

# PROBLEMI RAZVOJA TURIZMA U URBANIM SREDINAMA S POSEBNIM NAGLASKOM NA POVIJESNE GRADOVE

---

**Pudar, Lucija**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:628979>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-03**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**Sveučilište u Splitu**  
**Ekonomski fakultet Split**

**DIPLOMSKI RAD**

**PROBLEMI RAZVOJA TURIZMA U URBANIM  
SREDINAMA S POSEBNIM NAGLASKOM NA  
POVIJESNE GRADOVE**

**Mentor :**

**Doc.dr.sc. Davorka Mikulić**

**Student:**

**univ.bacc.oec. Lucija Pudar**

**Matični broj : 2182157**

**Split, rujan, 2020.**

## SADRŽAJ :

<b>1. UVOD.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Problem istraživanja .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Predmet istraživanja .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3. Ciljevi istraživanja.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Istraživačke hipoteze .....</b>	<b>13</b>
<b>1.5. Metode istraživanja .....</b>	<b>14</b>
<b>1.6. Doprinos istraživanja .....</b>	<b>15</b>
<b>1.7. Obrazloženje strukture rada .....</b>	<b>16</b>
<b>2. URBANI TURIZAM.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1. Određenje pojma urbanog turizma .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2. Problemi razvoja urbanog turizma u povijesnim gradovima .....</b>	<b>23</b>
2.2.1. Sociološko- demografski problemi .....	23
2.2.2. Gospodarski problemi .....	25
<b>2.3. Održivi urbani turizam povijesnih gradova .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4. Primjeri dobre i loše prakse turizma u povijesnim gradovima .....</b>	<b>29</b>
2.4.1. Primjer loše prakse turizma u povijesnom gradu .....	29
2.4.2. Primjer dobre prakse turizma u povijesnom gradu .....	31
<b>3. UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURIZMA U DESTINACIJI – TEORIJSKE ODREDNICE.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1. Općenito o upravljanju razvojem turizma u turističkoj destinacije</b>	<b>33</b>
<b>3.2. Svrha i ciljevi sustavnog upravljanja razvojem turizma u destinaciji</b>	<b>36</b>
<b>4. ANALIZA RAZVOJA TURIZMA U GRADU SPLITU .....</b>	<b>38</b>

<b>4.1. Prostorni, demografski i gospodarski aspekti Grada Splita .....</b>	<b>38</b>
4.1.1. Opći podaci o ustroju i stanovništvu grada Splita.....	38
4.1.2. Gospodarstvo grada Splita .....	41
<b>4.2. Resursna i atrakcijska osnova .....</b>	<b>43</b>
4.2.1. Materijalna baština grada Splita.....	44
4.2.2. Nematerijalna baština .....	46
<b>4.3. Analiza turističke ponude i potražnje.....</b>	<b>50</b>
4.3.1. Analiza turističke ponude.....	50
4.3.2. Analiza turističke potražnje.....	53
<b>4.4. Problemi razvoja turizma u gradu Splitu .....</b>	<b>55</b>
<b>5. EMPIRIJSKA ANALIZA PROBLEMA RAZVOJA TURIZMA S ASPEKTA NOSITELJA TURISTIČKE PONUDE .....</b>	<b>57</b>
<b>5.1. Metodološke i sadržajne odrednice empirijskog istraživanja .....</b>	<b>57</b>
<b>5.2. Karakteristike uzorka .....</b>	<b>58</b>
<b>5.3. Analiza problema koji se manifestiraju razvojem turizma.....</b>	<b>61</b>
<b>5.4. Analiza primjene mjera održivosti .....</b>	<b>67</b>
<b>5.5. Testiranje hipoteza .....</b>	<b>77</b>
<b>5.6. Osvrt na istraživanje .....</b>	<b>81</b>
<b>6. ZAKLJUČAK.....</b>	<b>84</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>86</b>
<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>91</b>
<b>POPIS SLIKA.....</b>	<b>91</b>
<b>POPIS GRAFIKONA .....</b>	<b>91</b>
<b>SAŽETAK.....</b>	<b>94</b>

<b>SUMMARY .....</b>	<b>95</b>
<b>PRILOZI .....</b>	<b>96</b>

# 1. UVOD

## 1.1. Problem istraživanja

Turizam danas predstavlja društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja, u osobne ili poslovne svrhe.<sup>1</sup> Bez obzira na niz pokušaja kojima se nastojalo sustavno prikazati povijesni nastanak koncepta turizma, zaključak do kojeg se došlo jest, da je to pojava čiji nastanak vezujemo prvenstveno uz značajan iskorak i napredak u tehnološkom i znanstvenom razvoju, posebice u oblasti prometa, zajedno sa porastom životnoga standarda i vremena koje ljudi mogu koristiti za slobodne aktivnosti i vlastiti napredak.<sup>2</sup> Turizam je u današnjem svijetu jedna od najbrže rastućih gospodarskih aktivnosti koja generira značajne prihode i utječe na kvalitetu života stanovnika zajednica u kojima se razvija. Na temelju podataka Svjetskog turističkog barometra<sup>3</sup> bilježi se značajan rast međunarodnih turističkih dolazaka od 4% u 2019. godini u odnosu na prethodnu godinu. Nastavak trenda rasta turizma ima iznimno važan učinak na socijalni, ekološki i ekonomski rast, razvoj i napredak gradova.

Trendovi koji se javljaju na strani potražnje zahtijevaju brzu prilagodbu i stvaranje novih proizvoda kojima bi mogli udovoljiti novonastalim turističkim potrebama. Takve potrebe dovele su do stanja u kojem se gradovi suočavaju sa potrebom usklađivanja i prilagodbe uvjetima i obilježjima koja karakteriziraju novi trendovi. Novi potrošački trendovi, nove potrebe, podjele i briga za okoliš postaju odrednice koje definiraju razvojne mogućnosti turizma na pojedinim područjima. Trendovi se odmiču od masovnosti kao temeljnog obilježja turizma i turističkih putovanja, te stavljaju sve veći naglasak na individualizam i turista pojedinca. Stupanj porasta kvalitete svakodnevnog života te drugi globalizacijski procesi prisutni na turističkom tržištu danas uvelike su utjecali na promjene ponašanja turističkih potrošača u odnosu na prethodna razdoblja. Dolazi do pojave dodatnih, novih potreba i do promjena u stavovima potrošača prema kvaliteti različitih proizvoda i usluga koji su sastavni dio ponude destinacije. Suvremeni turistiiskusni su putnici koji žele sadržajnija turistička iskustva pri čemu nastoje zadovoljiti svoje potrebe koje se iz godine u godinu mijenjaju ali naravno, s obzirom na slobodno vrijeme i novac.<sup>4</sup> Današnji turisti mijenjaju dosadašnju naviku putovanja, umjesto

---

<sup>1</sup> <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristupljeno 18.03.2020.)

<sup>2</sup> Petrić, L., (2007.), Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split, str 10.

<sup>3</sup> <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-2019-nov> (pristupljeno 09.03.2020.)

<sup>4</sup> Vrtiprah, V., (2006.), Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću, Ekonomska misao, praksa, DBK, god. XV, Br.2., str.280.

jednog „glavnog“ putovanja oni biraju više kraćih putovanja tokom godine, sa ciljem ostvarivanja novih iskustava, poznanstava i upoznavanja zajednica domaćina u koje putuju, pri čemu gradska područja dobivaju sve značajniju ulogu te postaju ciljna odredišta takvih turista.

Porast slobodnog vremena koji se očituje krajem 20.stoljeća omogućava ljudima da više vremena izdvoje za svoj osobni razvoj i napredak, niz slobodnih aktivnosti i razonodu. Zbog ovakvih promjena dolazi do rasta broja turističkih putovanja u svijetu i paralelno s tim rasta turističke važnosti gradova. Urbani razvoj događa se kroz nekoliko faza, od kasnih 40-ih godina prošloga stoljeća pa sve do danas.<sup>5</sup> Ovakav proces potiče urbanu obnovu, proširenje kriterija zaštite kulturnoga nasljeđa i zaštite pojedinih urbanih područja. Urbano i ekološko pitanje postaju jedne od temeljnih odrednica društvenoga razvoja, promjena i planiranja.<sup>6</sup> Gradovi su okarakterizirani širokim spektrom, gustoćom i raznolikošću niza funkcija, objekata, kultura i zajednica, a to je upravo ono što karakterizira „urbani način življenja“.<sup>7</sup> Industrijalizacija, urbanizacija pa kasnije i globalizacija uz niz drugih čimbenika omogućili su i pospješili razvoj gradova u kojima se koncentrira sve veći udio ukupnog svjetskog stanovništva. Gradovi tako postaju sve značajnija odredišta, ekonomski snažnija i vibrantnija područja koja privlače turiste motivirane različitim potrebama. Law smatra da urbane destinacije posjeduju niz atributa koji ih čine privlačnim turističkim odredištima.<sup>8</sup> Razmjerno razvoju i učestalosti putovanja dolazi i do snažnijeg i kompleksnijeg razvoja gradova, a paralelno s tim i razvoja urbanoga turizma.<sup>9</sup>

Zbog svoje veličine i važnosti, turizam postaje značajan pokretač sveopćeg napretka urbanih područja uslijed čega se javlja povećani interes različitih istraživača, znanstvenika i institucija sa ciljem razvoja kvalitetnog urbanog turizma. Ljudi su oduvijek bili privučeni novim iskustvima, vrijednostima i aktivnostima koje su im gradovi pružali. Gradovi su mjesta gdje se spajaju, prikazuju i razmjenjuju različite kulture, umjetnosti, načini življenja i tradicija. Turističko značenje gradova, posebno povijesnih gradova, postaje sve važnije te gradovi postaju ciljna odredišta velikog broja turista. Sve snažniji i ekspanzivniji razvoj turizma u takvim gradovima sa sobom nosi i brojne posljedice koje se mogu manifestirati kao pozitivne ili negativne. Zato ne čudi da podjednako teorija i praksa svjetskog turizma posvećuju sve veću pozornost značajnom razvoju turizma u gradovima.<sup>10</sup>

---

<sup>5</sup> Castells, M., (1980.), Urbana kriza, politički procesi i urbana teorija, Revija za sociologiju, Vol X, No. 1-2, str.54.

<sup>6</sup> Ibidem

<sup>7</sup> Castela, A., (2018), Impacts of Tourism in an Urban Community : The Case of Alfama, Athens Journal of Tourism- Volume 5, Issue 2, str 134.

<sup>8</sup> Edwards, D., Griffin, T., Hayllar, B., (2008.), Urban Tourism Research, Developing an Agenda, Annals of Tourism Research, Vol. 35., no 4. str. 1033.

<sup>9</sup> Ashworth, G., Page, S. J., (2010), Urban tourism research : Recent progress and current paradoxes, str 7.

<sup>10</sup> Vukonić, B., (2008), Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija, Acta turistica nova, Vol. 2. No. 1, str. 113.

Urbani turizam jedan je od najbrže rastućih segmenata turizma. Gradovi se u sve većoj mjeri prilagođavaju novim turističkim potrebama na strani potražnje čemu u prilog ide i činjenica da olakšani pristup informacijama stvara mogućnost lakšeg pristupa gradovima i daje turistima mogućnost da samostalno spoznaju sve njegove vrijednosti.<sup>11</sup> Današnji sveprisutniji niskotarifni letovi predstavljaju potporu daljnjem i snažnijem razvoju turizma.<sup>12</sup> Urbani turizam vrsta je turističke djelatnosti koja se odvija u urbanome prostoru čije se gospodarska aktivnost temelji na upravi, industriji, trgovini i uslugama te predstavljaju iznimno značajna prometna čvorišta.<sup>13</sup> U prošlosti gradovi su se u velikoj mjeri oslanjali na industriju kao temelj cjelokupnog razvoja, no stagnacija koja je nastupila u toj djelatnosti utjecala je na novi pristup prema kojem su gradovi uvidjeli vlastite mogućnosti, potencijale i vrijednosti u pogledu razvoja turizma.<sup>14</sup> Opsežno prihvaćanje fenomena turizma i napretka koji stvara zajednici, popraćeno je usvajanjem određenih pristupa i planova restrukturiranja s ciljem stvaranja odgovarajuće ponude posjetiteljima urbanih sredina.<sup>15</sup> Društveni interes za očuvanje i zaštitu povijesnih gradskih središta postoji već dugi niz godina, no intenzivniji pristup zaštiti i planiranju razvoja tih područja javlja se od kraja 20. stoljeća.<sup>16</sup> Promjene koje su danas vidljive u gospodarstvu povijesnih gradova, u načinu življenja, novim trendovima te izmjenama u socijalnoj strukturi stanovništva urbanih područja, rezultiraju potrebom uvođenja novih aktivnih politika očuvanja takvih cjelina, te provedbe procesa kao što su revitalizacija, regeneracija i urbana obnova.<sup>17</sup> Obnova povijesnih naselja i cjelina jedan je od najzahtjevnijih zadataka prostornog uređenja i politike upravljanja gradovima kojom se želi zaustaviti proces urbane degradacije, pritom vodeći računa o nosivim kapacitetima grada.<sup>18</sup> Svjedoci smo današnjeg zanemarivanja povijesnih gradskih ambijenata te težnje za suvremenom modernom gradnjom. Takve težnje vode do procesa kao što su gašenje tradicionalnih obrta, napuštanje povijesnih zgrada i izmjena profila stanovništva, odnosno iseljavanje mladog stanovništva uslijed gubitka privlačnosti povijesnih cjelina za stanovanje. Osim urbane obnove u mnogim povijesnim gradovima dolazi do implementacije niza aktivnosti kojima je cilj poboljšati kvalitetu urbanoga življenja. Jedna

---

<sup>11</sup> Bock, K.,(2015.), The changing nature of city tourism and its possible implications for the future cities, Eur J Futures Res 3:20, str.2.

<sup>12</sup> Ibidem

<sup>13</sup> Belošević, B., Tokić, K., Marušić, Z., Čorak, S., Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija, Institut za turizam, Zagreb, str. 11.,dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/180926\\_unwto\\_definicije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf)

<sup>14</sup> Martland, R., (2007), Culture, City Users and the creation of New Tourism Areas in Cities, CAB International., Tourism, Culture and Regeneration, str 25.

<sup>15</sup> Ibidem

<sup>16</sup> Poljićak, I., (2014.), Utjecaj suvremenog kulturnog turizma na promjene načina života u starim gradskim jezgrama na hrvatskoj obali, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 1-2/2014, str.83.

<sup>17</sup> Božić, N., Dumbović Bilušić, B., (2011.), Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova, Međunarodni znanstveno-stručni skup, Hrvatska selekcija ECOVAST-a, Ivanić Grad, str. 2.

<sup>18</sup> Ibidem



od takvih aktivnosti je i revitalizacija koja obuhvaća kompleksno sagledavanje različitih razloga fizičkog ali i različitih razloga socijalnog propadanja gradskih područja, sve sa ciljem formiranja i oblikovanja kvalitetnih smjernica i politika koje bi omogućile ponovno unošenje života odnosno revitalizaciju u takva područja. Iako je u svojem značenju bliska prethodno opisanoj revitalizaciji, regeneracija predstavlja niz mjera kojima se degradirana područja obnavljaju pri čemu je važno naglasiti da je posebno osjetljiva na postojeću strukturu koju u konačnici i uzima kao polazišnu točku za definiranje politika i praksa sa ciljem regeneriranja oštećenih dijelova.<sup>19</sup> Provođenje ovakvih procesa na području povijesnih gradova treba omogućiti njihovo očuvanje za budućnost i osnažiti trenutni položaj, koji u određenim aspektima ne udovoljava suvremenom načinu življenja kojemu se teži.

Često se postavlja pitanje je li povijesni grad nužno turistički grad te možemo li ta dva naizgled različita pojma izjednačiti. Povijesni grad prije svega obiluje tradicionalnim vrijednostima i kulturom ali njegova primarna funkcija nije turizam, što ne znači da ne privlači turističke posjetitelje. S druge strane turistički grad pretpostavlja koncentriranu izgradnju smještajnih i drugih objekata namijenjenih turističkim posjetiteljima, dakle urbani prostor namijenjen dominantno turističkim potrebama.<sup>20</sup> Pojam urbanog turizma vezan je uz pojam baštine i pojam povijesnoga grada, kao jednog od njegovih najznačajnijih resursa, bilo da se radi o materijalnoj ili nematerijalnoj vrijednosti. Baština je sve ono što je naslijeđeno od prošlih generacija, što se održava u sadašnjosti, i što će se sačuvati za dobrobit budućih generacija. Kulturna i prirodna baština su i nezamjenjivi izvori života i nadahnuća, mjesta i dobra jedinstvene vrijednosti.<sup>21</sup> ICOMOS baštinu definira kao širok koncept koji uključuje prirodno i kulturno okružje koje bilježi i izražava dug proces povijesnoga razvoja, oblikujući bit raznolikih nacionalnih, regionalnih i lokalnih identiteta, te je sastavni dio modernoga života.<sup>22</sup> Važno je razumjeti da baština nije prošlost ili nešto što je postojalo prije a danas ne postoji, ona je resurs sadašnjosti ali i budućnosti na kojem urbane sredine mogu graditi vlastitu prepoznatljivost, kvalitetu i održivost. Upravo je baština resurs na kojem povijesni grad Split može ali i razvija svoju turističku ponudu kao i svoju iznimnu prepoznatljivost. Posebnost ovoga povijesnoga grada očituje se u zajedništvu i prisutnosti različitih elemenata materijalne i nematerijalne baštine. Iznimno je spomeničko područje, prije svega zbog činjenice da su Povijesna jezgra i grad Split jedna jedinstvena cjelina koja je postepeno rasla i nastajala kroz dugi niz stoljeća te se

---

<sup>19</sup> Čaldarović, O., (2010.), Još jednom o urbanoj obnovi, O pojmovima i procesima obnove urbanoga nasljeđa, Zaštita baštine, str. 71.

<sup>20</sup> Vukonić, B., op.cit., str. 115.

<sup>21</sup> Krivošejev, V., (2014.), Upravljanje baštinom i održivi turizam, Beograd, str. 39.

