMENTACIJU ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE

Svaka turistička destinacija ima određene prednosti i nedostatke zbog kojih je kao takva jedinstvena u svijetu pa je stoga ključno prepoznati ih i upravljati njima na održivi način. Kada je riječ o održivom načinu, kao što je prije i navedeno, stavlja se na prvo mjesto korištenje resursa destinacije na odgovoran način, to jest da se zadovolje potrebe svih dionika a da se ne uništavaju resursi za buduće generacije. Prednosti koje turistička destinacija posjeduje svakako se treba isticati i na održivi način plasirati na turističko tržište koji su glavni aduti i u samoj prepoznatljivosti destinacije dok bi se nedostatke trebalo ukloniti ili smanjit na što manju razinu kako se ne bi stvorila negativna slika o razvoju turističke destinacije i turizma općenito.

Prednosti turističke destinacije kao što je Općina Medulin jesu svakako njezina prirodna dobra koja su ujedno i glavni razlog dolazaka posjetitelja u ovu destinaciju. Pored očuvanog okoliša i pitome obale pogodne za kupališni turizam ističe se sve veći broj pučkih manifestacija koje promoviraju lokalnu kulturu i bogato kulturno povijesno nasljeđe ovoga kraja što svakako privlači sve veći broj posjetitelja koji su privučeni zanimljivim programima

koji se nude. Ove dvije osnovne prednosti po kojima je već i sada destinacija prepoznata svakako bi trebala nastaviti razvija uz održivi način svoje prednosti te jačati svoju poziciju na turističkom tržištu.

Pored prednosti, i to ponajviše zbog nepostojanja strateških dokumenata koji bi sugerirali adekvatne načine turističkog razvoja, tokom godina stvorili su se i određeni nedostaci u samoj turističkoj destinaciji koju danas krase obilježja visoke sezonalnosti koja su popraćena sve većim brojem posjetitelja, te neplanskom izgradnjom sve većeg broja privatnih smještajnih jedinica koje u više navrata nagrđuju sam okoliš. Kako u kratkom vremenskom razdoblju imamo visoki broj posjetitelja te prenapučenost u naseljima od kojih mnoga nemaju adekvatnu infrastrukturu, može se reći da je još uvijek velik broj nedostataka koji mogu negativno utjecati na budućnost turističke destinacije.

Uz kvalitetnu strategiju razvoja turističke destinacije Općine Medulin svakako se mogu prednosti koje krase destinaciju pospješiti dok se isto tako nedostaci mogu smanjiti i eliminirati i to sve ukoliko se drži, prilikom planiranja, načela održivosti.

4.3.3. POZITIVNI UČINCI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE MEDULIN

U današnje doba ne bi se trebalo razmišljati o nikakvom drugom, već samo o održivom razvoju. Održivi razvoj se temelji na strateškom promišljanju te se vodi najefikasnijem korištenjem resursa kako bi te iste resurse koristili i budući naraštaji što je temelj svakog održivog razvoja.

Općina Medulin, iako broji velik broj privatnog smještaja, ne može se pohvaliti strateškim promišljanjem prilikom kreiranja urbanističkih planova naselja te se sve učestalije može čuti kako su naselja pretrpana apartmanima koji svaki izgleda na svoj način te ne daje određenu pitoresknu sliku koja se promovira u priobalnom području mediterana. Stoga kao prvi korak u održivom razvoju destinacije koja se nalazi na području Općine Medulin svakako treba istaknuti što se želi postići a to svakako treba biti očuvanje okoliša i bioraznolikost te kulturno povijeno nasljeđe i isticati se kao destinacija koja pored svojih prirodnih ljepota nudi i upoznavanje s lokalnom kulturom te promovira zaštitu okoliša i način življenja domicilnog stanovništva. Nadalje kada je riječ o dionicima koji bi trebali biti uključeni u kreiranje turističke ponude onda svakako treba imati tendenciju uključivanja što većeg broja domicilnog stanovništva i nositelja postojeće turističke ponude kako bi se stvorila sinergija koja bi poticala razvoj gospodarstva kroz multiplikativan učinak koji proizlazi iz strateškog

upravljanja destinacijom.

Trenutačno stanje u destinaciji nam govori da postoji razvijena turistička suprastruktura s kampovima i privatnom smještaju u najvećem postotku te nešto manjem postotku hotelskog smještaja i ostalih oblika što nam govori da je, ponajviše zbog kampova i visoke sezonalnosti potaknute zbog prvenstveno visokorazvijenog kupališnog turizma koji je u najvećem postotku pokretač dolazaka posjetitelja, u destinaciji iznimno važno da se očuva okoliš što znači da je potrebno strateško planiranje održivog razvoja. Pored okoliša svakako treba imati na umu i kulturno povijesno nasljeđe s običajima koje njeguje lokalno stanovništvo koje se najbolje može očitati po velikom broju pučkih slavlja koja promoviraju bogato kulturno povijesno nasljeđe. Iz prikazanog stanja proizlaze i osobine koje destinaciju čine posebnom a to se prvenstveno odnosi na razvijenu obalu koja zbog male dubine podmorja i velikog broja uvala svakako može proširiti kupališnu sezona na četiri mjeseca, gdje pored toga postoji veliki broj kampova koji nudi doticaj s prirodom te kulturno povijesna baština koja posjeduje veliki potencijal za budući razvoj održivog turizma.

Nadalje treba prepoznati i glavna problemska pitanja a to su prvenstveno zaustavljanje neplanske urbanizacije koja nagrđuje okoliš, nepostojanje kanalizacijskih sustava u svim naseljima, „betoniranje“ obale što se pokazalo u mnogim zemljama kao vrlo loš odabir te preopterećenost suprastrukture i infrastrukture. Kako za rješavanje problemski pitanja treba duži vremenski period vrlo bitno je napraviti analizu koja će nam kroz rezultat prezentirati stanje na tržištu, koji su turistički trendovi, odrediti snage, slabosti, prilike i prijetnje te će se na temelju analize donijeti zaključak na koji način treba snage i prilike oplemeniti a nedostatke i prijetnje minimalizirati.

Prema anketi koju je ispunio direktor turističke zajednice općine Medulin, g. Aldo Dobrovac, dolazi se do relevantnih saznanja vezanih za ovaj rad od kojih se daju odgovori o pozicioniranju općine Medulin kao destinacije za obitelj a manjim dijelom kao sportska destinacija u zimskom periodu. Kada je riječ o kratkoročnim planovima fokusira se na unaprijeđenje ciklo turizma dok dugoročni planovi se odnose na izgradnju cestovnih i biciklističkih staza. Isto takopojam održivog razvoja ih prvenstveno asocira na očuvanje prirodnih resursa dok je njihov stav prema održivom razvoju turizma na području općine uvođenje istog u prvi plan prilikom svakog planiranja kako ne bi postali neatraktivna destinacija.