<sup>22</sup> Jelinčić, D.A., (2008), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str 33.

oblikovala i preoblikovala sa novim potrebama.<sup>23</sup> Povijesna jezgra zajedno sa Dioklecijanovom palačom upisana je kao lokalitet svjetske baštine na UNESCO-v Popis svjetske baštine agencije Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu davne 1979. godine. Ovo priznanje gradu bogate kulture i tradicije, omogućilo je razvoj i sve veću prepoznatljivost na turističkome tržištu i sukladno tome razvoj urbanog turizma na povijesnom području grada Splita. Zahvaljujući neprekinutom kontinuitetu života na tom području kroz dugi niz godina, Palača se sačuvala u određenoj mjeri, no zbog neadekvatne valorizacije i korištenja toga neprocjenjivoga resursa kulture, tradicije i povijesti na neodgovoran i nekvalitetan način njen izvorni sadržaj u budućnosti mogao bi biti izmijenjen i djelomično ugrožen. Osim za posjetitelje, ovaj živi i vibrantni povijesni grad privlačan je i svojim građanima, značajan za njihove živote, navike, tradicije ali i ponos po kojem su prepoznati u svijetu. Zbog sve snažnijeg razvoja turizma javlja se potreba planiranja koja će omogućiti da takav turistički razvoj bude kvalitetan i dugoročan. Kvalitetan pristup planiranju omogućava niz prednosti koje se manifestiraju kroz razvoj koji vodi računa o očuvanju svih postojećih resursa, integriranom djelovanju svih dionika te postizanju njihovoga zadovoljstva.<sup>24</sup> Uslijed sve ekspanzivnijeg razvoja turizma, osim planiranja javlja se potreba strateškog pristupa upravljanju razvoja turizma u destinaciji, pri tome ukazujući na nužnost definiranja adekvatne strategije koja može omogućiti ostvarivanje iznimnih rezultata na razini grada.<sup>25</sup> Sve to vodi do potrebe upravljanja razvojem turizma koji će poboljšati sve aspekte turističke ponude, vodeći pri tome računa o potrebama domicilnog stanovništva, ograničenju rasta, sa ciljem zaštite od prekomjerne turističke invazije kao preduvjeta zaštite i očuvanja okoliša.<sup>26</sup> Zbog sve brojnijih i intenzivnijih ugroza kojim je povijesna jezgra Grada Splita izložena nametnula se potreba definiranja plana upravljanja povijesnom jezgrom sa ciljem očuvanja izvornih vrijednosti i sadržaja.<sup>27</sup> Najčešće prijetnje s kojim sa povijesna jezgra susreće su prenamjena prostora u turističke svrhe, depopulacija jezgre, prekomjerna apartmanizacija kao i oštećenje vrijednih i iznimnih povijesnih spomenika.<sup>28</sup> Svi navedeni problemi stvaraju potrebu zajedničke suradnje i edukacije, kako rezidentnog pa tako i nerezidentnog stanovništva, sa ciljem iznalaska optimalnog rješenja koje će omogućiti zaštitu i očuvanje za budućnost. Sa snažnijom ekspanzijom ovog oblika turizma javlja se i potreba uključivanja nositelja ponude u njegov razvoj, kroz ekspertizu, znanje i

---

<sup>23</sup> Perković, Z., (1989.), Povijesna jezgra i grad Split, Urbanistički zavod Dalmacije, BAŠTINA 14/19, 224-227, str.225.

<sup>24</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., (2018.), Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str 94.

<sup>25</sup> Ibidem, str. 139.

<sup>26</sup> Gračan, D., (2003.), Uloga strateškog upravljanja u koncepciji dugoročnog razvitka Hrvatskog turizma, Tour. Hosp. manag. God. 9, Br. 2, str. 217.

<sup>27</sup> Petrić, L., et.al. (2015.), Plan upravljanja povijesnim kompleksom Splita s Dioklecijanovom palačom, str. 68.

<sup>28</sup> Ibidem

praksu u proces planiranja strateškoga razvoja urbanoga područja. Svrha takvog uključivanja je postizanje ravnoteže između različitih ciljeva dionika procesa planiranja razvoja urbanog turizma, te u konačnici stvaranje djelotvornog suradničkog odnosa, kako bi se ostvario prosperitet urbane cjeline. Shvaćajući da jedino i isključivo planirani turistički razvoj može biti održiv kroz budućnost, bez obzira na količinu atraktivnih resursa kojima povijesni grad obiluje. Zaključno, može se reći da turizam omogućava napredak i razvoj povijesnih cjelina. Također, može se reći i da razvoj turizma povijesnih gradskih cjelina manifestira određene probleme, ukoliko se razvoju turizma pristupi na stihijski i nepromišljen način. Prethodno opisano ukazuje na potrebu za pronalaskom ravnoteže između daljnjeg razvoja turizma povijesnog grada Splita, naročito u povijesnoj jezgri, pritom vodeći računa o jasno definiranoj ulozi nositelja ponude koji svojim aktivnostima utječu na kvalitetu turističke destinacije i sam razvoj kvalitetnog urbanog turizma koji vodi računa o okolišnim, socijalnim te ekonomskim učincima razvoja.

## **1.2. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja u ovom radu proizlazi iz samoga problema istraživanja. Turizam i grad danas možemo promatrati i izučavati kao dva pojma koja se međusobno nadopunjuju, a odnos koji stvaraju zajedničkom međusobnom vezom omogućava ostvarivanje zadovoljstva velikog broja turista, ali isto tako odnos koji se njihovim međusobnim djelovanjem ostvaruje vidimo kao područje izučavanja i djelovanja velikog broja nositelja ponude urbanoga turističkoga razvoja. U posljednjih nekoliko godina urbani turizam bilježi snažan i ekspanzivan rast bez tendencije usporavanja, što ukazuje na potrebu stvaranja kvalitetnog i odgovornog turizma povijesnih gradova kako ne bi došlo do manifestacije niza negativnih učinaka na kvalitetu življenja u urbanim sredinama te generalnog propadanja povijesnih gradova. Izraženi pritisak, utjecaj i učinci turizma koji se počinju manifestirati negativno, zajedno sa sve većim i kompleksnijim zahtjevima turističkog tržišta naveli su urbane turističke destinacije da se suoče sa složenim upravljanjem razvoja turizma destinacije uključujući sve važne dionike u planiran i sustavan proces razvoja.<sup>29</sup> Kao i u velikom broju povijesnih gradova pa tako i u gradu Splitu kao značajnoj povijesnoj destinaciji susrećemo se sa nizom problema koji se vezuju uz održivost i njeno očuvanje za budućnost. Ti problemi se mahom prepoznaju kroz nerazumijevanje i nedostatak sustavnog planiranja nosivih kapaciteta destinacije, prije svega

---

<sup>29</sup> Klarin, T., (2017), Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama Republike Hrvatske, Doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet Rijeka, str.3.

kroz negativne utjecaje na materijalnu i živuću baštinu kao i kroz nejasnu te nedefiniranu ulogu različitih nositelja ponude koji oblikuju vrijednost destinacije, zbog čega nerijetko dolazi do isprepletanja funkcija u nekim segmentima djelovanja, a sve to konačno rezultira nekvalitetnim pristupom radu, manjkom planiranja, te konačno onemogućuje implementaciju koncepta održivoga razvoja turizma u urbanim sredinama.

Turizam ima značajnu i prepoznatljivu ulogu u općem razvoju povijesnih gradova, iako ta uloga nije primarna niti osnovna već je prepoznata kao dopunska za određenu destinaciju. S druge strane uloga raznih nositelja ponude u planiranju i razvoju kvalitetnog turizma povijesnoga grada smatra se ključnom i neizostavnom. Budući da je uloga nositelja ponude unutar urbane sredine prepoznata kao jedna od ključnih u razvoju turizma, istraživanje stavova istih nositelja o učincima razvoja turizma u povijesnom gradu Splitu može ukazati na trenutno stanje i probleme koji postoje u gradu, probleme koji su identificirani, ali isto tako može definirati potencijalni, željeni smjer razvoja u budućnosti. Gradske institucije u razvoju kvalitetne ponude urbanoga turizma imaju za cilj prepoznati i snažno poticati promjene koje će omogućiti primjenu koncepta održivosti.<sup>30</sup> Osim gradskih institucija, značajnu ulogu u takovom turističkom razvoju urbanih područja imaju i turističke zajednice, kako na gradskoj pa tako i na županijskoj razini. Osim njih, potrebno je spomenuti i naglasiti značajnu ulogu i hotelijera, ugostitelja, privatnih iznajmljivača, destinacijskih menadžment kompanija kao i muzejskih i galerijskih institucija grada, koje imaju značajnu ulogu u formiranju i prezentiranju kvalitetne i prepoznatljive ponude grada.

Gradovi su žarišta tradicije, kulture i vrijednosti zajednica. Prenamjena i oblikovanje gradova isključivo za turističke potrebe i svrhe u konačnici vodi do gubljenja autentičnosti, kulturnih i tradicijskih obilježja zajednica. Takav problem prije svega zahtijeva aktivno uključivanje i razumijevanje problematike od strane svih dionika.

Pojam održivog razvoja turizma definira rješenja koja uvjetuju zaštitu i održivost različitih turističkih resursa te očuvanje autentičnosti tradicijskih obilježja, zbog čega je postao ključan u procesu upravljanja razvojem turizma, posebice u urbanim povijesnim središtima koja se promatraju kao homogena i funkcionalna područja.<sup>31</sup> Takav pristup upravljanju razvoja prije svega zahtijeva stručnost, znanje i istraživanje kako bi se uvidjele sve moguće poteškoće te pravovremeno otklonile sa ciljem umanjivanja i izbjegavanja negativnih učinaka. Za postojanje

---

<sup>30</sup> Birkić, D., (2016.), Održivi turistički razvoj priobalne destinacije, Doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija

<sup>31</sup> Klarin, T., (2017), op.cit., str. 3.

održivog razvoja turizma nije dovoljno imati samo ponudu, nužno je imati viziju, misiju, strateški cilj kao i dokumente, regulative i zakone koje će voditi računa o dostupnim i raspoloživim resursima te biti svjesni akcija i mjera koje nužno trebaju biti poduzete.

Upravo proces upravljanja destinacijom započinje planiranjem te definiranjem prethodno spomenute vizije, misije, ciljeva te akcija u svrhu realizacije takvih ciljeva. Upravljanje turističkom destinacijom gledamo kao dugoročan proces koji za prvenstveni cilj ima ostvariti visoki stupanj kvalitete života rezidenata ali i značajnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta čitavoga područja na kojemu se razvija bez da ugrozi tradicijske vrijednosti i obilježja koja ga karakteriziraju. Takav dugoročan cilj teži optimalnom gospodarskom razvoju destinacije, visokom životnom standardu lokalne zajednice, potrebi ekološkog očuvanja prirodnoga područja te zaštiti kulturno-povijesne baštine.<sup>32</sup> Svrha procesa upravljanja turističkom destinacijom je stvoriti prikladno okruženje za razvoj turizma na području destinacije, što uključuje planiranje razvoja u prostoru, pri tome misleći na infrastrukturu i objekte.<sup>33</sup> Također, cilj mu je i stvoriti plodno područje za razvoj nužnih ljudskih resursa, inovativni menadžment koji se odlikuje visokim stupnjem obrazovanosti i znanja, jasnu viziju gdje i kako želimo biti prikazani ali i autoritet od strane javne vlasti, turističkih stručnjaka i nositelja ponude, čija je uloga prije svega usklađivanje pojedinačnih interesa unutar jedne zajednice grada.<sup>34</sup> Upravljanje turističkom destinacijom podrazumijeva i razvoj destinacijskoga proizvoda u skladu sa obilježjima i vrijednostima područja kao i razvoj tehnologije i sustava podrške razvoju srodnih industrija.<sup>35</sup>

Statistika turističkih dolazaka i noćenja za područje grada Splita ukazuje na konstantan rast turističke potražnje vidljiv ne samo kroz broj dolazaka već i rast prosječnog broja noćenja. Trend kojeg karakterizira sve snažnija ekspanzija i u određenoj mjeri masovnost kao temeljno obilježje može ostaviti niz negativnih posljedica na urbanim cjelinama. Vidljivo je da takav trend stvara potrebu iznalaska rješenja koja će nastale probleme ublažiti ili u potpunosti otkloniti, kako bi se izbjeglo narušavanje urbanog življenja i funkcioniranja, vodeći računa o definiranim nosivim kapacitetima grada i potrebi donošenja planskih dokumenata, kako turizam ne bi postao prijetnja povijesnim gradovima u budućnosti. Koncept turističke održive nosivosti nekog područja je definira se kao maksimalni broj ljudi koji mogu istovremeno posjetiti

---

<sup>32</sup> Rudančić, A., (2018.), Značaj i uloga destinacijskoga menadžmenta, Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, Acta Economica Et Turistica, Vol. 4, No.1, pp. 1-120., str. 99.

<sup>33</sup> Petrić, L., (2011.), Upravljanje turističkom destinacijom- načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu, str. 27.

<sup>34</sup> Peršić, M., (2004), Stanje, konkurentnost i mogućnost unaprjeđenja turističke ponude Baške i Kvarnera, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, Opatija, str. 7.-8.

<sup>35</sup> Petrić, L., (2011.), op.cit., str. 27.

turističku destinaciju, bez stvaranja negativnih utjecaja na fizički, ekonomski i društveni okoliš, te ne izazivaju neprihvatljivi pad kvalitete zadovoljstva posjetitelja, a procjenjuju se kroz razradu ključnih indikatora stanja u prostoru bitnih za razvoj turizma.<sup>36</sup> Danas na koncept održive gledamo drugačije u odnosu na prijašnja razdoblja, u njemu se više ne govori primarno i isključivo o brojkama, nego se taj koncept više shvaća kao željena razina kvalitete do koje se želi doći ali i kao na pomoć u procesu planiranja rasta i razvoja na određenom području kroz definiranje uskih grla te usklađivanje turističkog prometa sa uskim grlima.<sup>37</sup> Povijesni grad Split susreće se sa problemom kada su u pitanju nosivi kapaciteti, prvenstveno za vrijeme glavne sezone, kada su te brojke daleko iznad optimalnih i poželjnih, s obzirom na površinu grada. Taj problem ističe se na području stare gradske jezgre zbog čega je potrebno pristupiti planiranju daljnjeg razvoja ali i pronalasku optimalnog rješenja koje će uzeti u obzir očuvanje izvornosti zajedno sa njenim rasterećenjem. Uska grla grada Splita najviše se ističu kroz probleme vezane sa infrastrukturom grada, zbog čega često dolazi do prometnih zagušenja, te usko grlo vidljivo kroz zastarjelu i neadekvatnu komunalnu infrastrukturu.<sup>38</sup> Slijedom svega prethodno navedenog moguće je i definirati istraživačko pitanje koje proizlazi iz samoga problema. Povijesni grad svojim obilježjima, poviješću i vrijednostima danas predstavlja sve značajnije turističko odredište, no sve veća turistička potražnja nameće potrebu sustavnog planiranja turističkoga razvoja s ciljem sprječavanja nastanka i pojave niza problema koji prijete opstanku i očuvanju tradicije i identiteta povijesnih gradova u budućnosti, pa tako i Grada Splita. Upravo zbog toga, u ovom radu postavlja se pitanje mogućnosti razvoja kvalitetnog turizma u urbanim sredinama kao i pitanje uloge nositelja ponude te stavova koje imaju o problemima koji se manifestiraju razvojem turizma. Također, postavlja se i pitanje zajedničke suradnje različitih nositelja turističke ponude Grada Splita u kreiranju, planiranju i promicanju kvalitetnog razvoja gradskog turizma. Osim toga, u radu se želi istražiti i stupanj implementiranosti načela i ciljeva održivosti u poslovanju nositelja turističke ponude grada Splita.

### **1.3. Ciljevi istraživanja**

U skladu s postavljenim problemom i predmetom istraživanja, glavni cilj ovog rada je istražiti stavove i percepciju nositelja ponude o postojećim i potencijalnim problemima razvoja

---

<sup>36</sup> Klarić, Z., et.al. (2018): Studija prihvatnih kapaciteta turizma na području Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, Turistička zajednica SDŽ, str. 4.

<sup>37</sup> Ibidem.

<sup>38</sup> Ibidem, str. 38.-39.

kvalitetnog urbanog turizma, te dodatno istražiti postoji li razlika u implementaciji održivih načela u poslovanju, s obzirom na različite skupine dionika turističke ponude.

Nadalje, osim osnovnog, drugi ciljevi rada su :

1. Kritički analizirati relevantnu znanstvenu i stručnu literaturu iz područja urbanog turizma, te analizirati relevantne spoznaje iz tog područja.
2. Identificirati ključne probleme u upravljanju razvojem turizma u urbanim sredinama s posebnim naglaskom na povijesne gradove.
3. Utvrditi u kojoj mjeri nositelji turističke ponude razumiju koncept održivog urbanog razvoja.
4. Ukazati na potrebu odgovornog poslovanja različitih nositelja turističke ponude.
5. Dati smjernice za provedbu detaljnijih istraživanja vezanih za stavove nositelja turističke ponude i ukazati na nova područja istraživanja.

#### **1.4. Istraživačke hipoteze**

Sukladno prethodno definiranom predmetu i problemu ovoga rada, za potrebe ovoga istraživanja postavljaju se 2 glavne hipoteze uz koje će se kroz empirijsko primarno istraživanje potvrditi ili opovrgnuti.

**H1: Postoje razlike u stavovima o problemima razvoja turizma među različitim skupinama nositelja turističke ponude.**

Turističku ponudu sačinjava veliki broj proizvoda i usluga različitih nositelja ponude na razini turističke destinacije. Svaki od spomenutih nositelja ima svoju ulogu i položaj u strukturi, što rezultira različitim shvaćanjem i stavom prema problemu koji se manifestiraju razvojem turizma u urbanim sredinama. Ovom hipotezom želi se utvrditi postoji li razlika u identificiranju i razumijevanju problema koji nastaju kroz razvoj turizma, obzirom na različite skupine dionika.

**H2: Postoje razlike u implementaciji mjera održivosti u poslovanju između različitih nositelja turističke ponude Grada Splita.**

Sukladno prethodnoj hipotezi kojom se želi utvrditi stav nositelja ponude o problemima koje razvoj turizma manifestira, ovom hipotezom želi se utvrditi u kojoj mjeri nositelji ponude

implementiraju mjere održivosti u svoje poslovanje. Različite skupine nositelja ponude, različito shvaćaju i uviđaju probleme koji nastaju kao rezultat turističkog razvoja, pa sukladno tome neki svoje poslovanje temelje na održivosti, dok drugi smatraju da takav način rada neće omogućiti kvalitetan i dugoročan turistički razvoj koji će spriječiti ili ublažiti probleme koji nastaju razvojem turizma u urbanim sredinama.

### **1.5. Metode istraživanja**

Za potrebe izrade teorijskog dijela ovoga rada koristit će se sekundarni izvori podataka. Sekundarni podaci prikupljeni su iz stručne i znanstvene literature koja se bavi pitanjima i problematikom razvoja urbanog turizma na održiv i kvalitetan način te analizom uloge nositelja ponude u povijesnim gradovima.

U izradi ovog rada koristit će se nekoliko metoda znanstvenog istraživanja:<sup>39</sup>

- metoda indukcije - predstavlja postupak znanstvenog istraživanja kojim se na temelju pojedinačnih činjenica ili slučajeva zapažanjem dolazi do zaključka. Koristi se kod izvođenja zaključaka
- metoda dedukcije - predstavlja postupak znanstvenog istraživanja u kojoj se iz općih stavova izvodi posebni i pojedinačni zaključak. Koristi se kod izvođenja zaključaka te u teorijskom dijelu rada. Pregledom literature deducirale su se temeljne istraživačke hipoteze ovoga rada.
- metoda analize - predstavlja postupak znanstvenog istraživanja u kojoj se raščlanjuju složeni pojmovi na njihove jednostavnije dijelove. Koristi se u teorijskom dijelu rada;
- metoda sinteze - predstavlja postupak znanstvenog istraživanja u kojoj se povezuju izdvojeni elementi i procesi u jedinstvene cjeline. Koristi se kod izvođenja zaključaka te u teorijskom dijelu rada;
- metoda klasifikacije – predstavlja sistematsku i potpunu podjelu općeg pojma na posebne , koje taj pojam obuhvaća;
- metoda deskripcije – predstavlja postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta. Metoda deskripcije je primijenjena tokom samog početka rada kroz pregled dostupne literature, opisivanja činjenica, predmeta i procesa koji će se u radu naknadno objasniti.
- metoda komparacije – predstavlja postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava procesa i odnosa te utvrđivanja njihovih sličnosti.

---

<sup>39</sup> Zelenika, R., (2000), Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet Rijeka, str. 109.



Drugi dio istraživanja obuhvaća empirijsko istraživanje korištenjem anketnoga upitnika koji će se provesti nad prigodnim uzorkom, nositeljima turističke ponude urbanih povijesnih gradova koje sačinjavaju predstavnici javnih gradskih tijela, turističke zajednice na gradskoj i županijskoj razini, hotelijeri, ugostitelji, privatni iznajmljivači, destinacijske menadžment kompanije te muzejske i galerijske institucije grada. Prvi dio anketnoga upitnika odnosi se na socio-demografska obilježja ispitanika kao što su spol, dob, radni staž te položaj u strukturi ponude turističke destinacije Grada Splita. Drugi dio anketnoga upitnika ispituje stupanj upoznatosti ispitanika sa pojmom održivog razvoja turizma te stavove o potencijalnim i postojećim problemima razvoja turizma kao i potrebi implementiranja načela održivosti u poslovanje. Podaci će biti prikupljeni terenskim istraživanjem, odnosno anketiranjem, u slučaju da nije moguće na taj način provesti upitnik on će biti poslan mailom koristeći Google forms upitnik. Obrada podataka i testiranje postavljenih hipoteza provest će se u programskom paketu IBM SPSS Statistics koristeći za to odgovarajuće testove.

## **1.6. Doprinos istraživanja**

Ovim istraživanjem želi se doprinijeti boljem razumijevanju problematike razvoja turizma povijesnih gradskih cjelina koje uslijed sve većeg rasta turističke aktivnosti i popularizacije urbanog turizma trpe niz negativnih posljedica, koje se manifestiraju kroz depopulaciju, izmjenu socijalne strukture stanovništva te napuštanje tradicijskih i autentičnih vrijednosti. Također, očekivani teoretski doprinos ovog istraživanja je i utvrditi ulogu nositelja turističke ponude grada, kojom se želi ukazati da s obzirom na različit položaj u strukturi ponude i različite ciljeve koje nositelji imaju, postoje različiti stavovi o eventualnim problemima koji nastaju kao posljedica turističkoga rasta i razvoja na razini turističke destinacije. Isto tako, cilj je ukazati na potrebu i važnost zajedničke suradnje kako bi se turizam u povijesnom gradu mogao razvijati na kvalitetnoj osnovi. Takav pristup omogućio bi adekvatno poslovanje i razvoj koji bi destinaciji stvorio preduvjete za očuvanje vrijednosti i resursa za budućnost i nove generacije. Aktivno i odgovorno sudjelovanje nositelja koji prepoznaju potencijalne probleme i koji svoje poslovanje grade na načelima održivosti, temelj su za opstanak i očuvanje destinacije. Stoga, rezultati ovoga istraživanja generalno mogu predstavljati značajan doprinos u održivom upravljanju i razvoju turizma povijesnih gradova.

## 1.7. Obrazloženje strukture rada

Rad je koncipiran u šest poglavlja.

U prvom, uvodnom poglavlju opisan je predmet rada, problem rada, ciljevi istraživanja, istraživačke hipoteze te će se navesti i opisati metode koje će biti korištene prilikom izrade rada. Uvodno poglavlje dat će i pregled strukture cijelog rada. Opisom problema rada definiran je okvir razvoja turizma i novi trendovi koji se javljaju na strani potražnje i novih navika potrošača. Također, opisan je sustavni razvoj urbanog turizma u povijesnim gradovima i važnost baštine kao resursa za budući razvoj. Kroz sam predmet rada stavljen je naglasak na značajnu ulogu različitih nositelja ponude koji svojim poslovanjem utječu na kvalitetni razvoj urbanog turizma, vodeći pri tome računa o problemima koji se manifestiraju njegovim razvojem

U drugom poglavlju prikazan je teorijski okvir urbanog turizma. Poglavlje će sadržavati detaljniji opis pojma i pripadajuće definicije urbanog turizma, resurse potrebne za razvoj urbanog turizma, probleme koji se manifestiraju njegovim razvojem kao i primjere dobre i loše prakse takvog oblika turizma.

U trećem poglavlju obrađen je sam pojam upravljanja razvojem turizma sa posebnim naglaskom na urbane, povijesne sredine. U poglavlju će biti dodatno obrazložena potreba i ciljevi sustavnog upravljanja razvojem turizma.

Četvrto poglavlje prikazuje analizu aktualnog stanja grada Splita, objašnjava i opisuje pripadajuća resursna i atrakcijska osnova, te ukazuje na probleme i ugroze sa kojima se susreće grad. Također, u ovom poglavlju prikazat će se trenutno stanje razvoja turizma u Splitu, kroz analizu ponude i potražnje.

U petom poglavlju provedeno je empirijsko istraživanje na prigodnome uzorku koristeći odgovore iz anketnoga upitnika i prethodno postavljene istraživačke hipoteze te će se dati preporuke i smjernice budućega djelovanja u pogledu razvoja održivog i kvalitetnog turizma u urbanim sredinama s obzirom na saznanja iz teorijskog i empirijskog dijela istraživanja.

Šesto poglavlje daje zaključak na temu čitavoga rada.

## 2. URBANI TURIZAM

### 2.1. Određenje pojma urbanog turizma

U posljednjih nekoliko godina svjedoci smo sve većeg značaja turizma. Uspoređujući ga s ostalim privrednim sektorima bez sumnje ima iznimno veliku snagu, no zbog činjenice da u velikoj mjeri ovisi o eksternim faktorima u društvu, možemo zaključiti kako je iznimno osjetljiv na promjene i ugroze koje prijete u raznim oblicima. Iako se često promatra u okviru gospodarskog aspekta, nesumnjivo zadire i u socijalne, psihološke, kulturne i ostale aspekte života pojedinca.<sup>40</sup> Izmjene u kvaliteti življenja rezidentnog stanovništva povijesnoga grada zajedno sa rastom visine standarda, te sve veća ponuda turističkoga tržišta dovele su do bitnih promjena u stvaranju i definiranju turističke ponude, novim obrascima ponašanja turističkih dionika, kao i odlukama koje pojedinci donose u svezi putovanja, a sve sa ciljem zadovoljavanja osnovnih potreba koje postaju sve snažnije i izraženije. Način života ljudi u današnjem svijetu vodi do pojave raznih selektivnih oblika turizma zbog čega danas jednu od najznačajnijih karakteristika turizma predstavljaju kratka putovanja, najčešće realizirana u urbanim, gradskim sredinama. Razlog takvom oblikovanju putovanja uvelike potiče i način života koji je karakterističan za današnje doba. Ubrzanost, užurbanost i nedostatak vremena kao najveći ograničavajući faktori današnjice, omogućili su gradovima da sukladno svojim karakteristikama, resursima i kvalitetnim prometnim vezama postanu ključna odredišta turističkih potrošača koja imaju za potrebu konzumaciju proizvoda koji stvara grad. Gradovi oduvijek privlače posjetitelje iz različitih područja, no ti se posjetitelji dugi niz godina nisu smatrali turistima. Glavni razlog tome je činjenica da je grad promatran kao mjesto razmjene dobara i usluga, a samo oni gradovi koji su bili najveći i zauzimali vodeća mjesta u hijerarhiji tadašnjih gradova bili su djelom, ali ne i u potpunosti promatrani kao turistički gradovi, jer osim primarne funkcije razmjene dobara i usluga, privlačili su i posjetitelje radi kupnje, posla i ostalih potreba.<sup>41</sup> Tokom početaka razvoja urbanog turizma, putovanja u velike gradove nisu bila dostupna svima, isključivo su bila namijenjena za više klase koje su si to mogle i priuštiti, a bili su realizirani u periodu koji se nazivao „sezona“.<sup>42</sup> Urbanizacija i naseljavanje gradova

---

<sup>40</sup> Jelinčić., D.A., op.cit., str.15.

<sup>41</sup> Law,C.M., (2001.), Urban tourism : The visitor economy and growth of large cities, School of the Environment and Life Sciences, University of Salford, Manchester, str.7.

<sup>42</sup> Ibidem

predmetom je izučavanja velikoga broja istraživača. Vidljivo je da se sve veći broj svjetske populacije živi u urbanim područjima, što nam najreprezentativnije mogu prikazati podaci koji kažu da je 1900. godine svega 14% populacije bilo urbano, 2000. godine 47%, dok je pretpostavka da će do 2030. godine ta brojka doseći čak 61% ukupne svjetske populacije. Prethodno opisano je najvidljivije na primjeru velikih mega-gradova kao što su Tokyo, New York, Mumbai i Sao Paolo.<sup>43</sup>

Iako često smatramo da je urbani turizam jednostavna pojava i razumljiv pojam, izuzetno ga je teško definirati s obzirom na složenost samoga fenomena. Zbog nepostojanja jednostavne definicije, njegove složenosti i nejasnoga razgraničenja, pojam urbanog turizma dugi je vremenski period bio zanemarivan od strane akademske zajednice.<sup>44</sup> To je upravo razlog zbog čega je koncept urbanog turizma definiran tek nedavno, odnosno 1989. godine, od strane autora Ashwortha<sup>45</sup>, koji ga definira kao putovanja turista u grad sa ciljem ispunjavanja vlastitih potreba i ostvarivanja zadovoljstva. Jedan od prvih radova vezanih za tematiku urbanog turizma rad je autora Llewelwyna na primjeru 4 europska grada, vodeći pri tome računa o turizmu kao jednom od najznačajnijih pokretača ekonomije grada.<sup>46</sup> Razlog zbog kojeg akademici nisu veliku pozornost usmjerili na urbani oblik turizma u prošlosti je velika zastupljenost ostalih oblika turizma, kao što je „*sun and sea*“ turizam. Putovanja zbog posla, konferencije i posjete rodbini nisu bili prepoznati kao selektivni oblici turizma, zbog čega ih je bilo teško pratiti i izdvojiti od lokalnih posjetitelja.<sup>47</sup> Iako je jedan od najvažnijih oblika turizma u smislu broja posjetitelja koje privlači u destinaciju te ekonomskog učinka koji generira, urbani turizam je istovremeno i među najmanje istraženim pojavnim oblicima turizma.<sup>48</sup> Budući da literatura koja se bavila razvojem urbanog turizma dugo vremensko razdoblje nije niti postojala, javlja se potreba objašnjenja manjka interesa za proučavanje urbanog turizma i posljedično tome radova koji se bave tom tematikom. Razlozi zbog kojih se javlja sve intenzivniji interes za objašnjenjem pojma urbanog turizma su prije svega njegova kompleksnost i širina različitih djelatnosti koje on obuhvaća. Uz to, kao snažan razlog učestalijem istraživanju i objašnjenju pojma navodi se sve prisutniji i snažniji globalni proces urbanizacije.<sup>49</sup> Postepeni rast interesa za urbanim turizmom može se povezati sa značajnim ekonomskim učincima koje urbani

---

<sup>43</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str 4.

<sup>44</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str 2.

<sup>45</sup> Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., (2018), Urban Tourism: The perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom, Marketing and Management of Innovations, Issue 3, str.269.

<sup>46</sup> Law, C.M., (2002), Urban Tourism Second edition : The Visitor Economy and the growth of Large Cities, str 6.

<sup>47</sup> Ibidem

<sup>48</sup> Shoval, N., (2018.), Urban planning and tourism in European cities, Tourism Geographies, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, Routledge, str. 372.

<sup>49</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str 2.

turizam i generira. Za razliku od prošlih vremena, u kojima turizam nije bio promatran kao primarna potreba svakog čovjeka i kada je proizvodna industrija bila glavni, pa često i jedini izvor prihoda za svoje stanovništvo.<sup>50</sup>

Današnji interes za ovakvim segmentima turizma može se objasniti i kroz rastući interes i ekspanziju turizma na globalnoj razini. Također, kompleksnost njegove definicije leži i u činjenici da se ovaj selektivni oblik treba promatrati u množini budući da sam urbani turizam ne postoji sam za sebe, već je definiran kao niz selektivnih oblika, krenuvši od kulturnog, sportskog pa sve do gastronomskog turizma koji čine jedan jedinstveni „urbani proizvod“ gradske destinacije.<sup>51</sup>

Kada o urbanom turizmu govorimo s aspekta selektivnog oblika turizma, treba uzeti u obzir njegove specifičnosti i razumjeti postojanje motiva koji pokreću posjetitelja za donošenje odluke o putovanju. Svi gradovi imaju svoju povijest, neki povijest koja traje već stoljećima, neki kraću povijest, neki iznimno bogatu i prepoznatljivu, dok pak drugi manje bogatu i poznatu u svijetu. No, sasvim je jasno da gradovi bogatije povijesti, tradicije i kulture mogu, te u konačnici i privlače veći broj posjetiteljazainteresiranih za njegova povijesna, kulturna i druga obilježja. Teško je pretpostaviti da postoje gradovi koji u vlastitoj prošlosti ne bi našli načina da stvore vlastiti proizvod za privlačenje turista.<sup>52</sup> Turistički povijesni gradovi često se odlikuju svojom arhitekturom, visokim stupnjem očuvanja baštine i povijesnih lokaliteta različitih stupnjeva vrednovanja, od nacionalnih pa do osobnih, te strogom kontrolom nove izgradnje koja narušava cjelokupnu vrijednost tog značajnog prostora. Grad je u cjelini predstavljen kao iskustvo integrirano sa poviješću i kulturom, gdje se one međusobno isprepleću i sačinjavaju kvalitetan i prepoznatljiv proizvod destinacije.<sup>53</sup>

Zahvaljujući sve snažnijem i užurbanijem razvoju, povijesni gradovi bogati kulturom i tradicijom postaju svjesni vlastitih prednosti i vrijednosti, zbog čega poduzimaju nužne korake s ciljem bolje i kvalitetnije prezentacije vlastite urbane destinacije. Urbane sredine su kompleksne, uključuju široki spektar različitih turističkih resursa, dobru prometnu vezu i infrastrukturu, veliki broj atrakcija, proizvoda i usluga koje na individualnoj razini mogu biti različiti te utjecati na konačnu odluku o putovanju. Bolja zračna dostupnost, povećanje broja i vrsta smještajnih jedinica i pojava informacijskih tehnologija omogućile su ubrzan rast i razvoj

---

<sup>50</sup> Law, C.M., (2001.), op.cit. str. 6.

<sup>51</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str. 3.

<sup>52</sup> Vukonić, B., (2018), Sličnosti i različitosti povijesnih gradova kao turističkih destinacija, Acta Turistica, Vol 30., special issue, str. 86.

<sup>53</sup> Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., (2018), op.cit., str. 270.

te bolju dostupnost gradova posjetiteljima koji zbog niza razloga odlučuju posjetiti to područje. Shofield smatra da postoje zajedničke karakteristike svih urbanih destinacija:<sup>54</sup>

1. U gradovima postoji velika koncentracija trgovina, industrija i usluga te su oni važna prometna čvorišta
2. Gradovi su centri intenzivnih interakcija među ljudima
3. Gradovi služe kao „vrata“ turistima koji posjećuju neku zemlju.
4. Gradovi funkcioniraju kao „smještajna baza“ turista koji odlaze na izlete u ruralna područja, ali i kao destinacija za sebe.