Tablica 3. SWOT analiza Općine Medulin

SNAGE	SLABOSTI
- Pozitivna geografska pozicija (blizina emitivnih tržišta i Jadranskog mora) - Razvijena prometna povezanost (kopnena i zračna) - Povoljni klimatski uvjeti (kupališni turizam) - Razvedena obala - Bogatstvo prirodnih resursa i zaštićena prirodna područja - Blizina raznovrsne ponude (Istra) - Djelatnosti vezane uz turizam najznačajnije su za gospodarstvo Općine (zdrava konkurencija, zajednički ciljevi) - Podrška lokalnih vlasti razvoju turizma destinacije - Podrška lokalnog stanovništva (žitelja Općine) snažnijem razvoju turizma destinacije - Značajna ulaganja u uređenje mjesta i poticaji za ulaganja u kvalitetu privatnog smještaja	- Niska razina popunjenosti kapaciteta, izrazita sezonalnost - Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta – hoteli (prevladavaju hoteli s tri *) i kampovi (prevladavaju kampovi s jednom *) - Slaba ponuda pratećih sadržaja - Slaba ponuda autohtonih jela - Vizualna degradacija obale - Neadekvatna mikro-infrastruktura (parkirališta, biciklističke staze) - Nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj sportskog turizma - Nedovoljna ulaganja u marketinške aktivnosti destinacije - Percepcija manje kvalitetne ljetne destinacije - Nedostatak sinergije među lokalnim stanovništvom - Nedostatak vizualnog identiteta općine - Neplanska gradnja
PRILIKE	**PRIJETNJE**
- Sportski turizam/zdravstveni/wellness turizam - Novi turistički trendovi – putovanja vezana uz specijalne interese i aktivnosti - Veća popularnost autodestinacija i kraćih putovanja - Nisko-budžetni letovi i sve bolja povezanost destinacije - Obogaćivanje eno-gastronomske ponude - Brendiranje destinacije - poticanje eko proizvodnje - Segmentirana - Poticanje razvoja održivog turizma kroz ekološke principe upravljanja destinacijom - Edukacija novog turističkog kadra - Mogućnost korištenja EU fondova i ostalih poticajnih programa - Valoriziranje kulturne povijesne baštine	- Stanje na svjetskom turističkom tržištu - Porast destinacija sa specifičnom ponudom (profiliranje turističkih destinacija prema interesnim grupama) - Tržišni rizik - percepcija neusklađenog imidža destinacije ukoliko izostane sinergija dionika - Gubitak identiteta (lokalnog) - Kvaliteta mora - Odvodnja otpadnih voda - Izgradnja županijskog odlagališta u neposrednoj blizini destinacije - Stabilno države i kreiranje novih zakona o gospodarenje državnim zemljištem - Nepoštivanje urbanističkih planova - “Masovni” pristup u pružanju turističkih usluga - Cjenovno podcjenjivanje ili precjenjivanje

Izvor: Izradio autor

Nakon analize se trebaju utvrditi načela kojih će se držati prilikom provedbe strateškog plane te odrediti ciljeve koji će biti vremenski određeni i mjerljivi kako bi se utvrdilo da li se donose ispravne odluke te da li se strateški plan provodi. Ideje koje proizlaze iz analize i ciljeva svakako trebaju biti usmjerene na stvaranje identiteta destinacija koja se treba svakako bazirati na održivom razvoju koji će rezultirati očuvanjem okoliša, uključivanjem lokalne kulturno povijesne baštine u turističku ponudu putem osmišljavanja kreativnih manifestacija koje će zainteresirati posjetitelje na sudjelovanje u istima te povećanjem broja sadržaja koji se nudi na plažama i organiziranjem festivala koji su odveć popularni u ljetnim mjesecima.

Nakon donošenja strateškog plana, koji je temeljen na održivom razvoju, provedba je svakako jedna od ključnih faza koja ima važan zadatak a to je da „Sve organizacije koje sudjeluju u provedbi moraju se pozvati na svoje planske dokumente te osigurati poveznicu između provedbe i tih dokumenata.“[37] Na posljetku bitno je i postaviti određene smjernice kako bismo pratili provedbu strateškog plana u potpunosti a ne da se provede samo djelomično kako se u tom trenutku čini najadekvatnije.

[37] Carić H. (2006) : Održivi turizam u deset koraka : Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu : priručnik za razvijanje i upravljanje turističkim regijama, destinacijama i proizvodima, Odraz-Održivi razvoj zajednice, Institut za turizam, Zagreb, str. 51.

4.4. OPĆINA LIŽNJAN

Odabir Općine Ližnjan kao oglednog primjera, koji će kasnije služiti kao usporedba između dviju destinacija, se na određeni način sam nametnuo i to ponajviše zbog razloga što općine graniče jedna s drugom a naselja u kojima se nalaze sjedišta općina su i fizički povezani jedni s drugim te nema nikakve udaljenosti među njima. Za ekspanziju oba naselja najveću ulogu ima razvoj turizma na području općina koje ova dva naselja spaja u jednu cjelinu.