Dodavanjem pridjeva urbani imenici turizam locira se aktivnost u prostornom kontekstu ali se ne ograničava isključivo na jedan dio grada ili samo jedan resurs koji grad posjeduje. Urbani turizam obuhvaća industriju koja upravlja i prodaje razne vrste proizvoda i iskustava posjetiteljima koji imaju širok raspon motivacije, sklonosti, kulturne perspektive te su snažno povezani sa zajednicom domaćina. Urbani turizam je koncept koji postaje jedna od glavnih strategija razvoja velikoga broja gradova. Upravo njihova obilježja, te sveukupna baština, postaju temeljni privlačni faktori za posjetitelje.<sup>55</sup> Za razliku od drugih oblika turizma, turizam u gradovima definira se kao cjelogodišnji oblik turističke aktivnosti.<sup>56</sup> Urbani turizam vrsta je turističke djelatnosti koja se odvija u urbanom prostoru svojevrstnih atributa koje karakterizira nepoljoprivredno gospodarstvo kao što su administracija, proizvodnja, trgovina i usluge kao i sama čvorišta u prometu. Urbane, gradske sredine nude širok raspon kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, socijalnih i prirodnih iskustava te proizvoda za slobodno vrijeme.<sup>57</sup> Ovaj selektivni oblik turističke aktivnosti najčešće se definira kao turizam urbanih područja, proizvod socijalnih promjena koji su utjecali na promjene gradova. Promatrajući na taj način, urbane destinacije mogu biti definirane s aspekta njihove veličine što vodi do niza lokacija koje se mogu smatrati urbanim područjima turističkoga interesa, od glavnih gradova kao što je Pariz, do industrijskih gradova kao što je Bradford, kulturnih gradova kao Venecija ili povijesnih gradova kao što je primjerice Beč.<sup>58</sup>

---

<sup>54</sup> Rabotić B., (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola Beograd

<sup>55</sup> Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., op.cit., str. 270.

<sup>56</sup> Ashworth, G., Page, S. J., (2010), op.cit, str 2.

<sup>57</sup> Institut za turizam, (2018.), Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma, str.11.

<sup>58</sup> Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., op.cit., str. 269.

Često se postavlja pitanje imaju li sva urbana područja ista obilježja, te je li moguće jednu jedinstvenu definiciju primijeniti na sve vrste gradova. Page smatra da urbana područja nemaju ista obilježja zbog čega ih svrstava prema sljedećoj tipologiji : <sup>59</sup>

1. Glavni gradovi i kulturni gradovi
2. Povijesni gradovi
3. Veliki povijesni gradovi
4. Gradske jezgre
5. Revitalizirana gradska područja
6. Industrijski gradovi
7. Gradski kompleksi sagrađeni u turističke svrhe
8. Specijalizirani turistički gradski centri
9. Kulturno- umjetnički gradovi

Zbog činjenice da ne postoji jasna razlika među tipovima ovih urbanih područja, autori Judd i Fainstein su fenomen urbanog turizma podijelili u tri glavna područja razvoja :<sup>60</sup>

1. Turistička urbanizacija koja obuhvaća planirana i neplanirana turistička područja
2. „Pretvoreni gradovi“ koji su svoju infrastrukturu i usluge prilagodili isključivo turizmu
3. Turistički povijesni gradovi koji obiluju poviješću, kulturom te povijesnom arhitekturom koja privlači veliki broj posjetitelja.

Ukoliko kažemo da razvoj urbanog turizma uvelike ovisi o zajedničkoj interakciji važno je i uočiti da se izdvajaju četiri značajne kategorije resursa koje moraju postojati u destinaciji ukoliko ona želi privući turiste u odredište: <sup>61</sup>

1. Resursi u obliku prirodnih i antropogenih atrakcija, odnosno onih koje su nastale djelovanjem čovjeka i s namjenom su kreirane za potrebe turizma.
2. Resursi u obliku objekata i usluga, uključujući i ljudske resurse, koji će omogućiti boravak u destinaciji.
3. Resursi u obliku infrastrukture i usluga koje čine destinaciju pristupačnom, kao i razne atrakcije, sadržaji i usluge u okviru same destinacije
4. Pružanje informacija kako bi potrošač saznao informacije o destinaciji u koju ide ili koju planira posjetiti.

---

<sup>59</sup> Law, C.M., (2001.), op.cit. str. 4-5.

<sup>60</sup> Ibidem

<sup>61</sup> Cooper C., Hall C. M. (2008), Contemporary tourism: An international approach, BH Elsevier, Oxford, UK, Str, 44

Putovanje u grad zbog obaveza i putovanje u grad zbog njegove ponude ne možemo promatrati na isti način. Otputovati u grad možemo iz različitih potreba koje nužno ne trebaju biti povezane sa urbanim turizmom, može se raditi jednostavno o zadovoljavanju određenih turističkih potreba na urbanom području, pri čemu govorimo o pojmu turizma u gradu. S druge strane, urbanost, odnosno sam grad i njegova ponuda, resursi, način života ili kulturne vrijednosti mogu biti privlačni faktori zbog kojih se odlučujemo na turističko putovanje. U tom slučaju, govorimo o urbanom turizmu.<sup>62</sup>

Prethodno opisano ukazuje na činjenicu da svi turisti u gradu nisu ujedno i urbani turisti. Potražnja za ovim selektivnim oblikom turizma uvelike ovisi o stupnju motiviranosti ali i potrebama posjetitelja. Svaki turist percipira destinaciju i iskustvo koje ona pruža na vlastiti individualan način, koji je u konačnici suma prethodnih iskustava, stupnja obrazovanja i stavova.<sup>63</sup> Gradovi su okarakterizirani i prikazani kao vibrantna mjesta koja su bogata i obiluju raznolikošću niza funkcija, kultura, zajednica te izgrađenih formi, a posjetitelj je taj koji donosi konačnu odluku hoće li, te ako hoće, kada će, kako i gdje konzumirati urbani proizvod.<sup>64</sup> Uz 4 prethodno nabrojane kategorije resursa bez kojih je razvoj urbanog turizma otežan, postoje također različiti resursi zbog kojih posjetitelji donose odluku o putovanju i posjeti grada.<sup>65</sup> Vodeći računa o tome navodi se kako postoji jasna razlika između primarnih, sekundarnih i dopunskih resursa urbanog turizma. Primarni resursi su glavni razlog posjete gradova, sekundarni uključuju smještaj i ugostiteljske usluge dok dopunske sačinjavaju promet i turističke informacije. Dopunski resursi nisu bitni za uspjeh urbanog turizma niti su motiv dolaska posjetitelja u destinaciju.



**Slika 1 : Resursi urbanog turizma**

Izvor: Vlastita izrada prema : Rabotić B., (2013), *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola Beograd, str 172.

<sup>62</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str 7.

<sup>63</sup> Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., (2018), op.cit., str. 271.

<sup>64</sup> Ashworth, G., Page, S.J., (2010), op.cit., str 7.

<sup>65</sup> Rabotić B., (2012), op.cit., str.173.



Činjenica je da današnji turisti imaju nove potrebe koje žele zadovoljiti i to je temeljni razlog zbog kojeg se odlučuju na posjete gradovima. Obilje resursa i bogata atrakcijska osnova temelj su razvoja urbanoga turizma. Motivi dolaska su različiti, tako neki turisti biraju atrakcije koje su namijenjene isključivo za turističku potražnju, dok drugi traže bijeg od svakodnevnog života i univerzalne ponude tražeći putovanja gdje nema „umjetno“ stvorene turističke ponude, već podrazumijeva izlete u običajan, jedinstven i tradicionalan način gradskog života.

## **2.2.Problemi razvoja urbanog turizma u povijesnim gradovima**

Grad i turizam danas promatramo kao dva komplementarna pojma, gradovi postaju atraktivni centri sa turizmom kao najprospektnijom djelatnošću pri čemu kultura predstavlja vezivnu nit takvoga odnosa. Ona je najznačajniji privlačni faktor i najzaslužniji čimbenik u stvaranju prepoznatljivog turističkog imidža koji privlači različite tipove posjetitelja. Kultura grada predstavlja složeni fenomen koji podrazumijeva stil i način življenja njegovih stanovnika, kvalitetu i postojanje adekvatne infrastrukture, ekološki osviještenu gradsku upravu i građane, te temeljne vrijednosti i norme ponašanja kao i brigu za kulturna dobra i kvalitetu svakidašnjeg života svih društvenih grupa.<sup>66</sup> Korištenje resursa i razvoj turizma u povijesnim gradovima istovremeno donosi i pozitivne i negativne posljedice, vidljive kroz utjecaj na ekonomske, kulturne, ekološke te sociološke aspekte življenja, a snaga tih posljedica ovisi o stupnju turističkoga razvoja takvih gradova i činjenici da li je takav razvoj planiran ili stihijski. Ono o čemu valja voditi računa je činjenica da pozitivni učinci nekvalitetnom provedbom jednostavno mogu postati negativni. U literaturi se navode razlozi koji su potakli gradove na razvoj turizma, a to su prije svega pad dugogodišnjih proizvodnih aktivnost, što je rezultiralo potrebom stvaranja novih gospodarskih djelatnosti ili s druge strane neizbježno suočavanje s visokom stopom nezaposlenosti. Zbog čega se danas turizam percipira kao industrija rasta, nada da će razvoj turizma rezultirati regeneracijom i revitalizacijom gradskih jezgri.<sup>67</sup>

### **2.2.1. Sociološko- demografski problemi**

Razvoj turizma i sve veći broj dionika koji se uključuje u turističke aktivnosti svjedoči o nizu problema koji se manifestiraju kroz sociološke promjene povijesnih gradova, pa tako i grada

---

<sup>66</sup> Jokić, B., (1995.), Problemi urbanog turizma, Acta Turistica, Vol. 7, No.1, pp. 43- 59, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, str 44.

<sup>67</sup> Chang, T. C., Milne, S., Fallon, D. i Pohlmann, C., 1996. Urban Heritage Tourism: The Global-Local Nexus. Annals of Tourism Research, 23 (2), 284-305.; prema: Law, C. M., 1993. Urban Tourism. Attracting Visitors to Large Cities. London: Mansell.

Splita. Turizam u povijesnim gradovima temelji se na baštini i autohtonosti, koja se u slučaju stihijskog i nekontroliranog razvoja mijenja, djelomično gubi ili u potpunosti nestaje.

Ono s čime se gradovi sve češće i sve snažnije susreću je demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegovog stanovništva, što vodi do gubljenja temeljne i primarne funkcije- stanovanja. Glavni razlog tome je prevelika izmjena povijesnih gradova u svrhu turističke aktivnosti. Ovakav proces vodi napuštanju stanovništva iz centra povijesnih gradova u druge gradove ili dijelove istog grada koji su manje opterećeni turističkim posjetima. Osim depopulacije jezgre i užih dijelova povijesnih gradova kao najvećeg problema, dodatni problem je vidljiv kroz činjenicu da odlaze uglavnom mlade obitelji s djecom, a ostaje starije stanovništvo koje je često netrpeljivo prema turističkom razvoju i eventualnim problemima koje takav razvoj manifestira.

Osim toga, dolazi do odumiranja nekadašnjih funkcija urbanih povijesnih gradova, koji gube svoju trgovačku funkciju, prije svega zbog turističke prenamjene i stvaranja prisilnoga imidža koji nije utemeljen na autentičnosti toga područja. Koriste se novi materijalni, novi oblici i dizajn koji svojim oblikom ne odgovara lokalitetu povijesnoga grada i njegovoj povijesnoj ostavštini. Ti aktualni procesi napuštanja vlastitih i specifičnih sociokulturnih vrednota vodi ka imitaciji, kopiranju obrazaca ponašanja drugih zajednica te samog načina življenja koji u konačnici rezultiraju pojavom demonstracijskoga učinka u sociokulturnoj sferi grada, koja je vidljiva kako kroz način ponašanja, pa tako i kroz način odijevanja, vrstu glazbe koja postaje popularna i niz drugih najčešće negativnih obilježja. Uz prethodne probleme valja spomenuti i komodifikaciju kulture i autentičnosti kao jedan od velikih problema sa kojim se suočavaju zajednice povijesnih gradova. Kako bi osnažili svoj vlastiti brand i naglasili jedinstvenost i prepoznatljivost, posežu za raznim sredstvima ne vodeći pritom računa o negativnim posljedicama koje mogu primjenom takvih koncepata i nastati. Budući da je današnje tržište zasićeno ponudom koja je gotova pa jednaka i uniformirana u pojedinim destinacijama, kako bi se izdvojila od ostalih sličnih destinacija u sve većoj mjeri oslanja se na kreativnost i pružanje originalnog i drugačijeg doživljaja bez obzira na postojeće ili nepostojeće kulturno bogatstvo.<sup>68</sup> Komodifikaciju definiramo kao aktivnosti koje su nekada bile dio svakodnevnog života lokalne zajednice, a uslijed novih potreba i trendova na tržištu koji zahtijevaju inovativnost i novu ponudu one se pretvaraju se u komodificirane aktivnosti, susrete i suvenire namijenjene

---

<sup>68</sup> Dujmović, M., (2019.), Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu, Soc. ekol. Zagreb, Vol. 28(2019), No. 2., Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković, Pula, str. 150.

turistima.<sup>69</sup> Neke od tih aktivnosti poput različitih zanata, tradicija i običaja nisu poznate niti lokalnoj zajednici, budući da su postojale nekoliko stoljeća unatrag i već dugi niz godina nisu niti prakticirane, ali se koriste kako bi se stvorila dodatna ponuda u svrhu privlačenja novih segmenata turističkih potrošača.<sup>70</sup> Sve to rezultira negativnim učincima na kulturu destinacije, prikazivanje povijesti na iskrivljen i nevjerodostojan način.

Nedostatak planskog pristupa vodi do pojave procesa gentrifikacije. Sam pojam gentrifikacije definira se kao pretvaranje socijalno- marginalnih područja i postojećih područja stanovanja radničke klase određenog centra grada u nova, srednjoklasna područja stanovanja, te predstavlja prikaz privatnog investiranja u centralna područja glavnih urbanih dijelova.<sup>71</sup> Ono podrazumijeva poduzimanje određenih potpomognutih akcija i privatnih inicijativa na izgled grada i njegove pojedine dijelove sa ciljem uređenja i uljepšavanja, gdje se s druge strane prisilno izmjenjuje sociološka struktura stanovništva.<sup>72</sup> Novo stanovništvo, bilo domaće ili strano nije u mogućnosti odmah se prilagoditi niti integrirati u zajednicu domaćina u koju dolazi ili s druge strane to ne želi, zbog čega se manifestiraju problemi gubitka tradicije, autentičnosti i imidža grada, a uz to se mijenja jezik, izgled i običaji koji su do tada to područje činili privlačnim i jedinstvenim u odnosu na druge destinacije koje su mogle pružiti gotovo jednaku ponudu svojim posjetiteljima i koji su bili razlog odluke o posjeti baš toga područja.

Također, na razini socio-kulturoloških problema važno je uočiti i izdvojiti pojavnost koja se manifestira kroz sukobe, nesuglasje i nerazumijevanje na relaciji između turista i domicilnog stanovništva grada. Glavni razlog tome je činjenica da se stanovništvo u sve većoj mjeri osjeća ugroženo i onemogućeno u obavljanju svakodnevnih potreba i življenja. Dodatni razlog koji produbljuje ovakav problem je i činjenica da se javlja sve veći broj različitih stereotipova koji produbljuju netrpeljivost, zajedno sa ksenofobijom, odnosno sukobima između turista i domaćina.

### 2.2.2. Gospodarski problemi

Kada ga promatramo sa ekonomskog aspekta, za turizam možemo reći kako je značajan generator dodatnoga prihoda te rasta stope zaposlenosti u zajednicama u kojima se i razvija. No ti utjecaji mogu se tumačiti kao negativni, u situaciji kada je rast stope zaposlenosti ili pad

---

<sup>69</sup> Ibidem

<sup>70</sup> Ibidem

<sup>71</sup> Gotovac Svirčić, A., (2009.), Utjecaj društvenih aktera na procese gentrifikacije i pauperizacije : Primjer Zagreba, Disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Odsjek za sociologiju, str. 43.

<sup>72</sup> Ibidem

nezaposlenosti isključiva posljedica sezonalnosti. Prethodno spomenuto odumiranje obrtničko-trgovačke funkcije grada promatra se kao negativna posljedica i sa ekonomskog i socio-kulturnog pogleda. Zatvaranje tradicijskih i obiteljskih obrta i njihova zamjena s djelatnostima povezanih s turizmom, remeti mogućnost i kvalitetu svakodnevnog življenja na tim gradskim područjima. Grad gubi svoju trgovačku funkciju, a trgovački centri najčešće građeni na rubnim dijelovima preuzimaju funkciju koju su do tada imali gradski urbani centri i postaju vibrantna mjesta društvenosti. Kupci počinju sve više vremena provoditi u trgovačkim centrima pa je i dio sadržaja iz centra grada iselio upravo u ta nova trgovačka središta.<sup>73</sup>

Također, veliki problem predstavlja opasnost prevelikog broja posjetitelja na prostoru povijesnoga grada u određenom vremenu, odnosno nepoznavanje nosivih kapaciteta grada kao posljedica neravnomjerne distribucije posjetitelja.<sup>74</sup> Kako grad ne bi osjetio niti trpio posljedice neravnomjerne distribucije napredka, potrebno je definirati ali uz to i dobro poznavati trenutne brojčane vrijednosti kapaciteta kako bi se mogao planirati održivi i kvalitetan turistički razvoj povijesnih gradova.

Sve snažniji i masovniji razvoj turizma za sobom nosi i određene utjecaje na kvaliteti života sa gospodarskoga aspekta. Tržište funkcionira po principu ponude i potražnje, povećana potražnja vodi rastu cijena, što za stanovništvo znači rast troškova stanovanja, ugostiteljskih usluga, prehrambenih proizvoda, prijevoza i posebice rast cijena nekretnina, što je najuočljivije u uskom gradskom središtu.

### **2.3.Održivi urbani turizam povijesnih gradova**

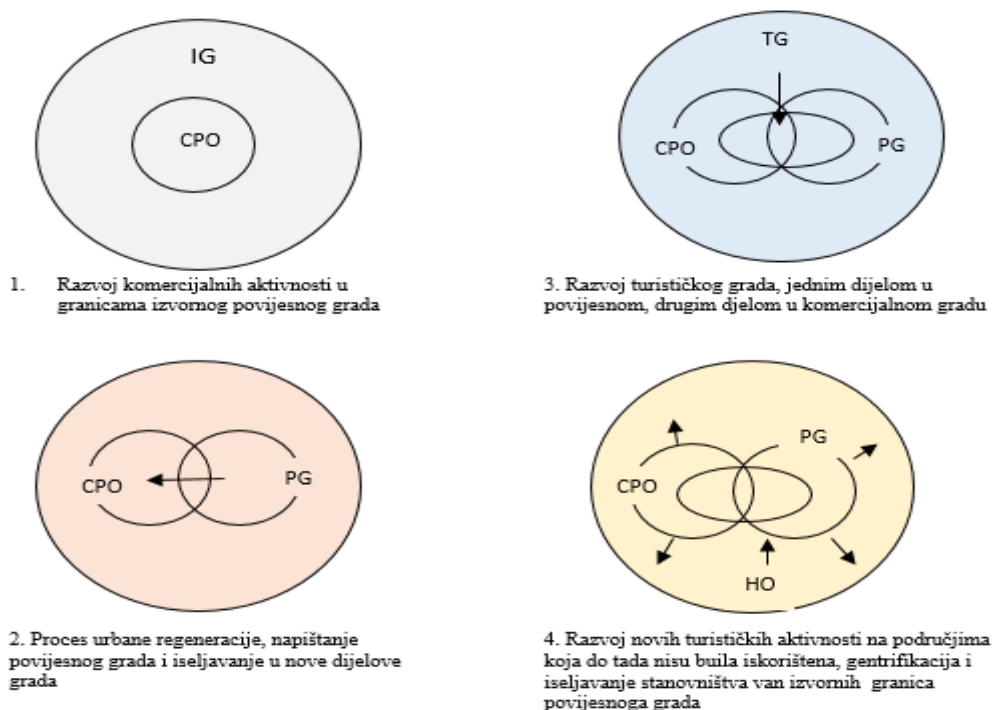
Pri definiranju pojma povijesnoga grada za pretpostaviti je kako je to grad bogate povijesti. S druge strane logično je pretpostaviti i da svaki grad ima povijest, ali njeno značenje nema jednaku važnost. Pojam povijesnoga turističkoga grada trebao bi ukazati na postojanje grada koji obiluje i njeguje bogato povijesno nasljeđe, osobito zanimljivo posjetiteljima koji se upravo iz tog razloga odlučuju na njegovu posjetu. Kod samog razumijevanja pojma povijesnoga grada ne bi se trebala niti smjela naglašavati turistička funkcija kao primarna, jer za razliku od turističkoga grada koji podrazumijeva kontinuiranu izgradnju smještajnih kapaciteta i turističkih atrakcija dotle povijesni grad nema takvu svrhu. Ukoliko povijesni grad uvelike ovisi o turizmu kao primarnoj i isključivoj djelatnosti, tada govorimo o povijesnom turističkom

---

<sup>73</sup> Petrić, L. et al. (2015.): op.cit, str. 46.

<sup>74</sup> Peršić, S., Rudan, E., (2011.), Razvoj turizma malog povijesnoga grada Mošćenica, Međunarodni znanstveno- stručni skup, Ivanić Grad, str.5.

gradu.<sup>75</sup> Povijesni su gradovi, kako je već prethodno spomenuto, oduvijek su privlačili veliki broj posjetitelja, ali s druge strane jako mali broj radova i istraživanja je napravljen na temu razvoja turizma u povijesnim gradovima. S turističkog stajališta gradovi su višeznačno zanimljivi, oni predstavljaju koncentraciju različitih vrijednosti i sadržaja koji privlače posjetitelje ali i koncentraciju kulturnih postignuća, naroda i civilizacija, jer ljudi putuju sa namjerom da uče o životu, prošlosti, sadašnjosti i različitosti ljudi.<sup>76</sup> Autori Ashworth i Tunbridge po prvi puta stvaraju prikaz kojim su opisali odnos između turizma i kulture kao najznačajnijeg privlačnoga faktora kroz *Model turističkog povijesnog grada*.<sup>77</sup> U modelu su prikazali transformaciju izvornog oblika povijesnoga grada od početaka i izvorne uloge isključivo življenja pa sve do današnje turističke uloge.



### Slika 1: Model turističkog povijesnog grada

Izvor: Vlastita izrada prema Cohen-Hattab, K. 'Historical Research and Tourism Analysis: The Case of the Tourist-Historic City of Jerusalem', *Tourism Geographies*, 6,3(2004), pp. 279-302., str. 281.

<sup>75</sup> Vukonić, B., (2008.), op.cit., str.5.

<sup>76</sup> Ibidem

<sup>77</sup> Ashworth, G., Tunbridge, J., (2000), Cohen-Hattab, K. 'Historical Research and Tourism Analysis: The Case of the Tourist-Historic City of Jerusalem', *Tourism Geographies*, 6,3(2004), pp. 279-302., str. 281.

Model prikazuje 4 faze razvoja turističko- povijesnoga grada.<sup>78</sup> U prvoj fazi razvoja sve su se aktivnosti odvijale unutar granica povijesnoga grada, koji je često bio ograđen zidinama. Stanovništvo je na tom području živjelo, radilo i obavljalo druge aktivnosti nužne za egzistenciju kao što su primjerice kupnja ili obavljanje administrativnih poslova. U drugoj fazi grad prolazi kroz proces urbane ekspanzije. Stanovništvo napušta izvorne, ograđene granice i počinje se naseljavati u novoizgrađenim četvrtima što je potaknulo i nastanak novih poslovnih centara na tim područjima koja su bila manje opterećena i tada manje naseljena. Tokom treće razvojne faze, migracije iz originalnih, povijesnih gradova postaju sve snažnije i sve učestalije. Novoizgrađeni dijelovi grada tako postaju sve poželjnija alternativa zbog čega se i veliki broj poslovnih funkcija koji tijekom druge faze počinju iseljavati sada nastavlja premještanje u ta nova područja. Budući da industrija i druge poslovne aktivnosti napuštaju izvorni povijesni grad, on dobiva više slobodnog prostora za novi razvoj. Investitori, željni profita žele koristiti te povijesne gradove zbog čega se ubrzo javljaju konflikti između različitih dionika grada. Sve veći naglasak stavlja se na očuvanje lokaliteta unutar izvornog povijesnog grada zajedno sa konsolidacijom i pripajanjem novih poslovnih centara što je rezultiralo stvaranjem turističko-povijesnih gradova. Epicentar tog novog turističko-povijesnoga grada nalazi se u originalnim granicama povijesnoga grada i to je mjesto gdje se preklapaju turističke i poslovne aktivnosti grada. Finalna ali i najvažnija faza razvoja povijesno- turističkoga grada nastala je uslijed sve veće potražnje za turističkim uslugama na području širem od granica povijesnoga grada. To je rezultiralo povećanom potražnjom i prenamjenom do tada neiskorištenog i nepoznatog područja u turističke svrhe čineći tako to područje sekundarnim poslovnim centrom s ciljem olakšanja stupnja opterećenosti povijesnoga grada koji je u prethodnoj fazi bio epicentar. Zahvaljujući novim uslugama i širenju područja grada broj turista raste kao i broj funkcija, raste ponuda i kvaliteta te ponude.

Kako bi mogli govoriti o kvalitetnom turističkom razvoju povijesnih gradova potrebno je poznavati sam pojam održivosti kao preduvjet takvog razvoja. Autori se slažu da je apsolutna održivost ideal, ona ne postoji, ali njoj bi trebalo težiti kao optimalnoj razini i stupnju na kojem bi grad trebao i biti. Prednosti razvoja održivog turizma uključuju obnovu prirodnih područja u gradovima, smanjenje utjecaja koji se odnose na prijevoz posjetitelja, pružanje edukacija usmjerenih na promjenu stavova i vrijednosti potičući na taj način odgovorno ponašanje, kako domaćina pa tako i turista. Uzimajući u obzir karakteristike održivog urbanog turizma moguće

---

<sup>78</sup> Cohen-Hattab, K, op.cit.,str. 282-283.

je razlikovati dva različita pristupa koja vode održivosti. Prvi pristup razvoju održivog urbanog turizma pretpostavlja inovacije u obliku zelenih karata, promicanje korištenja lokalnoga prijevoza, razvoj i poticanje pješaćenja, biciklističkih staza kao i zaštitu kulturne baštine i tradicije urbanih naselja. Sekundarni pristup uključuje upotrebu obnovljive energije, recikliranje, korištenje turističkoga prijevoza sa malim učinkom na okoliš i malom potrošnjom.<sup>79</sup> Osim prethodno nabrojanih inovacija značajnih u razvoju urbanog održivog turizma svakako valja spomenuti i potrebu pravovremenog razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije budući da ona omogućava povezivanje i učinkovitiju suradnju različitih dionika na tržištu te pomoć u oblikovanju i implementiranju proizvoda prema ciljanom segmentu potrošača.<sup>80</sup> Održivost urbanih područja nije utemeljena isključivo na okolišnom očuvanju gradskih povijesnih područja već i kvalitetnom prostornom planiranju istih u skladu sa aktivnostima i potrebama potencijalnih korisnika, raznolikosti zelenih površina i drugim značajnim obilježjima. Planiranje i projektiranje prostora treba pridonijeti ublažavanju klimatskih ekstrema u skladu sa načelima održivoga razvoja.<sup>81</sup>

Iz svega je vidljivo da povijesni gradovi postaju sve značajnije urbane turističke sredine koje ostvaruju sve veći broj turističkih posjeta i sukladno tome sve veći udio u ukupnom svjetskom turističkom tržištu. Funkcije koje grad ima već dugi niz godina, industrijalizacija kao i niz drugih trendova uz razvoj infrastrukture i kvalitetnu valorizaciju omogućili su turistički procvat gradskih središta i njihovu prilagodbu na novonastale potrebe. Upravo činjenica da grad može zadovoljiti veliki broj različitih potreba omogućava njegov cjelogodišnji razvoj i stvara kvalitetnu ponudu različitim segmentima potrošača koje gradska povijesna područja privlače.

## **2.4. Primjeri dobre i loše prakse turizma u povijesnim gradovima**

### **2.4.1. Primjer loše prakse turizma u povijesnom gradu**

Kao primjer loše prakse u nastavku će se izložiti problematika sa kojom se susreće grad Dubrovnik. Veliki priljev turista tijekom ljetnih mjeseci u odnosu na broj stanovnika je značajno veći, čime se ugrožava općenita održivost toga grada što vodi do niza problema koji ugrožavaju njegov opstanak za buduće naraštaje.

---

<sup>79</sup> Cooper, C., Scott, N., (2010.), Innovation for sustainable urban tourism : some thoughts on best practice , RAP- RIO DE JANEIRO, 44(5): 1171-194 SET./OUT., str 1177.

<sup>80</sup> Ibidem

<sup>81</sup> Štahan, K., (2014.), Energetski učinkovita arhitektura u urbanom održivom turizmu, Prostor, Znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet, str 283.

Dubrovnik je prepoznat kao kulturna destinacija, koju uz bogatstvo povijesnih i kulturnih vrijednosti dodatno krasi i veliki te raznoliki niz izvrsnih festivala, prestižnih likovnih događanja, koncertno-zabavnih mega projekata na otvorenome. Posljednjih godina Dubrovnik se profilira i kao *City Break* destinacija, čemu pogoduje sve kvalitetnija zračna povezanost tijekom cijele godine, koja će, sudeći prema interesu važnih emitivnih tržišta u budućim razdobljima biti još snažnija.<sup>82</sup>

Turizam je u Dubrovačko- neretvanskoj županiji, pa tako i u Dubrovniku po prihodima, zaposlenosti i izvoznoj orijentiranosti temeljna gospodarska djelatnost i izvor prihoda.<sup>83</sup> Preveliki broj kruzera, a samim time i posjetitelja koji Grad posjećuju samo na jedan dan, budući da im je to usputna destinacija, čini velike gužve u samoj gradskoj jezgri, čime se umanjuje mogućnost kvalitetnog boravka, opterećujući tako urbanu, fizičku i tehničku infrastrukturu, te ugrožavajući na taj način fizičke nosive kapacitete destinacije. Također, Dubrovnik se susreće s problemom visoke stope sezonalnosti, tokom ljetnih mjeseci svi dostupni kapaciteti suprastrukture su popunjeni, dok u zimskim mjesecima sve miruje. Problem koji se manifestira iz ovakve strukture turističke potražnje ima negativan učinak na gospodarski aspekt Grada, budući da veliki broj sezonskih zaposlenika u tom razdoblju ostaje bez posla. Dodatni problem u gradu Dubrovniku predstavlja i snažan i iznimno visok rast cijena nekretnina što je dovelo do toga da starosjedioci prodaju svoje nekretnine u samom centru Grada, budući da su troškovi održavanja i življenja u tom uskom području postali iznimno visoki, te potraže nova mjesta van gradske jezgre u kojima će cijene biti niže i pristupačnije standardima koji postoje u zemlji.<sup>84</sup> Posljedično snažnom rastu cijena nekretnina one počinju biti dostupne sada u najvećem broju isključivo doseljenicima, najčešće inozemnog podrijetla, koji imaju drugačije potrebe i navike, kako uređenja prostora i okoliša, pa tako i nekih osnovnih usluga i proizvoda koji sada počinju biti dostupni u centru Grada. To rezultira snažnim procesom gentrifikacije i privatnog investiranja u užem gradskom području Dubrovnika te iseljavanje srednje klase na područja prilagođena njihovim financijskim mogućnostima.

Upravo rast cijena nekretnina i proizvoda onemogućuje lokalnoj zajednici da nastavi živjeti u centru Dubrovnika. Stanovništvo smatra kako se Grad sve više prilagođava turistima i doseljenicima, a ne njegovim građanima.<sup>85</sup> Prethodno spomenuto vodi do snažnog iseljavanja

---

<sup>82</sup> Grad Dubrovnik, (2017.), Strateški plan grada Dubrovnika 2018.-2020., str 15.

<sup>83</sup> Sindik, J., Manojlović, N., Klarić, M., (2017.), Percipirani učinci krizing turizma kod stanovnika Dubrovnika, Ekon.misao i praksa, DBK. God. XXVI(2017.), BR.1. (151-170), str 152.

<sup>84</sup> Sindik, J., Vidak, N., (2013), Sindik, J., Vidak, N.,( 2015.), Prodaja nekretnina u staroj Dubrovačkoj jezgri- činjenice i gledišta prodavatelja i lokalnog stanovništva, Tranzicija, Vol XVII, Br.35., Tuzla, str.113.

<sup>85</sup> Sindik, J., Vidak, N.,( 2015.), op.cit., str.,123.



iz same jezgre grada i izmjene njene socijalne strukture. Mlade obitelji sa djecom u okolnim mjestima traže nove mogućnosti stanovanja i življenja, a ostaje uglavnom starija populacija koja čitav život živi na tom području i nije sklona prihvaćanju tih novih promjena koje sa sobom donosi novo stanovništvo, što nerijetko može rezultirati sukobima. Samim time što grad sačinjava njegovo stanovništvo, običaji, kultura i tradicija jasno je da njihovim iseljavanjem Dubrovnik gubi svoju autentičnost i povijesne funkcije koje su ga razlikovale od drugih gradova u njegovom okruženju.

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine Dubrovnik je imao 42 615 stanovnika<sup>86</sup>, u prethodnoj 2019. godini Grad je ostvario 1 447 153 turističkih dolazaka stranih i domaćih gostiju.<sup>87</sup> Ovakve brojke ukazuju na činjenicu da na jednog stanovnika Dubrovnika dođu 34 turista, pri čemu treba opet uzeti u obzir problem sezonalnosti jer bi tada značilo da je za vrijeme ljetnih mjeseci taj omjer značajno veći. Time je jasno da je kvaliteta života lokalne zajednice iznimno ugrožena, a ako tome pridodamo rast cijena kao posljedicu takve potražnje jasno je da Dubrovnik hitno treba iznaći rješenje kojim bi se ublažili ovi negativni učinci koje manifestira razvoj turizma. Svjesni kako se Dubrovnik bori sa prevelikim brojem gostiju, gradske vlasti su donijele odluku o ograničavanju broja kruzera. Tom odlukom broj kruzera smanjen je na 2 dnevno sa maksimalnim brojem putnika od 5000 tokom dana. Također, kako bi se situacija u određenoj mjeri regulirala donesena je odluka o smanjivanju broja suvenirnica i restorana kako bi ponuda Dubrovnika postala šira i bila u mogućnosti udovoljiti raznim segmentima turističkih potrošača.

#### 2.4.2. Primjer dobre prakse turizma u povijesnom gradu

Kao primjer dobre prakse turizma u povijesnome gradu izdvojiti će se povijesni grad Bruges u Belgiji. Bruges je glavni i najveći grad pokrajine West Flanders u Belgiji, grad bogat poviješću i kulturom zbog čega je iznimno privlačan velikom broju turista. Povijesni centar grada nalazi se pod zaštitom UNESCO-a budući da se smatra jednim od najbolje očuvanih srednjovjekovnih gradova Europe, što je dobar primjer za usporedbu kako sa Dubrovnikom pa tako i povijesnim gradom Splitom.

Jednako kao Split i Dubrovnik i sam grad Burges se susreće sa problemom prevelikog broja turista, a posebice jednodnevnih turista koji u ukupnom broju zauzimaju čak 60% svih turističkih dolazaka, oni se zadržavaju kratko i ne generiraju nikakve značajnije gospodarske

---

<sup>86</sup> Dubrovačko neretvanska županije: Demografski podaci o Dubrovniku, dostupno na: <http://www.edubrovnik.org/demografski-podaci/>

<sup>87</sup> Turistička zajednica grada Dubrovnika, Statistika 2019, dostupno na : <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/>

dobiti gradu. Ti turisti su mahom sa kruzera koji uplovljavaju u jezgru samog grada, koja trpi snažne negativne posljedice.<sup>88</sup> Dodatni problem gradu stvara i snažan rast privatnoga smještaja u odnosu na druge oblike i vrste smještajnih objekata sa ciljem udovoljavanja novonastaloj potražnji.<sup>89</sup> No ono što ovaj grad čini primjerom dobre prakse je pravovremeno uviđanje da turizam generira probleme i netrepeljivost kod lokalne zajednice. Iako je sezonalnost bila značajan problem, vlasti su prepoznale potrebu reagiranja na način da se ponuda ravnomjerno redistribuira tokom čitave godine, a ne samo na nekoliko najznačajnijih mjeseci u godini. Sukladno tome definiran je plan razvoja manifestacija, koje su ne samo obogatile ponudu, već dodatno stvorile preduvjete razvoja kvalitetnog cjelogodišnjeg turizma koji posljedično stvara cjelogodišnja radna mjesta i generira kvalitetan gospodarski rast.