Slika 9. Položaj Općine u Istarskoj županiji



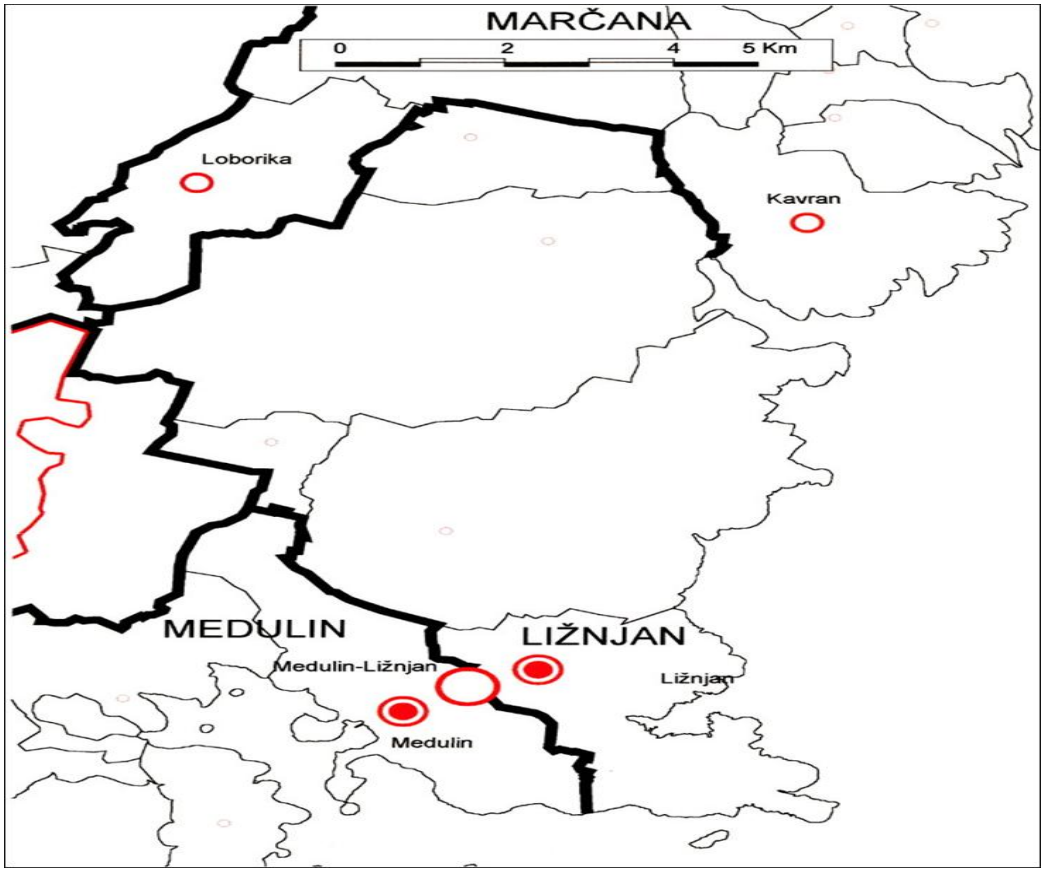
Izvor: Istarska enciklopedija, 2015.: http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1519, 10. listopada 2016.

U Općini Ližnjan donedavna prisutnost vojske Republike Hrvatske rezultirala je očuvanošću okoliša i to ponajviše što se nije moglo ekspanzivno razvijati turizam.

4.4.1. DEMOGRAFSKA I GOSPODARSKA OBILJEŽJA OPĆINE LIŽNJAN

Općina Ližnjan je smještena na jugoistočnom dijelu istarskog poluotoka to jest nalazi se u južno istarskom primorju koje se proteže u trokutu rt Barbariga nasuprot Brijuna – rt Kamenjak na krajnjem izdanku poluotoka – Raški kanal na međi s Labinštinom. Pored istoimenog naselja te ujedno i središta općine Ližnjan nalaze se i naselja Jadreški, Muntić, Šišan i Valtura. Općina graniči s zapadne strane s gradom Pula, sa jugozapadne strane s općinom Medulin i sa sjeverne strane s općinom Marčana. (Slika br. 8)

Slika 10. Granice općine Ližnjan te relevantna središta u blizini



Izvor: Prostorni plan općine Ližnjan (2016): http://www.istra-istria.hr/fileadmin/dokumenti/prostorni_plan/eng/opcine/liznjan/administrative-establishment-liznjan.jpg, 20. listopada 2016.

Sama površina općine Ližnjan iznosi 69.87 km² gdje je vrlo bitno istaknuti da veličina obalnog područja iznosi 1800 ha te da zajedno s otocima broji duljinu od 27.6 km² obale (slika broj 9). Što se tiče prometne povezanosti općina je sa svojim naseljima povezana lokalnim županijskim cestama a zahvaljujući direktnom povezanosti s autocestom pod

nazivom istarski „Y“ koja se grana u dva smjera od kojih jedan smjer ide u pravcu država Slovenije, Italije i Austrije dok drugi pravac ide u smjeru glavnog grada Republike Hrvatske te nadalje prema državama Bosnom i Hercegovinom, Srbijom i Mađarskom. S obzirom na blizinu velikih emitivnih središta, kvalitetna prometna povezanost je jedan od ključnih faktora razvoja turizma na području općine Ližnjan.

Općina Ližnjan se nalazi na području koje ima značajke umjereno tople vlažne klime s vrućim ljetom što je vrlo pogodno za kupališni turizam. Isto tako unutar područja općine se nalaze i tri posebna rezervata u moru i to staništa voge od rta Marlera do rta Sv. Stipan, od uvale Mezoporat do uvale Mrtvi Puč te u uvali Budava. Isto tako nalaze i zaštićena područja otoci Mali i Veliki Levan te Medulinski arhipelag. Navedena područja nam, govore da općinu krase brojna prirodna bogatstva koja su rezultat malog utjecaja čovjeka u okoliš koja bi se, ukoliko se ne pristupi planskom razvoju, svakako našla pod pritiskom razvoja turizma na području Općine.

Napredak općine Ližnjan svakako ne bi bio toliko brz da ne graniče s gradom Pula i općinom Medulin koje zapošljavaju veliki broj stanovnika općine Ližnjan te su uvelike pridonijeli razvoju same Općine. Bogato kulturno – povijesno nasljeđe koje krasi južni dio istarskog poluotoka prvenstveno se pripisuje važnosti i veličini grada Pule koji je pokretačka snaga za ubrzani razvoj svih općina s kojima graniči pa tako je i slučaj s općinom Ližnjan a ponajbolje to govori da se Zračna luka Pula nalazi na Području općine Ližnjan što uvelike govori i o cjelokupnom razvoju južnog dijela istarskog poluotoka gdje su fizičke granice sve manje vidljive.

Prema popisu stanovništva iz 2011. Godine u općini Ližnjan je živjelo 3.965 stanovnika od čega 1.938 žena i 2.027 muškaraca. Na području općine Ližnjan, prema popisu DZS-a iz 2011. godine, živi 6.481 osoba od kojih 3.173 muškaraca i 3.308 žena. U djelatnostima je zaposleno 1.620 osoba od kojih najviši postotak zaposlenih dolazi iz djelatnosti trgovine na veliko i malo, popravak motornih vozila i motocikala (15,93%). Slijede je djelatnosti prerađivačka industrija (14,26%), javna uprava i obrana, obvezno socijalno osiguranje (12,90%), djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (7,84%), djelatnost zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (7,28%) te poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo (6,60%). Općina Ližnjan se tek treba profilirati kao turistička destinacija a prema prije navedenim podacima o djelatnostima na području iste vidljivo je da se turizam kao djelatnost nalazi na četvrtom mjestu što govori o razvijenosti iste. Proračun Općine iznosi 19.443.577,00 kuna što je relativno mali proračun što ne daje puno prostora za daljnje ulaganje na razvoj destinacije

što bi trebalo rezultirati manjim projektima ili obvezatno privlačenje novaca iz fondova putem kvalitetnih projekata ili privlačenje investitora kreiranjem pozitivne ulagačke klime.