Nadalje, lokalne vlasti zajedno sa stručnjacima u turizmu donijele su čitav set mjera koje trebaju smanjiti snažne pritiske na gradski centar i tako omogućiti kvalitetniji život rezidentnog stanovništva. Iako su u velikoj mjeri problemi slični ili jednaki onima u Dubrovniku, pravovremenim uočavanjem istih oni su značajno smanjili mogućnost da turizam ugrozi njegovu održivost i vrijednost za budućnost. Već 1996. godine definirana je prva mjera pod nazivom „Koncentracijski model“ čiji je cilj bio osigurati rasterećenje uskog gradskog područja i stvoriti takozvani „Zlatni trokut“ u koji će biti smještene sve turističke atrakcije i usluge grada, što će omogućiti ravnomjernu distribuciju na svakom pojedinom području.<sup>90</sup> Druga mjera definirana je pod nazivom „Hotel stop“ koja je implementirana sa ciljem očuvanja živosti i izvornosti grada, kako bi njegovi građani mogli financijski priuštiti ostanak u gradskoj jezgri, a uz to podmirivati i druge osnovne životne troškove.<sup>91</sup> Nadalje, mjera koja se pokazala iznimno uspješnom bila je uspostavljanje organiziranih tura vođenih isključivo od strane vodiča sa licencom od grada, koja su bile distribuirane na način koji nije stvarao gužve na istim područjima u isto vrijeme. Dodatna mjera kada je u pitanju vođenje tura, bila je ograničavanje grupa, odnosno ukoliko je bilo više od 25 ljudi u grupi, postojala su posebna pravila koja su uključivala korištenje slušalica kako se ne bi remetio javni red i mir stanovništva. Kako bi se potaknuo dulji boravak turista u gradu i smanjio broj jednodnevnih turista, Grad definira ponudu koja je cijenovno prilagođena upravo turistima koji produljuju svoj boravak.<sup>92</sup>

---

<sup>88</sup> Nijs, 2017., Peeters et al., 2018, Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, str. 160.

<sup>89</sup> Peeters et al., op.cit., str. 160.

<sup>90</sup> Neuts, Nijkamps, (2012.), Peeters et al., op.cit. str. 160.

<sup>91</sup> Wes, (2012.), Peeters et al., op.cit, str. 160.

<sup>92</sup> Ibidem

Uz sve ove mjere koje imaju za cilj smanjenje negativnih učinaka turizma, dodatno se provode mjere održivosti kroz uvođenje održivog javnog prijevoza, poticanje smanjena broja automobila te podrška korištenju svih oblika održivoga prijevoza.<sup>93</sup>

### **3. UPRAVLJANJA RAZVOJEM TURIZMA U DESTINACIJI – TEORIJSKE ODREDNICE**

#### **3.1. Općenito o upravljanju razvojem turizma u turističkoj destinaciji**

Koncept razvoja turizma definira se kao svojevrsan razvojni okvir unutar kojega se ostvaruje cjelokupan proces razvoja turizma. Unutar takvog razvojnog okvira moguće je postavljati strateške i operativne razvojne ciljeve, odnosno razvijati strategiju i politiku kako bi se isti i ostvarili. Razvoj turizma ponajprije ovisi o društvenim odnosima i ciljevima koji se takvim odnosima ostvaruju, stupnju gospodarskoga razvoja, specifičnosti djelovanja i razvoja tržišta te međunarodnom okružju i trendovima koji se javljaju na svjetskim tržištima turističke potražnje.<sup>94</sup>

Jasno je da na koncept razvoja turizma ne možemo gledati isključivo kao na plan koji je definiran za određeno razdoblje i koji ostvaruju nositelji razvoja u destinaciji, na takav koncept potrebno je gledati kao na određenu kombinaciju ciljeva i različitih uvjeta, koji su promjenjivi i koji kao takvi definiraju mogućnost uspješnog provođenja turističkog razvoja na odgovoran način.<sup>95</sup> Turizam svojim krajnjim djelovanjem može značajno utjecati na razvoj destinacije, turistička destinacija tako predstavlja geografski prostor koji se razlikuje od boravišnog prostora putnika, a u kojoj se provodi turistička aktivnost i konzumiraju turistički proizvodi.

---

<sup>93</sup> Int, P., (2008.), Air quality in the historic city of Bruges, a bright future for hybrid buses, EET-2008, European Ele-Drive Conference, Geneva, str.1.

<sup>94</sup> Dulčić, A., Petrić, L., (2001.), Upravljanje razvojem turizma, Udžbenici Sveučilišta u Splitu, MATE, str.238.

<sup>95</sup> Ibidem

Odnosno, turističku destinaciju definiramo kao mjesto ili lokaciju turističke potrošnje. Turističku destinaciju određuje karakter mobilnosti samih turista, te može postojati na različitim razinama od nacionalne, regionalne pa sve do subregionalne.<sup>96</sup> Turistička destinacija je sustav koji sadržava raznovrsne elemente uvjetovane željama i potrebama turista koji traže integralnu kvalitetu, odnosno raznovrsnu ponudu.<sup>97</sup> Zbog prethodno navedenog na turističku destinaciju gledamo kao na fleksibilan, dinamičan prostor, čije granice određuje turističko tržište potražnje, a ne isključivo administrativni položaj i granice. Takvo definiranje destinacije s druge strane otežava konačan proces njenog upravljanja i planiranja budući da zahtijeva usklađivanje brojnih elemenata koji formiraju turistički sustav, a time jasno djeluju na različitim razinama zbog čega njima i upravljaju različiti stupnjevi nadležnosti na području destinacije.<sup>98</sup>

Sveprisutniji proces globalizacije koji je na velika vrata ušao i u sferu turizma i turističkog privređivanja karakterizira njegova iznimna dinamika te novi trendovi koji se javljaju na tržištu. Takva dinamika uzrokuje potrebu za stalnim promjenama i prilagodbama u svim sferama rada i djelovanja.<sup>99</sup> Time je jasno da ukoliko za cilj imamo održiv turistički razvoj destinacije potrebno je konstantno planiranje i proučavanje kako bi se prilagodili novonastalim promjenama koje će omogućiti kvalitetan rast i razvoj. Konkretno na primjeru grada Splita vidljiv je nedostatak strateškog promišljanja i razvoja turizma, a kao rezultat toga danas je se gradovi susreću sa problemom iseljavanja mladog stanovništva, gentifikacijom i komodifikacijom kulture i povijesti. Odgovorno planiranje i upravljanje destinacijom podrazumijeva da onaj koji njome upravlja treba voditi računa o različitim kombinacijama upotrebe i alokacije ograničenih resursa kako bi se ciljevi u konačnici i ispunili.<sup>100</sup> Destinacijom se može upravljati putem organizacije koja bi trebala udružiti turističku zajednicu, agencije, hotele, restorane, iznajmljivače soba, obrtnike te sve druge subjekte koji se bave turističkom djelatnošću na području promatrane turističke destinacije.<sup>101</sup> U današnjem svijetu kada se potrebe konstantno mijenjaju nije dovoljno njima samo ugoditi kada nastanu, potrebno je biti ispred njih, predvidjeti ih, te na taj način ostavariti konkurentnost vlastite destinacije u odnosu na druge. Temeljna funkcija upravljanja zasniva se ponajprije na njezinim konkurentnim prednostima na turističkom tržištu gdje se susreće veliki broj subjekata turističke ponude i potražnje.<sup>102</sup> Upravljati destinacijom podrazumijeva uspostavljanje sustava za povezivanje

---

<sup>96</sup> Bartoluci, M., (2013.), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Udžbenici Sveučilišta u Zagrebu, Školska knjiga, str. 158.

<sup>97</sup> Ibidem

<sup>98</sup> Dulčić, A., Petrić, L., (2001.),op.cit., str. 119.

<sup>99</sup> Institut za turizam,(2011.), Izazovi upravljanja turizmom, Zagreb, str.1.

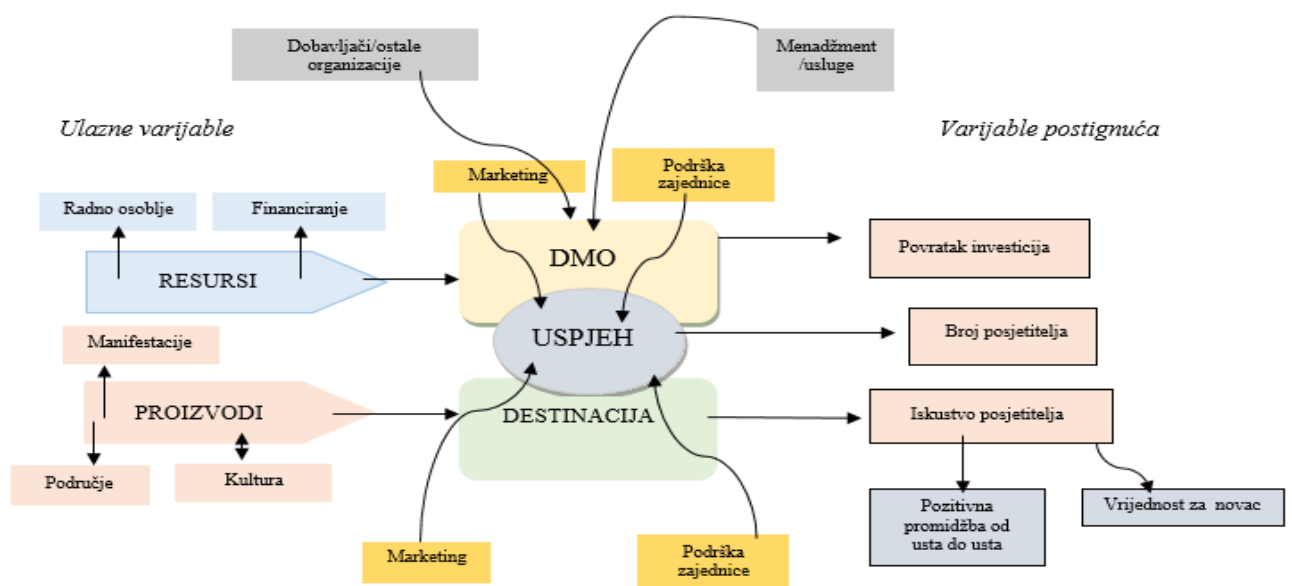
<sup>100</sup> Dulčić, A., Petrić, L., (2001.),op.cit., str.

<sup>101</sup> Bartoluci, M., (2013.),op.cit., str. 163.

<sup>102</sup> Ibidem, str. 164.

interesnih skupina u destinaciji i njihovo poticanje na sudjelovanje u upravljanju, čime se odnosi na dugoročan proces kojim se nastoje ostvariti koristi za sve interesne skupine.<sup>103</sup> Ponekad je teško pomiriti sve interese različitih skupina, ti interesi mogu biti isti, slični ili potpuno različiti. Postoje situacije kada interesi dionika u destinaciji nisu jednaki ali niti približno slični, konačno, to rezultira situacijom da se nije jednostavno dogovoriti o nastavku razvoja, zbog čega kao rezultat mogu nastati velika neslaganja i sukobi različitih dionika.

Turističkom destinacijom na lokalnoj razini može upravljati Destinacijska menadžment organizacija ili skraćeno DMO. Destinacijska menadžment organizacija predstavlja skupinu interesno povezanih subjekata čiju strukturu čine predstavnici svih poslovnih subjekata kao nositelji turističke ponude destinacije čija je glavna uloga koordinacija rada različitih subjekata sa ciljem osmišljavanja i realizacije turističkoga proizvoda te radi postizanja konkurentnosti i održivosti najboljih ekonomskih učinaka na turističkome tržištu.<sup>104</sup>



## Slika 2: Odrednice za uspješno funkcioniranje DMO-a

Izvor: Vlastita izrada prema: Bartoluci, M., (2013.), Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Udžbenici Sveučilišta u Zagrebu, Školska knjiga, str. 165.

<sup>103</sup> Institut za turizam, (2011.), op.cit. str.16.

<sup>104</sup> Bartoluci, M., (2013.), op.cit., str.165-166.

U upravljanju destinacijom važno je prepoznati posebnosti koje ona posjeduje te ih iskoristiti u oblikovanju jedinstvenog i prepoznatljivog proizvoda. Da bi to bilo moguće potrebno je osmisliti, organizirati i provesti određene marketinške aktivnosti kao što su :<sup>105</sup>

- Identifikacija potencijalne turističke destinacije
- Oblikovanje ponude
- Istraživanje potencijalnih korisnika
- Promocija među ciljanim skupinama
- Prodaja
- Realizacija turističkoga proizvoda i ocjena njegove kvalitete.

### **3.2.Svrha i ciljevi sustavnog upravljanja razvojem turizma u destinaciji**

Sustavno upravljanje razvojem turizma u destinaciji ima za cilj stvoriti prikladno okruženje koje će omogućiti kvalitetan i dugoročan razvoj destinacije. Turizam kao gospodarska grana ima značajnu ulogu u postizanju dugoročnog, bilo društvenog ili ekonomskog napredka.

Razvojni ciljevi promatraju se kao stanja koja želimo u budućnosti dostići, koji su rezultat sustavnog pristupa i planiranja. Ti isti ciljevi odražavaju stanja koja su najčešće djelomično ili potpuno različita od sadašnjega stanja u kojem se destinacija nalazi, ali važno je da se ne mogu ostvariti niti realizirati sama od sebe već se mogu postići isključivo kvalitetnim planskim pristupom, promišljanjem i pravovremenim djelovanjem u određenom razdoblju za koji su i definirani.<sup>106</sup> Ciljevi uvijek trebaju biti realni i koristiti resurse koje imaju na raspolaganju, pri tome vodeći računa o načinu njihove alokacije koji neće ugroziti opstanak istih u budućnosti. U suvremenim gospodarstvima i destinacijama gotovo pa da i nema područja čiji ciljevi razvoja ne dodiruju barem djelomično razvoj turizma. Zbog toga postoje različite klasifikacije razvojnih ciljeva koje se žele postići razvojem turizma, a utječu na cjelokupan društveni i ekonomski razvoj destinacije. Starateški ciljevi turističkoga razvoja mogu se klasificirati kao:<sup>107</sup>

- Ekonomski ciljevi

---

<sup>105</sup> Bartoluci, M., (2013.), op.cit., str. 230-231.

<sup>106</sup> Dulčić, A., Petrić, L., (2001.),op.cit., str.247.

<sup>107</sup> Dulčić, A., Petrić, L., (2001.),op.cit., str.257.

- Sociokulturni ciljevi
- Ciljevi vezani za prirodne i društvene resurse
- Tržišni ciljevi
- Ciljevi vezani uz razvoj ljudskih resursa
- Vladini ciljevi

Destinacije su iznimno složeni sustavi kojima je teško upravljati, prije svega zbog činjenice da predstavljaju skup odnosa između različitih dionika, bilo da se radi o lokalnoj zajednici ili s druge strane dionicima koji stvaraju njenu ponudu oblikujući prepoznatljive proizvode. Upravo postojanje i djelovanje tolikog broja različitih dionika rezultira čestim sukobima nastalima zbog neslaganja oko načina oblikovanja i korištenja resursa. Zbog spomenutog, potrebno je definirati strategiju koja uzima u obzir želje i potrebe dionika u turizmu, poslovnih subjekata, investitora, turista, turoperatora, javnog sektora te svih drugih dionika koji sačinjavaju ponudu destinacije.<sup>108</sup>

Jasno je da je marketing turističke destinacije glavni faktor u realizaciji strateških ciljeva te treba djelovati kao glavni instrument optimizacije i realizacije prethodno spomenutih ciljeva, ali jednako tako treba voditi računa o kvalitetnom i odgovornom turističkom razvoju koji će uzeti u obzir resurse koji se upotrebljavaju kao i želje i potrebe dionika turističke destinacije u kojoj se turizam razvija. Iz svega opisanoga ispoljavaju se ključni strateški ciljevi marketinga turističke destinacije :<sup>109</sup>

1. Priskrbiti dugoročan napredak lokalnom stanovništvu konkretne destinacije
2. Privući posjetitelje i maksimizirati njihov stupanj zadovoljstva
3. Maksimizirati profitabilnost poslovanja lokalnih poduzetnika i uz to maksimizirati multiplikativne učinke u destinaciji
4. Osigurati realizaciju optimalnih turističkih učinaka vodeći pri tome računa o osiguranju održive ravnoteže između ekonomskih koristi te društveno-kulturnih i okolišnih učinaka na području destinacije.

Koristi koje destinacija može ostvariti strateškim pristupom i planiranjem na prethodno spomenuti način su mnogobrojni, a kao najznačajniji ističu se bolje razumijevanje želja i potreba turista i drugih dionika u turizmu, bolja konkurentna pozicija u odnosu na slične destinacije, povećanje fleksibilnosti novonastalim situacijama u okruženju, postizanje

---

<sup>108</sup> Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 1, p. 97-116., London, str. 97.

<sup>109</sup> Ibidem

prepoznatljivoga imidža te veća usmjerenost stvaranju održivog razvoja kao i veća posvećenost uočavanju direktnih i indirektnih učinaka razvoja turizma.<sup>110</sup>

Upravljanje turističkom destinacijom dugoročan je proces koji bi trebao osigurati kokurentnost destinacije, ali i dostizanje visoke razine standarda življenja njenoga stanovništva, te voditi računa o očuvanju kulturnog identiteta cijele turističke destinacije.<sup>111</sup>

## **4. ANALIZA RAZVOJA TURIZMA U GRADU SPLITU**

### **4.1. Prostorni, demografski i gospodarski aspekti Grada Splita**

Grad Split smješten je na splitskom poluotoku, pred kojim se prostiru otoci Brač, Hvar, Vis i Šolta, a u zaleđu poluotok je okružen planinama Mosor i Kozjak. Split karakteriziraju povoljne klimatske osobine, kvalitetno i plodno poljoprivredno zemljište te klima mediteranskoga tipa. Površina kopnenoga dijela Grada Splita je 79,83 km<sup>2</sup> dok je površina morskog dijela 149,46 km<sup>2</sup>.<sup>112</sup>

#### **4.1.1. Opći podaci o ustroju i stanovništvu grada Splita**

Antičko naselje Asphalatos, latinski Spalatium, u prošlosti je bilo malo ilirsko naselje ribara i pomoraca koje zbog velike važnosti tadašnje Salone nije imalo mogućnosti za snažniji i ekspanzivniji gospodarski rast. S druge strane, neposredna blizina Salone, geografski položaj podno Marjana, strateški siguran položaj i klimatski povoljne prilike davale su položaju budućega grada Splita mnoge prednosti.<sup>113</sup> Sigurno su to bili jedni od razloga zbog kojih je car Dioklecijan oko 295.godine naredio gradnju Palače u tadašnjem naselju Asphalatos, izgrađenom između 4. i 3. st.pr. Kr.<sup>114</sup> Od trenutka izgradnje Palače kontinuitet života u njoj nije se gasio. Dok je u Palači konstantno rastao broj stanovnika koji su živjeli na miran i ugodan

---

<sup>110</sup> Pavlović Križman, D., Živolić, S., (2008.), Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u Republici Hrvatskoj, Ekonomska istraživanja, Vol 21, No. 2(99-113), str.103.

<sup>111</sup> Bartoluci, M., (2013.), op.cit., str. 164.

<sup>112</sup> Turistička zajednica grada Splita(2017.), Strateški marketinški plan destinacije Split 2017-2022, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, str.8.

<sup>113</sup> [http://www.exlibris.hr/Prijatelj\\_Spomenici\\_Splita-Kroz\\_proslost\\_Splita.pdf](http://www.exlibris.hr/Prijatelj_Spomenici_Splita-Kroz_proslost_Splita.pdf) (pristupljeno 01.06.2020.)

<sup>114</sup> <https://www.split.hr/o-splitu/povijest-grada> (pristupljeno 01.06.2020.)



način, s druge se strane Salona u to vrijeme nalazila u središtu krvavih borbi. U konačnici, pod udarcima Avara, Salona pada 615.godine. Sam čin pada Salone natjerao je stanovništvo tog palog grada na bijeg i iseljavanje. Kada se situacija smirila i nije više postojao strah od ponovnih napada, stanovništvo se počelo vraćati i naseljavati u zidine Palače koja je u tom trenutku bila najsigurnija, iako je i dalje postojao opravdani strah da bi se sudbina opet mogla ponoviti i da će njihovi životi biti ugroženi. Sam trenutak naseljavanja unutar zidina Palače smatra se prvim trenutkom rađanja grada Splita, iako se u tom trenutku radilo o uskom području isključivo Palače, kako je strah minjavao i bivao sve manji tako se i stanovništvo povećavalo i doseljavalo te se posljedično tome javlja i potreba širenja u druge, vanjske dijelove Palače, čime nastaju nova, dotad nenaseljena područja.<sup>115</sup>

Split je drugi najveći grad u Republici Hrvatskoj, a po svojoj važnosti on je središte čitavog Južnog hrvatskog primorja, budući da veliki broj ekonomskih aktivnosti gravitira upravo gradu Splitu. Split se kroz povijest svoga nastanka nije razvijao samostalno već kao jedna jedinstvena urbana cjelina sa gradovima u svojoj bližjoj okolini. Teritorijalno i administrativno Split obuhvaća 8 naselja, od kojih je po svojoj veličini i broju stanovnika najveće gradsko naselje Split.<sup>116</sup>

**Tablica 1: Naziv i površina naselja koja teritorijalno i administrativno pripadaju Gradu Splitu.**

Naselja	Površina (ha)
Donje Sitno	1891
Gornje Sitno	
Kamen	280
Slatine	1051
Split	2212
Srinjine	1153
Stobreč	204
Žrnovnica	1147

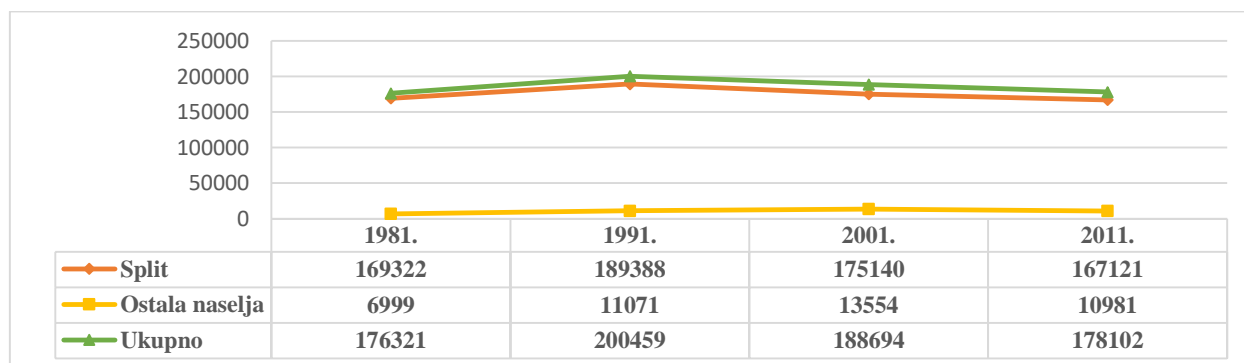
Izvor: Turistička zajednica grada Splita(2017.), Strateški marketinški plan destinacije Split 2017-2022, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, str.8.

<sup>115</sup> [http://www.exlibris.hr/Prijatelj\\_Spomenici\\_Splita-Kroz\\_proslost\\_Splita.pdf](http://www.exlibris.hr/Prijatelj_Spomenici_Splita-Kroz_proslost_Splita.pdf) (pristupljeno 01.06.2020.)

<sup>116</sup> Grad Split (2016.), Strategija razvoja urbane aglomeracije Split, str.5., dostupno na : [https://www.split.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&Command=Core\\_Download&EntryId=5728&PortalId=0](https://www.split.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&Command=Core_Download&EntryId=5728&PortalId=0)

Prostornim planom uređenja Splita, prostor Grada podijeljen je na gradsko urbano područje Splita, odnosno uže gradsko i prigradsko naselje Split, zatim Stobreč, veći dio naselja Kamen i manji dio naselja Žrnovnice, te područje ostalih gradskih naselja koja uključuju redom Srinjine, Slatine, Sitno Gornje, Sitno Donje i manji dio naselja Kamen.<sup>117</sup>

Godine 1857. proveden je prvi opći popis stanovništva koji se također smatra i prvim suvremenim popisom stanovništva.<sup>118</sup> Praćenje i izučavanje demografskih procesa na području Grada Splita nisu jednostavni budući da njegov demografski razvoj ne ovisi samo o funkcijama Grada već i funkcijama širih gradskih područja koja mu gravitiraju i pripadaju. Na širem urbanom području grada 60-ih godina započeli su procesi industrijalizacije i deagrarijacije što je u konačnici rezultiralo sve učestalijim i bržim naseljavanjem gradskog područja radnom snagom i stanovništvom iz zaleđa i otoka.<sup>119</sup> U poslijeratnom razdoblju Split razvija privredne i neprivredne funkcije te učvršćuje ulogu regionalnog središta Dalmacije. Izgrađena je Unska pruga, novo brodogradilište, osnivaju se industrijske i građevinske tvrtke, razvija se turizam i trgovina. Gospodarski razvoj grada potaknuo je dodatno i još intenzivnije doseljavanje stanovništva s otoka i iz Zagore u potrazi za poslom i boljim standardom življenja.<sup>120</sup> Podaci iz posljednjeg popisa stanovništva pokazuju kako na području grada Splita obitava 178.102 stanovnika što je u odnosu na prethodni popis iz 2001. godine pad od 10.592 stanovnika, odnosno 5,61%.



### Grafikon 1: Usporedba kretanja broja stanovnika prema cjelinama

Izvor: Vlastita izrada prema podacima DZS, popis stanovništva 1981., 1991., 2001., i 2011. godina

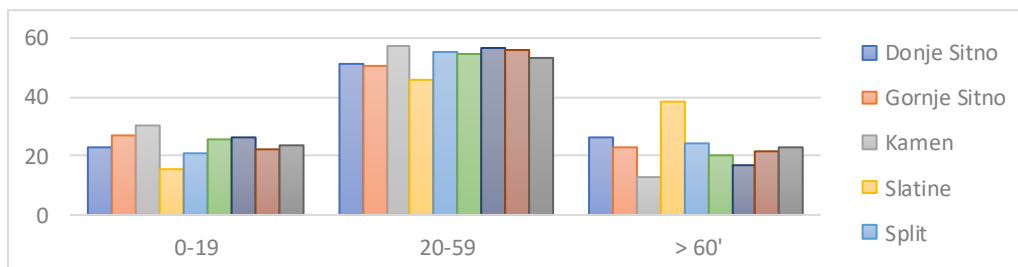
<sup>117</sup> Grad Split (2010.), Prostorni plan uređenja Grada Splita, str. 2., dostupno na : [https://www.split.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&Command=Core\\_Download&EntryId=3130&PortalId=0](https://www.split.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/API/Entries/Download?language=hr-HR&Command=Core_Download&EntryId=3130&PortalId=0)

<sup>118</sup> Klempić Bogadi, S., (2004.), Utjecaj imigracije na strukture stanovništva Splita, UDK; 314.742;314.93, Institut za migracije i narodnost, Zagreb, str. 80.

<sup>119</sup> Grad Split (2010.), op.cit. str. 15.

<sup>120</sup> Klempić Bogadi, S., (2004.), op.cit., str.83.

Prema podacima navedenima u prethodnoj tablici i prikazanima na grafikonu možemo vidjeti kako je u strukturi stanovništva grada Splita najzastupljenije upravo stanovništvo koje živi u užem području Grada.



### Grafikon 2: Stanovništvo naselja Splita prema dobnoj strukturi.

Izvor: Vlastita izrada prema podacima DZS, popis stanovništva iz 2011. godine.

Promjene u dobnoj strukturi ukazuju na brojnost starije populacije u odnosu na mlađu populaciju, dok primjerice s druge strane udio stanovništva mlađeg od 25 godina bilježi pad na razini svih naselja koja pripadaju gradu Splitu. Također, može se uočiti i da je porastao broj stanovništva starijega od 60 godina u ukupnoj strukturi stanovništva u svim naseljima osim na području naselja Kamen.

#### 4.1.2. Gospodarstvo grada Splita

Gospodarstvo oduvijek predstavlja pokretačku snagu svake destinacije, pa tako i Splita, te ostalih naselja koja mu administrativno pripadaju.<sup>121</sup>

Gospodarski rast na području Splita usmjeren je stvaranju novih procesa kao što su tercijarizacija i proizvodnja zasnovana na visokim tehnologijama koje iziskuju više znanja, a istovremeno zauzimaju manje prostora, brže su, efikasnije i zahtijevaju manje radne snage. U urbanoj strukturi samoga grada naglašava se važnost ali istovremeno i potreba kvalitetnog i promišljenog formiranja novih poslovnih, ugostiteljsko-turističkih, rekreacijskih, prometnih i drugih žarišta koji će predstavljati žarišnu točku, odnosno funkciju preobrazbe dotadašnjeg gospodarstva. Od strateške je važnosti za budući razvoj grada sam razvoj i planiranje turizma i njemu pratećih djelatnosti, ali uz to je ključno i neizostavno uvažiti stavove imišljenje stanovništva o budućem turističkom razvoju, ali podjednako važno je uključiti u isto i stavove nositelja turističkoga razvoja neke destinacije.<sup>122</sup> U Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2018.

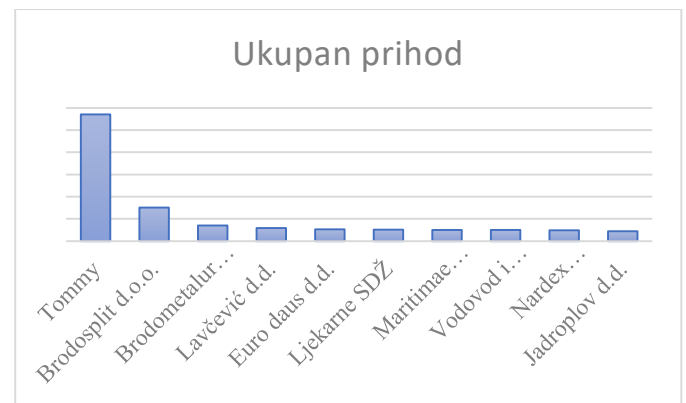
<sup>121</sup> Grad Split (2016.), op.cit., str.58.

<sup>122</sup> Grad Split (2010.), op.cit., str. 83

godini sjedište je imalo 14.518 poduzetnika, s 78.358 zaposlenih. Među gradovima i općinama koje administrativno pripadaju Splitsko-dalmatinskoj županiji prema kriteriju broja poduzetnika i zaposlenih, ukupnim prihodima, dobiti razdoblja i neto dobiti ističu se poduzetnici sa sjedištem u Splitu.<sup>123</sup> U 2018.godini na području grada Splita poslovalo je 7 506 poduzetnika koji su činili udio od 5,7% u ukupnom broju poduzetnika Republike Hrvatske, te čak 51,7% u ukupnom broju poslovnih subjekata Splitsko-dalmatinske županije.<sup>124</sup> U odnosu na broj poduzetnika koji je zabilježen u 2014. godini jasno je kako se radi o porastu od 1 079 poslovnih subjekata na području Splita i pripadajućih naselja.<sup>125</sup>



**Grafikon 3: Poduzetnici prema broju zaposlenih u 2018. godini na području grada Splita.**



**Grafikon 4: Poduzetnici prema ukupnim prihodima u 2018. godini na području grada Splita**

Izvor: Vlatita izrada prema izvješću „Rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u Splitu“ za 2018.godinu, FINA, dostupno na : <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-sa-sjedistem-u-splitu-u-2018.-godini>

Očekivano, najveći prihod je zabilježen u kategoriji velikih poduzeća, konkretno poduzeća Tommy. Promatrano po djelatnostima to su trgovina na veliko i malo, građevinarstvo i prerađivačka industrija. Prosječna mjesečna neto plaća zaposlenih kod poduzetnika sa sjedištem u Splitu u 2018. godini iznosila je 4.988 kuna što je 10,7% manje od prosjeka na razini svih poduzetnika Hrvatske.<sup>126</sup>

<sup>123</sup> FINA, Rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u Splitu za 2018.godinu, dostupno na : <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-sa-sjedistem-u-splitu-u-2018.-godini>

<sup>124</sup> Ibidem

<sup>125</sup> Turistička zajednica grada Splita(2017.),str.10.

<sup>126</sup> FINA, Rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u Splitu za 2018.godinu,op.cit.

## 4.2. Resursna i atrakcijska osnova

Turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu valorizirati. Dio su cjeline nekoga prostora i predstavljaju komparativnu prednost destinacije. Turistički resursi trebaju imati visoki stupanj privlačnosti kako bi bili zanimljivi i svojim obilježjima privukli segmente potrošača kojima udovoljavaju svojim postojećim karakteristikama. Cjelokupna turistička ponuda neke zemlje trebala bi se temeljiti na atraktivnim svojstvima kojima ona raspolaže, a to uključuje prije svega detaljno poznavanje svih dostupnih resursa te destinacije.<sup>127</sup>

Prostor grada Splita ima iznimno povoljne klimatske osobine, jadranski tip mediteranske klime prema Koppenovoj klasifikaciji, relativno velika količina plodnog i obradivog poljoprivrednog zemljišta te pošumljene padine priobalnih planina i vodom bogate rijeke Jadro i Žrnovnica.<sup>128</sup> Posebne prirodne vrijednosti po kojima se Split prepoznaje i razlikuje su prije svega Marjan, planinski masiv Mosora i Peruna kao i sam otok Čiovo.<sup>129</sup> Poluotok Marjan sa Sustjepanom upisan je u Registar zaštićenih objekata prirode 1964. godine kao rezervat prirodnog podrijetla, a od 2014. godine Marjan ima status zaštićenog nepokretnog kulturnog dobra.<sup>130</sup>

Grad Split ima izuzetno atraktivan položaj na Jadranskoj obali, a kada tome pribrojimo i duljinu obale koju posjeduje možemo reći kako je njegov položaj značajan u mnogo sfera, kako za razvoj gospodarstva, pa tako i za sport, rekreaciju i odmor. Split ima oko 50 km razvijene obale, a uključujući i obalu koja se nalazi na dijelu otoka Čiovo, govorimo o duljini obale koja iznosi oko 66 km. Sve ove prethodno spomenute karakteristike prirodnih resursa Grada ukazuju na značajan i snažan potencijal koji Split ima u pogledu razvoja turizma.<sup>131</sup> Turisti danas sve više traže bijeg od svakodnevnog života, poslovnih obaveza i sličnih aktivnosti zbog čega kao svoje ciljno odredište često afirmiraju upravo prirodna područja i resurse. Na temelju te konstatacije vidimo kako grad Split ima mogućnost razvoja turizma na kvalitetnim i održivim načelima vodeći pri tome računa o budućim generacijama. Naglim razvojem grada posebice od početka šezdesetih godina dolazi do ugroze kvalitete i kakvoće prethodno spomenutih resursa usljed naglog i snažnog opterećenja i onečišćenja. Također, valja spomenuti i plaže kao iznimno

---

<sup>127</sup> Čermelić, M., Rajković, M. (2007.), Mogućnost revitalizacije tradicijske baštine na području krivog puta u senjskom zaleđu, Stud. ethnol. Croat., vol. 19, str. 250

<sup>128</sup> Turistička zajednica grada Splita, (2017.), op.cit., str. 31.

<sup>129</sup> Grad Split (2010.), Prostorni plan uređenja Grada Splita, op.cit. str. 11.

<sup>130</sup> Turistička zajednica grada Splita, (2017.), op.cit. str. 31.

<sup>131</sup> Grad Split (2010.), op.cit. str. 14.

značajan i atraktivan resurs kojim grad raspolaže, pri čemu su najpoznatije Bačvice, Firule, Ovčice, Poljud, Bene, Kašjuni, Zvončac te plaže na otoku Čiovu.<sup>132</sup>

#### 4.2.1. Materijalna baština grada Splita

Materijalna baština predstavlja veliki značaj u definiranju osnovnih obilježja grada ali i vrijednost za sam grad. Kako za njegovu lokalnu zajednicu i definiciju njihova identiteta pa tako i kao značajan privlačni faktor za turiste. Na temelju bogate resursne osnove gradi se kvalitetno interpretiran proizvod kulturnog i urbanog turizma. Uvidom u Registar na području grada Splita nalazi se veliki broj materijalnih kulturnih dobara koji se mogu podijeliti na pokretna i nepokretna dobra, od koji su neki navedeni u nastavku.