„Mnoga istraživanja potvrđuju da gosti najviši prioritet daju krajoliku kao "elementu ponude", kako pri izboru destinacije tako i pri vrednovanju."[38] Nepostojanje hotela, mali broj apartmana i mala ugostiteljska ponuda nisu mogli rezultirati velikim utjecajem turizma na lokalno stanovništvo već se to isto stanovništvo okretalo radu u susjednoj općini Medulin i gradu Puli. Nakon odlaska vojske broj turističkih sadržaja iz godine u godinu je intenzivno rastao ali nažalost bez ikakvog strateškog planiranja te je sve to rezultiralo izgradnjom velikog broja apartmana što je svakako pozitivno utjecalo na gospodarske segmenata Općine Ližnjan dok se negativno odrazilo na okoliš. Apartmani i ugostiteljski objekti su objekti koji su imali najveću ekspanziju te se najviše apartmana izgradilo na području naselja Ližnjan koje gravitira prema moru.

Tablica 4.: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Općini Ližnjan prema broju soba/postelja

Hoteli i slično	**Kućanstva**	**Kampovi**	**Ostali objekti**	**Ukupno sobe/postelje**
22/62	628/3.049	0/0	9/36	659/3.147

Izvor: Izradio autor prema Državnom zavodu za statistiku, 2015

Iako se govorilo o neplanskom širenju apartmana prema obali, iz tablice 2. Vidljivo je da su to još uvijek relativno male brojke te se smatra da postoji puno prostora kako bi se očuvani okoliš kroz strateško planiranje na održivi način očuvao iz razloga što je očuvani okoliš kojeg ima Općina Ližnjan prava rijetkost za priobalnu mediteransku općinu koja ima značajke pitome obale.

Tablica 5.: Prikaz dolazaka i noćenja turista u općini Ližnjan od 2011. do 2015. godine

OPĆINA LIŽNJAN					
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
DOLASCI	5.839	/	12.017	15.485	19.211
NOĆENJA	55.175	/	104.532	127.046	157.870

Izvor: Izradio autor prema Državnom zavodu za statistiku, 2015.

[38] Hansruedi M. (2004) : Turizam i ekologija : povezanost i područja djelovanja, Masmedia, Zagreb, str. 91.

Iako podaci za 2012. godinu nisu dostupni na internet stranicama Državnog zavoda za statistku, broj posjetitelja i njihovo povećanje iz godine u godinu, što je vidljivo iz tablice broj 5, govori nam da posjećenost ove destinacije raste što je pozitivan trend koji krasi ovu destinaciju iako je riječ o malom broju posjetitelja sveukupno te bi svakako trebalo poraditi na novim programima i smještajnim objektima kako bi se taj trend nastavio razvijati.

4.4.2. PREDNOSTI I NEDOSTACI KOJE UTJEČU NA IMPLEMENTACIJU ODRŽIVOG TURIZMA NA PODRUČJU OPĆINE

Ako se uzme sama suština održivog razvoja, a odnosi se na očuvanje resursa i za buduće naraštaje, zasigurno možemo reći da je definicija sročena iz razloga što se resursi nemilice troše i istrebljuju te je ujedno i rijetkost pronaći destinaciju koja ima očuvani okoliš a pogotovo na Mediteranu gdje se svako malo mogu čuti prigovori o prenapučenosti i devastiranosti obale. Kako je riječ o pronalaženju glavnih aduta koje treba isticati i onih koje treba minimalizirati općina Ližnjan svakako posjeduje puno više prednosti nego nedostataka. Prednosti Općine prvenstveno jesu očuvani okoliš koji je prava rijetkost u današnje doba kada se govori o planiranju održivog turizma. Samim time što je na području Općine dugi niz godina bila prisutna vojska, okoliš je ostao očuvan te se ne vidi negativan utjecaj turizma kao što je neplanska izgradnja turističkih smještajnih jedinica i popratnog sadržaja. Općina samim time je u velikoj prednosti te je to ujedno i najjači adut u ostvarenju održive turističke ponude. S obzirom na postojanje očuvanog okoliša isto tako postoji velika prijetnja od neplanskog razvoja, to jest od neplaniranja na održivi razvoj gdje su već i sada vidljivi određeni negativni utjecaji na okoliš, iako minimalni, a odnose se na neplansku izgradnju apartmana u naselju Ližnjan u pojasu najbližem prema moru gdje se skoro pa preko noći zidaju nove građevine koja jedna drugoj otimaju pogled na očuvani okoliš i ujedno stvaraju negativnu sliku o samoj destinaciji. Samim time dolazi se i do nedostataka koji se odnose na dosadašnji razvoj turističke destinacije na području općine Ližnjan a to je ponajviše vidljivo kroz nepostojanje strateških dokumenata o razvoju na održiv način što ukoliko se ne promjeni postati će još jedan u nizu od devastiranih priobalnih područja koja će služiti kao negativan primjer. S obzirom da postoji turistička zajednica u općini Ližnjan njihova je zadaća da se odupru neplanskom i neodrživom razvoju i da u dogovoru s vlasti stvaraju prostorne planove koji neće stvarati narušavati okoliš već će se na održivi način razvijati za svekoliko blagostanje kako lokalnog stanovništva tako i svih posjetitelja. Općina Ližnjan ima jedinstvenu priliku da

bude jedan od nekolicine svijetlih primjera, kako u nas tako i na cijelom Mediteranu, i to isključivo ako se primjene sva načela održivog planiranja i to čim prije jer i samo ne stvaranje planova i akcija odnosno samim promatračkim stavom mogu dopustiti nagrđivanje i uništavanje okoliša zbog blagodati nekolicine ne mareći na blagodat cijelog stanovništva.

4.4.3. POZITIVNI UČINCI NA RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA OPĆINE

Općina Ližnjan, gledano s aspekta održivog razvoja, posjeduje određene prednosti za razliku od većine drugih destinacija koje žele provoditi održivi razvoj. Ponajviše se treba uzeti u obzir očuvanost okoliša i netaknuto obalno područje koje je danas prava rijetkost p bi stoga razvoj Općine Ližnjan kao turističke destinacije bila prava šteta kada se u ne bi koristio planski razvoj destinacije na održivi način.

Kako se navodi očuvanost okoliša, kao prava rijetkost u današnje doba, od samog okoliša treba i započeti jer zdrav okoliš stvara i zdravo okruženje što se svakako osjeti dolaskom u destinaciju. Prilikom planiranja održivog razvoja svakako bi se trebalo očuvati postojeće stanje te ako ima prostora i poboljšati na način da se formira turistička ponuda koja ne donosi sa sobom negativne utjecaje kao što su devastacija i zagađenje okoliš, već stvara ponudu koja je u simbiozi sa okolišem te ističe njegove kvalitete koje su ujedno i razlog zaštite istog područja. Nadalje, svakako treba istaknuti i prostorno planiranje u izgradnji osnovnih, kao što su turističke smještajne jedinice i ugostiteljski objekti, te popratne sadržaje koji bi stvorili određeni brend destinacije a to se najlakše može postići kroz nekoliko koraka održivog razvoja.

Prvi korak održivog razvoja destinacije nam govori o onome što se želi postići u Općini Ližnjan te kakva destinacija želimo da postane. U samom prvom koraku treba istaknuti da želi postići povećanje smještajnog kapaciteta i to da se prilikom pazi da se ne narušavaju flora i fauna u destinacije te kulturno povijesno nasljeđe. Kada se sklopi dogovor o onome što želimo od destinacije stvoriti treba svakako pronaći relevantne dionike koji će biti uključeni u kreiranje turističke ponude što kada je riječ o održivom razvoju turizma i multiplikativnom učinku koje ima na destinaciju može se reći da su dionici sve osobe koje se nalaze na području Općine Ližnjan.

Trenutačno stanje u destinaciji nam govori da trenutačna turistička ponuda, te njezina suprastruktura koja se odnosi u velikoj većini na privatni smještaj te u malom udjelu jednog

hotela dok kampova nema u destinaciji, je stvarana isključivo putem osobnih ulaganja domicilnog stanovništva kako bi si povećali kućni budžet iz čega se svakako može zaključiti da nije postojala nikakva strategija za izgradnju smještajnih objekata. Zbog trenutačnog stanja treba kreirati prostorni plan koji će prvenstveno suzbiti neplansku gradnju te očuvati okoliš na način da se pomno odaberu područja na kojima je moguća gradnja turističkih sadržaja. Pored okoliša svakako treba treba uzeti u obzir i kulturno povijesno nasljeđe s običajima koje njeguje lokalno stanovništvo i njihov identitet koji se prenosi na destinaciju. Osobine koje destinaciju čine posebnom jesu pitoma obala koja zbog male dubine podmorja i velikog broja uvala svakako se može promovirati kao kupališna destinacija sa očuvanim okolišem te kulturno povijenim nasljeđem koje njeguje domicilno stanovništvo.

Nadalje je vrlo bitno prepoznati i glavna problemska pitanja a to je nepostojanje konkretnih strategija razvoja, bujanje neplanske urbanizacije koja može uvelike oštetiti očuvanom krajobrazu, nepostojanje kanalizacijskog sustava, prenapučenost destinacije, „betonizacija“ obale i gubljenje identiteta destinacije. Da bi se što konkretnije odredilo stanje u destinaciji te kako bi se analizirale prilike i prijetnje koje postoje treba upotrijebiti određene strateške alate kao što je SWOT analiza koja će dati određene rezultate vezano za buduće ciljeve u upravljanju održivog razvoja destinacije.

Prema obavljenom razgovoru s predstavnicom turističke zajednice općine Ližnjan, gđa. Natali Palko Zirdum, dolazi se do relevantnih saznanja vezanih za ovaj rad od kojih se daju odgovori o pozicioniranju općine Ližnjan kao destinacije za obiteljski turizam i outdoor turizam (nordijsko hodanje) a manjim dijelom kao sportska destinacija u zimskom periodu vezana za ciklo turizam i kitesurfing (prvenstvo Slovenije). Kada je riječ o kratkoročnim planovima fokusira se na uređenje i povezivanje plaža te kreiranja novih ruta za nordisjko hodanje te unaprijeđenje ciklo turizma dok dugoročni planovi zasebno za općinu Ližnjan ne postoje već se provode strateški planovi unutar klastera južne Istre s kojim usko surađuju. Prema pojmu održivog razvoja vidljiv je iznimno pozitivan pristup te su upoznati s terminologijom i shvaćaju njegovu bitnost za budući razvoj dok je njihov stav prema održivom razvoju turizma na području općine nezaobilazna stavka u razvoju turističke ponude ali ističu da prilikom usvajanja i implementacije održivih planova nailaze na velik broj prepreka.

Tablica 6. SWOT analiza Općine Ližnjan

SNAGE	SLABOSTI
- Pozitivna geografska pozicija (blizina emitivnih tržišta i Jadranskog mora) - Razvijena prometna povezanost (kopnena i zračna) - Povoljni klimatski uvjeti (kupališni turizam) - Pitoma obala - Bogatstvo prirodnih resursa i zaštićena prirodna područja - Blizina raznovrsne turističke ponude (Istra) - Značajna ulaganja u uređenje mjesta i poticaji za ulaganja u kvalitetu privatnog smještaja - Ponuda autohtonih jela - Kvaliteta mora	- Niska razina popunjenosti kapaciteta, izrazita sezonalnost - Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta – nepostojanje kampova i hotela, prevladavaju apartmani koji su u privatnom vlasništvu izgrađeni neplanski) - Slaba ponuda pratećih sadržaja - Nedovoljno iskorišten potencijal za razvoj turizma - Nedovoljna ulaganja u marketinške aktivnosti destinacije - Percepcija manje kvalitetne ljetne destinacije - Neriješena infrastruktura – fekalna kanalizacija - Nedostatak sinergije među lokalnim stanovništvom - Nedostatak vizualnog identiteta općine - Neplanska gradnja
PRILIKE	**PRIJETNJE**
- Sportski turizam/zdravstveni/wellness turizam - Novi turistički trendovi – putovanja vezana uz specijalne interese i aktivnosti - Veća popularnost auto destinacija i kraćih putovanja - Nisko-budžetni letovi i sve bolja povezanost destinacije - Obogaćivanje eno-gastronomske ponude - Brendiranje destinacije - Poticanje eko proizvodnje - Segmentirana ponuda - Poticanje razvoja održivog turizma kroz ekološke principe upravljanja destinacijom - Edukacija novog turističkog kadra - Mogućnost korištenja EU fondova i ostalih poticajnih programa - Valoriziranje kulturne povijesne baštine - Difuzni hoteli	- Stanje na svjetskom turističkom tržištu - Porast destinacija sa specifičnom ponudom (profiliranje turističkih destinacija prema interesnim grupama) - Tržišni rizik - percepcija neusklađenog imidža destinacije ukoliko izostane sinergija dionika - Gubitak identiteta (lokalnog) - Degradacija kvalitete mora - Odvodnja otpadnih voda - Stabilnost države i kreiranje novih zakona o gospodarenje državnim zemljištem - Nepoštivanje urbanističkih planova - “Masovni” pristup u pružanju turističkih usluga - Cjenovno podcjenjivanje ili precjenjivanje - Nezainteresiranost lokalnog stanovništva za razvoj turizma

Izvor: Izradio autor

Kako je vidljivo iz tablice br. 3 koja prikazuje SWOT analizu postoji veliki broj opcija koje mogu uz održivi razvoj donijeti blagostanje destinaciji ali isto tako ako se ne stvori i implementira strategija održivog razvoja postoji velik broj prijetnji da se destinacija devastira.

Načela su okosnica koje svakako treba utvrdit a plod su analize okruženja te na njih treba gledati kao smjernice za provedbu strateškog plana. Isto tako treba odrediti i ciljeve za sve faze strateškog planiranja i prvenstveno kako bi se promptno mogao dobiti odgovor da li se planovi realiziraju i da li se realiziraju na vrijeme što će svakako biti pokazatelj o sposobnostima osoba koje su zadužene za provedbu strategije. Svaki zaključak koji se donese treba biti usmjeren na osnovne smjernice održivog razvoja a to je korištenje resursa na odgovoran način. Samim time implementacijom domicilnog stanovništva, okoliša i kulturno povijenog nasljeđa u turističku ponudu stvara se sinergija koja destinaciju čini posebnom što je i cilj brendiranja.

Za kraj strateškog planiranja predstoji implementacija strategije koja može donijeti puno pozitivnih stvari ali isto tako i puno negativnih stvari. Kvalitetan kadar je svakako poželjan u ovoj fazi jer je faza implementacije puna skrivenih situacija koje se moraju rješavati na licu mjesta što će istaknuti određene kvalitete ili mane pojedinaca koji su odgovorni da se strategija što kvalitetnije implementira, a kako bi bili sigurni da se strategija kvalitetno implementira tu su svakako ciljevi postavljeni u strategiji koji su mjerljivi i vremenski ograničeni te ne dopuštaju lože provođenje strategije.

5. USPOREDBA RAZVOJA TURIZMA U RAZMATRANIM DESTINACIJAMA

Odabrani primjeri razvoja turizma u destinacijama kao što su Općina Medulin i Općina Ližnjan uzeti su kao primjeri iz razloga što ako ih se promatra bez utjecaja turizma na te destinacije ne bi postojala velika razlika među njima. To su susjedne općine koje dijele sva geografska obilježja te se i jedna i druga nalaze na samom jugu istarskog poluotoka i kao takve lako se da navesti da bi trebale imati podjednaku startnu poziciju za razvoj turizma. I jedna i druga općina nalaze se u neposrednoj blizini velikog administrativnog sjedišta grada Pule u kojemu većina njihovih stanovnika radi te je ujedno i grad Pula uvelike zaslužan za razvoj naselja koja se nalaze u granicama općina Medulin i Ližnjan.

Samim pozicioniranjem općina u neposrednoj blizini grada Pule te blagodatima koja se koriste zahvaljujući razvijenom gospodarstvu, paralelno s time se počinju razvijati i odabrane općine te se sukladno tome javlja, zbog pitome obale i klime pogodne za razvoj kupališnog turizma, razvoj turizma. Upravo to i jest trenutak kada ove dvije destinacije kreću svaka u svojemu pravcu. Općina Medulin se odabire kao destinacija koja će se razvijati u smjeru kupališnog turizma dok općina Ližnjan zbog prisutnosti vojske nije u mogućnosti planirati svoj razvoj turizma u smjeru tada vrlo popularnog kupališnog turizma. Da se ne stekne zaključak da općina Ližnjan nije imala nikakav doticaj s turizmom treba se navesti da je, kako se turizam razvijao na području općine Medulin, bio potreban sve veći broj sezonskih radnika tako je i veliki broj žitelji s područja općine Ližnjan sudjelovao u turističkoj ponudi općine Medulin kako direktnim utjecajem, to jest zaposlenjem u turističkim objektima, tako i indirektno uzgajanjem poljoprivrednih kultura koje su se plasirale kao namjernice u turističkim objektima. Bez obzira što se svaka općina kretala u svome smjeru razvoja turizam je, od kad se radi na njegovom razvoju, uvijek bio poveznica između ove dvije općine.

Odlaskom vojske s područja općine Ližnjan istovremeno se, potaknuti blagodatima koje je turizam priskrbio susjednoj općini Medulin, radi na stvaranju turističke ponude na svojim prostorima i to ponajviše se odnosi na entuzijazam pojedinaca koji bi postojeće kuće pretvarali u apartmane. Rezultat svega toga jesu danas dvije susjedne općine u kojima se naselja Medulin i Ližnjan fizički više ni ne razdvajaju, jer je zbog razvoja turizma izgrađeno toliko novih objekata da su se naselja spojila te ih trenutačno dijeli samo administrativne podjela. Isto tako na tako malo području danas imamo općinu Medulin, destinaciju profiliranu kao destinaciju kupališnog turizma koja ima bogatu turističku ponudu s autokampovima, hotelima, privatnim smještajem, ugostiteljskim objektima, koji su zauzeli cijelo priobalno

područje dok se lokalno stanovništvo sve više udaljava od same obale, što zbog sve većih cijena zemljišta i stambenih građevina tako i zbog sve većeg nemira koje im stvara velik broj posjetitelja u relativno kratkom vremenskom periodu. Iako relativno blizu, općina Ližnjan koju krasi očuvanost prirodnog okoliša i očuvanost obalnog područja od negativnog ljudskog utjecaja ima jedan drugi problem a to je nepostojanje jasno definirane strategije u kojem smjeru se želi razvijati kao destinacija što ostavlja puno prostora za divlju i neplansku izgradnju turističkih objekata koje predstavljaju prijetnju za očuvanje okoliša i održivi razvoj turizma. Iako imamo dvije destinacije koje se nalaze u neposrednoj blizini te jedna od druge imaju velike koristi te je uz to, ako se gleda turistička razvijenost, jedna puno razvijenija od druge, još uvijek nema održivosti kao temelje za budući razvoj obaju destinacija.

Općina Medulin bi svakako trebala dio zarade koji donosi turizam preusmjeriti u edukacije i kreiranje održivih projekata koji bi za cilj imali brigu o zaštiti okoliša i ljudskih vrijednosti te kulture domicilnog stanovništva. „Sigurno je da danas turistička putovanja potaknuta bogatstvom povijesnog nasljeđa postaju veoma zanimljiva, gotovo bi se moglo reći da su jedan od najjačih turističkih motiva suvremenog turizma.“[39] Svakako i saniranje negativnih primjera i osiguravanje uvjeta da se u buduće ne ponove negativne prakse kao što su neplanska gradnja i onečišćenje okoliša zbog prevelikog utjecaja na destinaciju koji se manifestira prilikom vrhunca sezonalnosti treba biti jedan od ciljeva.

Općina Ližnjan nema velike doprinose od turizma kao i općina Medulin pa stoga nisu u mogućnosti niti odvajati veća sredstva za održivi razvoj turizma, međutim, isto tako imaju i veliku prednost koja je za jednu destinaciju koja se nalazi na obali jadranskog mora prava rijetkost a to je da je cijelo obalno područje sačuvano te nema izgrađenih betonskih objekata na samoj obali. Isto tako mogu se i pohvaliti s očuvanim okolišem te razvijenom poljoprivredom što je još jedan pozitivni faktor u razvoju turizma. Kako nije potrebno ulagati velika sredstva na sanaciju negativnih utjecaja neplanskog razvoja turizma na području općine jedini cilj koji treba nametnuti je stvaranje održive strategije razvoja koja će se i primijeniti. Prilikom stvaranja nove strategije razvoja naglasak bi trebao biti na održivost razvoja kao temeljnu odrednicu strategije te fokusiranje na selektivne oblike turizma koji neće imati negativni utjecaj na okoliš.

Obje općine imaju prostora i mogućnosti za razvoj te sada samo predstoji izvidjeti da li su ljudi svjesni svoje uloge u budućem razvoju njihovog kraja te da li su spremni odabrati smjer koji će se temeljiti na održivom razvoju a rezultirat će zadovoljavanjem potreba svih dionika

[39] Vukonić B. (2010) : Turizam : budućnost mnogih iluzija, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada, Zagreb str. 191.

što je i bit održivosti razvoja, da sadašnje i buduće generacije mogu uživati u blagodatima koje im je priroda dala.

6. ZAKLJUČAK

Kako bi se što bolje odgovorilo na zahtjeve turističkog tržišta, svaka turistička destinacija ističe svoja obilježja i unikatne atraktivnosti kako bi se pozicionirala na turističkom tržištu i privukla što veći broj posjetitelja. Da bi se to postiglo potrebno je učestalo promišljanje o načinu upravljanja turističkom destinacijom i to kroz funkcije planiranja, organiziranja i kontrole koje su temeljne funkcije destinacijskog menadžmenta. Isto tako vrlo je bitno formirati objektivno gledište na trenutačnu etapu životnog ciklusa destinacije kako bi se što promptnije moglo reagirati na promjene koje se dešavaju u samoj destinaciji i njezinoj okolini.

U današnje doba ne bi smjela postojati opcija formiranja turističke destinacije kao proizvoda koji će se nuditi a da se ne temelji na održivom razvoju. Održivi razvoj kao koncept je opće prihvaćen ponajviše zbog negativnih primjera iz prošlih vremena kada se nije vodila briga o korištenju resursa u količini da se mogu zadovoljiti i buduće generacije već se orijentiralo na zadovoljavanje trenutačnih potreba. Negativan utjecaj koji je imao masovni turizam na destinacije potaknuo je kreiranje pojma održivog razvoja turizma temeljen na načelima ekološke, sociokulturne i ekonomske održivosti što je rezultiralo korištenje resursa na način da i buduće generacije mogu uživati u istima. Održivi razvoj turizma donosi niz blagodati za destinaciju jer se temelji na pomnom planiranju koje rezultira očuvanjem okoliša, zaštitom sociokulturnog nasljeđa i kreiranjem ekonomske održivosti što u konačnici rezultira blagostanjem življenja u destinaciji.

Kako se u ovom radu bazira na južni dio istarskog poluotoka, može se zaključiti da, ponajviše zbog novonastalih strateških dokumenata koji održivost stavljaju u prvi plan te zbog poticaja od europske unije kojoj je isto tako održivost na prvom mjestu, stvara pozitivan zanos u kojem je održivost temelj svakog planiranja. Odabrane dvije općine, od koje je jedna turistički puno razvijenija od druge, svaka na svoj način mora implementirati održivi razvoj u budući razvoj turističke destinacije. Općina Medulin koja je već prepoznata kao turistička destinacija kupališnog turizma te ima visok stupanj sezonalnosti, svakako bi trebala kroz proširenje svoje ponude uvođenjem manifestacija u pred i post sezoni proširiti turističku ponudu te omogućiti kako lokalnom stanovništvu, tako i posjetiteljima druge oblike turističke ponude a mogu se odnositi na valorizaciju lokalnih običaja ili poticanje ekološke proizvodnje. Općina Ližnjan zbog svoje povijesti i „izbivanja“ turizma na njenom području ima jedan od najvećih potencijala za razvoj održive turističke destinacije na Jadranu. Kao takva uz pomno

planiranje koje uključuje održivi razvoj može zaštiti kako destinaciju tako i lokalno stanovništvo od negativnih utjecaja turizma. Realizacija održivog razvoja turističke destinacije na prostoru općine Ližnjan trebala bi se temeljiti na selektivnim oblicima turizma i kreiranjem difuznih hotela na područjima naseljima što bi rezultiralo poticanje lokalnog stanovništva za sudjelovanjem u kreiranju turističke ponude što je ujedno i jedna od osnova za stvaranje kvalitetnog i održivog turističkog proizvoda.

Kako općine koje su prezentirane u ovom radu a definiraju se ujedno i kao turističke destinacije, trebaju održivost uzeti kao nit vodilju prilikom svakog planiranja. Bez obzira da li su zadovoljni trenutačnim stanjem ili nisu svakako ne smiju dopustiti nepostojanje plana održivog razvoja destinacije ili njegovo neprovođenje jer samim time se dopušta neplanski razvoj što može negativno utjecati na destinaciju. U današnje doba postoji velik broj upravljačkih alata, kvalitetan kadar i pristupačnost informacijama koje nam stoje nadomak ruke te koje treba iskoristiti na najbolji mogući način i nikad više ne dopustiti neplanski i neodrživi razvoj kako zbog nas, tako i zbog budućih generacija.

LITERATURA

KNJIGE

1. Blažević I. (1996) : Turistička geografija Hrvatske, II izdanje, Pedagoški fakultet, Pula
2. Carić H. (2006) : Održivi turizam u deset koraka : Planiranje održivog turizma zasnovanog na baštini i prirodnom nasljeđu : priručnik za razvijanje i upravljanje turističkim regijama, destinacijama i proizvodima, Odraz-Održivi razvoj zajednice, Institut za turizam, Zagreb
3. Cifrić I. (2002) : Okoliš i održivi razvoj, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
4. Čavlek N. (2011) : Turizam : ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb
5. Čorak S. (2011) : Izazovi upravljanja turizmom, Institut za turizam, Zagreb
6. Dulčić A. (2001) : Upravljanje razvojem turizma, Mate, Zagreb
7. Hansruedi M. (2004) : Turizam i ekologija : povezanost i područja djelovanja, Masmedia, Zagreb
8. Križman Pavlović, D. (2008) : Marketing turističke destinacije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula
9. Kunst I. (2012) : Hrvatski turizam i EU integracije : prilog razvojnoj održivosti, Institut za turizam, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
10. Kušen E. (2002) : Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb
11. Magaš D. (1997) : Turistička destinacija, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija
12. Magaš D. (2003) : Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
13. Magaš D. (2000) : Razvoj hrvatskog turizma : koncepcija dugoročnog razvoja, Adamić, Rijeka
14. Petrić L. (2011) : Upravljanje turističkom destinacijom : načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Split
15. Vukonić B. (2010) : Turizam : budućnost mnogih iluzija, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada, Zagreb

ČLANCI

1. Sunara Ž., Jeličić S., Petrović M. (2013) : Održivi turizam kao konkurentska prednost Republike Hrvatske, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.4 No.1 Lipanj
2. Tanković M., Matešić M. (2009) : Postizanje konkurentske prednosti primjenom elemenata održivog razvoja, Acta Turistica Nova, Vol.3 No.1 Svibanj

RAZVOJNI DOKUMENTI

1. Strategija razvoja turizma republike Hrvatske do 2020.
2. Strategija održivog razvitka Republike Hrvatske 2009.
3. Master plan turizma Istarske županije, 2015. – 2025.

INTERNET IZVORI

1. Državni zavod za statistiku - http://www.dzs.hr/(), 15. listopada 2016.
2. Prostorni plan općine Ližnjan - http://www.liznjan.hr/index.php/explore/110-strorno-planiranje, 18. studenoga 2016.
3. Strateški plan općine Medulin 2015.-2020. - http://medulin.hr/strateski-plan/, 23. studenoga 2016

POPIS TABLICA

Tablica 1.: Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Općini Medulin prema broju soba/postelja.....34
Tablica 2. Prikaz dolazaka i noćenja turista u općini Medulin od 2011. do 2015. godine.....35
Tablica 3.: SWOT analiza Općine Medulin.....38
Tablica 4. Smještajni kapaciteti po vrstama objekata u Općini Ližnjan prema broju soba/postelja.....43
Tablica 5. Prikaz dolazaka i noćenja turista u općini Ližnjan od 2011. do 2015. godine.....43
Tablica 6. SWOT analiza Općine Ližnjan.....47

POPIS SLIKA

Slika 1. Osnovni elementi turističke destinacije.....8
Slika 2. Životni ciklus proizvoda.....14
Slika 3. Osnovne sastavnice za održivi razvoj.....21
Slika 4. Sustav vrijednosti nove vizije hrvatskog turizma.....25
Slika 5. Klaster južna Istra.....27
Slika 6. Blizina emitivnih tržišta.....31
Slika 7. Granice općine Medulin te relevantna središta.....32
Slika 8. Prometna povezanost županijskim cestama na području općine Medulin.....33
Slika 9. Položaj Općine u Istarskoj županiji.....40
Slika 10. Granice općine Ližnjan te relevantna središta u blizini.....41

SAŽETAK

Turistička destinacija je pojam koji se svakodnevno nadopunjuje kreiranjem novih segmenata kako bi se dala definicija koja bi zaokružila tu veliku cijelinu koja se na nju odnosi. Atraktivnosti i obilježja jesu ono što destinaciju čine posebnom i što treba biti polazna točka prilikom upravljanja turističkom destinacijom. Da bi se što kvalitetnije odgovorilo na zahtjeve tržišta prilikom upravljanja destinacijom treba se držati temeljnih funkcija destinacijskog menadžmenta a one se odnose na funkcije planiranja, organiziranja i kontrole. Isto tako je vrlo bitno da se prepozna u kojoj etapi životnog ciklusa destinacije se nalazimo te koje poteze povući kako bi se postiglo što veće zadovoljstvo svih dionika.

Održivi razvoj je kvalitetan odgovor na zahtjeve koji se stavljaju na upravljanje destinacijom. Kako održivi razvoj općenito, tako i održivi razvoj turizma sve više postaje nužan način promišljanja priliko kreiranja turističkog proizvoda ili u ovom slučaju planiranja turističke destinacije. Da bi se kreirala destinacija kao proizvod koji se nudi na održivi način treba se držati načela ekološke održivosti, sociokulturne održivosti i ekonomske održivosti.

Istarska županija je nadaleko poznata po turizmu te se, zbog dugoročnih planova, putem svih novih planiranja, razvoj bazira na održivosti. To je ponajviše vidljivo kroz razvojne planove i strateške dokumente koje je izdala Istarska županija a isto tako može se vidjeti i da je Europska unija kao organizacija koja putem svojih fondova stimulira razvoj usmjerena na održivost projekata prije svega. Putem odabranih destinacija, općine Medulin i Ližnjan, od kojih je jedna turistički gledano puno razvijenija od druge, ne daje se velika prednost niti jednoj destinacija jer pred oba dvije predstoji velika promjena kako bi bile u korak s trenutačnom ponudom turističkih proizvoda/destinacija. Kako bi ispunile sav svoj potencijal potrebno je pojam održivosti uvesti u sve razine planiranja i provedbe i to sve kako bi se omogućilo i budućim generacija da uživaju u blagodatima u kojima i mi sami uživamo.

Ključne riječi: turistička destinacija, temeljne funkcije destinacijskog menadžmenta, održivi turizam, načela održivog razvoja, Istarska županija, Općina Medulin, Općina Ližnjan.

SUMMARY

Tourist destination is a term that is updated almost daily by creating new segments in order to give the definition which would circled the whole term on what it refers to. Attractiveness and characteristics are what makes a destination special and what should be the starting point in managinig a tourism destination. To make it more responsive to the demands of the market at destination management should adhere to the basic functions of destination management which relate to the functions of planning, organization and control. It is also very important to recognize in which phase of the life cycle of destination are we and what moves should we withdraw in order to achive the greatest possible satisfation of all stakeholders.

Sustainable development is a high quality response to the demands placed on the destination management. The way sustainable development in general, and sustainable development of tourism is increasingly becoming a necessary way of thinking when we are creating a tourism product or in this case, when we are planning a tourism destination. To create a destination as a product that offers a sustainable manner it should stick to the principles of environmental sustainability, socio-cultural sustainability and economic sustainability.

Istria is well known for tourism and, due tot long-term plans, through all the new planning, development is based on sustainability. This is mostly evident in the development plans and strategical documents issued by the County of Istria and it can also be seenin the European Union as an organization which thorugh its funds stimulates the development primarily focused on sustainability. Through the selected destinations, municipal Medulin and Ližnjan, where one is in a tourist point of view much more developed than other, it is not given a big advantage to any destination since they both have to make a big changes in order to be in step with the current range of tourism products/destinations. In order to fulfill their full potential it is necessary to introduce the concept of sustainability into all levels of planning and implementation, so that it could allow the future generations to enjoy the benefits which we ourselves enjoy.

Key words: tourist destination, the basic functions of destination management, sustainable tourism, sustainable development principles, Istrian County, Municipality Medulin, Municipality Ližnjan.