##### *Nepokretna baština*

Pod pojmom nepokretne baštine podrazumijevamo i uključujemo svu graditeljsku baštinu od pojedinačne građevine prema cjelini.<sup>133</sup>

#### **Urbane cjeline-** Stara gradska jezgra s Dioklecijanovom palačom

Dioklecijanova palača izgrađena je na prijelazu iz 3. u 4. st. i jedna je od najbolje sačuvanih građevine u svijetu koje pripadaju u kategoriju urbanih cjelina., kako po očuvanosti pojedinih izvornih dijelova i cjeline, te po nizu originalnih arhitektonskih formi koje stoje na prijelazu između antičke i srednjovjekovne umjetnosti, među najznačajnijim je djelima kasnoantičke arhitekture uopće. U srednjem vijeku unutar Palače i zapadno od nje razvija se grad Split.<sup>134</sup> Godine 1979. povijesna jezgra Splita s Dioklecijanovom palačom upisana je na Listu svjetske baštine UNESCO-a, te je među najranijim spomeničkim cjelinama koje su stekle status baštine od svjetske važnosti.<sup>135</sup>

#### **Povijesne gradske četvrti, trgovi i ambijenti-** Trgovi (Pjaca, Prokurative, Voćni Trg), Varoši, Riva, Zapadna obala, Ribarnica i Pazar

Ova područja su od iznimnog značaja za sve sve gradove, pa tako i za sam grad Split. U ovim djelovima grada možemo vidjeti najveći broj turista posjetitelja koji traže nova iskustva, a

<sup>132</sup> Ibidem

<sup>133</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27>

<sup>134</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=408957949>

<sup>135</sup> Bulimbašić, S., (2008.), U službi baštine, Kvartal V-4-2008, str.22.

upravo su ovo mjesta koja su okarakterizirana tradicijom, izvornošću, načinom života koji je karakterističan za stanovnike Splita.

**Sakralne građevine i kompleksi-** Katedrala uznesenja BD Marije odnosno Sv.Duje, Crkva i samostan Sv.Frane, samostan Sv. Ante na Poljudu i dr.

Tradicija i vjerski život imaju značajnu ulogu u životu stanovnika Splita. Srednjovjekovni grad Split podiže i posvećuje monumentalni zvonik svome zaštitniku Sv. Duji kao znak najvećeg poštovanja. Iako je Splitska stolna crkva zapravo posvećena Bogorodici Mariji, u narodu ona se oduvijek nazivala crkvom Sv. Duje.<sup>136</sup>

**Fortifikacije-** Tvrđava Gripe, ostaci baroknih bedema grada Splita, ostaci srednjovjekovne tvrđave Kamen, 3 bastiona (Priuli, Cornaro, Contarini)

Fortifikacija koja se svojim značajem najviše izdvaja je barokna utvrda Gripe na istoimenom brežuljku istočno od grada podignuta je 1656-1660. kako bi pred turskom opasnošću obranio Split koji tada još nije bio utvrđen suvremenim zidinama. Primjer je izdvojene utvrde zvjezdolikoga tlocrta s četiri poligonalna bastiona od kojih je sjeverozapadni ostao nedovršen, a na njegovu je mjestu podignut glavni ulaz u tvrđavu. Unutar utvrde je i crkva sv. Antuna Padovanskog iz 1682. godine.<sup>137</sup>

**Kulturno-povijesna cjelina-** Dioklecijanov vodovod, Kulturno-povijesna cjelina Splita, Poluotok Sustjepan s Crkvom Sv. Stjepana, Kulturno-povijesna cjelina priobalnog pojasa gradskog predjela Meje i Kulturno-povijesna cjelina priobalnog pojasa gradskog predjela Bačvice.

Unutar zaštićene cjeline Splita izdvajaju se zasebne cjeline: Dioklecijanova palača sa srednjovjekovnom jezgrom, te nekadašnja pučka predgrađa Veli Varoš, Dobri, Manuš i Lučac koji se rušenjem baroknih zidina pripajaju jezgri. Između dva svjetska rata, Split se kao najvažniji grad na istočnoj jadranskoj obali ubrzano izgrađuje prema regulacijskom planu iz 1923.<sup>138</sup> Položaj koji ima čini Sustjepan jedan od najatraktivnijih lokaliteta posjetitelja, kako stranih pa tako i mahom lokalne zajednice. Predstavlja cjelinu istaknutih ambijentalnih, kulturno-povijesnih i memorijalnih vrijednosti s ostacima gradskog groblja i benediktinskog samostana i crkve sv. Stjepana po kojoj je dobio ime.<sup>139</sup>

<sup>136</sup> Vojnović, B., (1992.), Sveti Duje- Zaštitnik Splita, Etnol. trib. 15, 1992., str 175-183, Etnografski muzej, Split, str. 177.

<sup>137</sup> <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdlid=408954968>

<sup>138</sup> Ibidem

<sup>139</sup> Ibidem

## ***Pokretna baština***

Pokretna kulturna baština obuhvaća prirodoslovnu i arheološku građu, djela likovnih i primijenjenih umjetnosti, arhivsku građu i dokumente, pisma i rukopise, stare i rijetke knjige, novac, oružje, filmove, kazališne rekvizite, kostime, odjeću, namještaj, glazbene instrumente, etnografske i druge uporabne predmete.<sup>140</sup>

**Muzeji i galerije-** Muzej grada Splita, Etnografski muzej, Hrvatski pomorski muzej, Arheološki muzej, Galerija umjetnina, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika, Muzej Ivana Meštrovića, Prirodoslovni muzej i Zoološki vrt, Zbirka muzeja narodne revolucije.

Ovakav oblik baštine iznimno je važan za oblikovanje identiteta grada ili destinacije i prikazivanje slavne prošlosti u današnjem razdoblju. Muzeji su izuzetan resurs za posjetitelje koji žele upoznati destinaciju u kojoj se nalaze, njenu prošlost, način života stanovništva i ponijeti jedan dio kulture sa sobom kao najbolju uspomenu i suvenir. U Splitu najveće značenje kada su muzeji u pitanju ima zasigurno Muzej grada Splita, koji svojoj jedinstvenom postavom i izlošcima prikazuje sve najbolje što grad Split ima danas i imao je nekada u prošlosti. Potencijalno, u nedostatku turističke ponude na muzeje i galerije možemo gledati kao na svojevrsnu nadopunu, no problem se manifestira iz činjenice da ih karakteriziraju zastarjeli postavi, malen broj osoblja slabo podučenog za interakciju s posjetiteljima koji su tu iz razonode te iznimna usmjerenost na znanstveno-stručnu djelatnost radije nego na tržište. A uz prethodno navedeno, kao dodatan problem ispoljava se i neprilagođeno radno vrijeme potrebama koje nastaju snažnim razvojem turizma u Splitu.<sup>141</sup>

### 4.2.2. Nematerijalna baština

Termin „nematerijalna kulturna baština“ prvi je put službeno korišten 1982. godine, a jasnije definiran tek 2003. godine u Konvenciji za očuvanje nematerijalne kulturne baštine, čiji je cilj zaštititi nematerijalnu kulturnu baštinu, osigurati poštivanje baštine zajednice, skupina i pojedinaca. Na lokalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini podići svijest o važnosti nematerijalne baštine te u konačnici osigurati međunarodnu suradnju i pomoć.<sup>142</sup>

<sup>140</sup> Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2011), Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.-2015. str.17.

<sup>141</sup> Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009): Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, Zagreb, str. 26-27

<sup>142</sup> Hrovatin, M., (2013.), Procesi očuvanja i propisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, Ministarstvo kulture RH, str. 125.



Nematerijalna baština manifestira se kao živuća baština nekog područja, obuhvaća:<sup>143</sup>

1. Usmene tradicije i izričaje
2. Izvedbene umjetnosti
3. Društvene prakse, obrede i svetkovine
4. Znanja i prakse vezane za prirodu
5. Tradicijske obrte

Nematerijalna baština je živuća baština zajednice, prenosi se sa koljena na koljeno kroz dugi vremenski period. Nematerijalna baština je žila kucavica neke zajednice, a zajednica s druge strane stvara odgovor na svoje okruženje u interakciji sa prirodom i poviješću čime omogućuje osjećaj zajedništva, pripadnosti i osigurava kontinuitet življenja i poštivanja ljudske raznolikosti.<sup>144</sup>

U najznačajniji i neprepoznatljivije elemente nematerijalne baštine grada Splita uvrštavamo:

### ***Suvremenu kulturnu produkciju***

Grad Split iznimno je značajno središte kulturne i suvremene produkcije sa nekoliko iznimno značajnih i prepoznatljivih institucija koje svojim radom realiziraju i stvaraju mogućnost za očuvanje različitih praksa, vještina i znanja za buduće generacije koje će uslijediti. Jedna od iznimno značajnih institucija je Splitsko narodno kazalište u čijoj je organizaciji Splitsko ljeto te jednim dijelom Marulićevi dani. Potom značajna institucija je i Gradsko kazalište lutaka, Multimedijalni kulturni centar koji vodi računa o širokom opusu projekata suvremenog značaja, kako u domeni filma pa tako i arhitekture te suvremenog dizajna. O likovnom stvaralaštvu grada brine Hrvatska udruga likovnih umjetnika koja organizira niz manifestacija, od Splitskog salona i Art ljeta pa sve do Biennola suvremene grafike i malog formata. Za koncertno stvaralaštvo zadužen je Splitski komorni orkestar.<sup>145</sup>

### ***Manifestacije***

Događaji postoje otkad postoje i ljudi koji su se okupljali sa ciljem zadovoljenja različitih potreba te kako bi obilježili važne događaje i ključne trenutke kako javnog pa tako i privatnog života.<sup>146</sup> Događaji kao proizvodi važan su faktor svake destinacije. Za neke su manifestacije

---

<sup>143</sup> Leimgruber, W., (2013.): Proizvodnja baštine; Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, str. 124.

<sup>144</sup> Ibidem

<sup>145</sup> Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009)

<sup>146</sup> Vrtiprah, V., (2017.), Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika, Ekonomska misao i praksa dbk, br.1.(267-284), str.268.

primarni razlog zbog kojeg se odlučuju na putovanje u tu destinaciju, dok su za druge one samo dodatni sadržaj kada se već nalaze u destinaciji. Svi ti događaji važan su motiv putovanja turista koji žele upoznati navike, tradiciju i običaje lokalne zajednice.<sup>147</sup>

Kulturne i umjetničke manifestacije	Splitsko ljeto, Marulićevi dani, Knjiga Mediterana, Split-film festival, Pričigin, Festival mediteranskoga filma, Cro-patria, Kulturno-umjetničke igre mladih i dr.
-------------------------------------	---

---

S obzirom na bogatstvo resursa koje Split posjeduje očekivano je da će i broj manifestacija također biti velik. Kulturne i umjetničke manifestacije slave i veličaju kulturu, običaje i tradiciju kraja i lokalne zajednice, njihov duh i način življenja. Neke manifestacije poput Splitskog ljeta imaju dugu tradiciju održavanja, druge su pak novije ali nesumnjivo značajne za kulturu Splita.

Zabavne manifestacije	Ultra Festival, Split Beach festival, San Sustipanske noći, Split Blues festival i dr.
-----------------------	--

---

Zabavne manifestacije su važan faktor u kreiranju prepoznatljive ponude i imidža grada Splita. Promotivni aspekt zajedno sa značajno visokom potrošnjom posjetitelja ima izniman učinak na Split i njegovu važnost u svijetu kao destinacije. Grad se zahvaljujući Ultra Festivalu profilirao kao poželjna destinacija posjetitelja iz svih krajeva svijeta.

Sportsko-rekreacijske manifestacije	Mrdujska regata, Viška regata, Splitski polumaraton, Split Olympic sailing week
-------------------------------------	---

---

Sport oduvijek imavažnu ulogu u životima lokalne zajednice Splita. S obzirom na njegovu prošlost, značaj sporta, broj uspješnih i nagrađivanih sportaša te dostupnu i postojeću sportsku infrastrukturu jasno je da potencijal za stvaranje prepoznatljivoga proizvoda sportskih manifestacija postoji, ali još uvijek nije dovoljno prepoznat niti valoriziran.

---

<sup>147</sup> Ibidem

Gospodarske manifestacije      Adriatic-gastro show, Gast, Dalmacija Wine Expo, Croatia Boat Show.  
SASO i dr.

---

Važnost gospodarskih manifestacija leži u činjenici zbog posebnog i specifičnog sadržaja koji obrađuju privlače ciljne skupine ali i sve druge zainteresirane iz svih dijelova svijeta. Split u posljednjih desetak godina sve više razvija i planira ovaj tip manifestacija, no pri tome se susreće sa problemom neadekvatne i nepostojeće infrastrukture i lokacija primjerenih za njihovo održavanje.<sup>148</sup>

Tradicionalne-lokalne      Splitski krnjeval, Sudamja, Dan Marjana, Dani Radunice, Dani  
manifestacije              Matejuške i dr.

---

Ovaj tip manifestacija ima veliki značaj i važnost za život i ponos lokalne zajednice. Njihova primarna svrha nije privući turiste već očuvati tradiciju i način života rezidenata. Iako primarna svrha nije turistička ove manifestacije mogu biti značajan i atraktivan faktor za one posjetitelje koji se već nalaze u destinaciji.

### ***Znamenite osobe***

Bogata povijest i bogatstvo kulturnog života i stvaralaštva svjedoči nam o postojanju velikog broja zamenitih osoba koja su obilježile i obogatile kulturu grada Splita. Nadareni mladići iz Splita odlazili su na studije u Italiju i Beč te sa sobom u rodni grad vraćali znanje kojim su uveličali vrijednost kulture Splita koja ga i danas diči.<sup>149</sup> Neki od najpoznatijih i najznačajnijih ličnosti Splita su zaigurno Marko Marulić, fra Bernadin Splicićanin, koji je napisao prvu knjigu na hrvatskom jeziku tiskanu latiničnim pismom, što je za općenitu kulturu Hrvatske bio značajan napredak. Uz njih, veliki značaj za kulturu grada imaju političari Ante Trumbić i Vid Morpurgo koji je ujedno bio i književnik te gradonačelnik Antonio Bajamonti.<sup>150</sup> Šira umjetnička djelatnost u Splitu počinje povratkom Emanuela Vidovića oko kojeg se okuplja krug slikara i kipara koji su obilježili umjetnički život Splita svojim stvaralaštvom. Najistaknutiji slikari u tom krugu bili su Virgil Meneghello Dinčić i Paško Vučetić, dok u najznačajni kipari bili Ivan Meštrović te Branislav Dešković. Kulturi i bogatstvu grada pridonjeli su i mladi književnici među kojima

---

<sup>148</sup> Turistička zajednica grada Splita(2017.),op.cit. str.39.

<sup>149</sup> Kečkemet,D., (2002.): Prošlost Splita, Marjan tisak, Split, str 203

<sup>150</sup> [https://visitsplit.com/hr/1319/splitske-legendes](https://visitsplit.com/hr/1319/splitske-legende) (pristupljeno 25.06.2020.)

kao najistaknutije spominjemo Ivu Vojnovića, Milana Begovića, Vladimira Nazora te Dinku Šimunovića kao i skladatelje Josipa Hatzea i Jakova Gotovca.<sup>151</sup>

No osim ovih znamenitih osoba istaknutih kroz prethodni odlomak Split se može podičiti velikim nizom iznimnih osoba, koje su svojim radom, izričajem i znanjem stvorili grad kakav danas znamo, grad kojim se ponosimo i o kojem rado pričamo. Osim ovih velikana društva koji su mahom umjetnici i književnici jasno je da Split ima i druge značajne osobe iz područja športa, kulture te gospodarskog i društvenog života grada.

### **4.3. Analiza turističke ponude i potražnje**

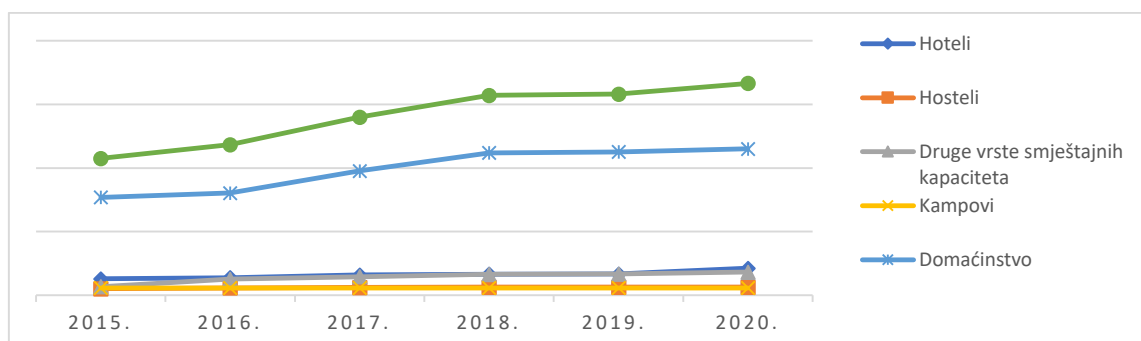
Bogatstvo resursima, kako prirodnim pa tako i kulturnim temeljno su obilježje grada Splita. Takvi resursi privlače posjetitelje koji žele iskusiti nove vrijednosti i udovoljiti postojećim turističkim potrebama, što proučavamo kroz kretanja turističke potražnje. No da bi se moglo udovoljiti svim zahtjevima tržišta nužno je promatrati aspekte potražnje te u skladu sa njima odgovoriti adekvatnom ponudom.

#### **4.3.1. Analiza turističke ponude**

Suprastruktura u turizmu oslanja se ponajprije na postojeću infrastrukturu. Ona predstavlja izgrađena sredstva namijenjena upravo potrebama u turizmu. Primarna svrha suprastrukture je ponajprije prihvat i zadovoljenje potrebe te želja turista, a uključuje hotele, kampove, restorane, turističke agencije, kongresne centr i druge objekte suprastrukture. Broj kreveta u hotelima u razdoblju od 2010-2019. godine povećao se za 1,61 put, smještaj u domaćinstvu za promatrano razdoblje bilježi rast od 5,06 puta, dok se broj kreveta u ukupnom smještaju povećao za čak 4,07 puta.

---

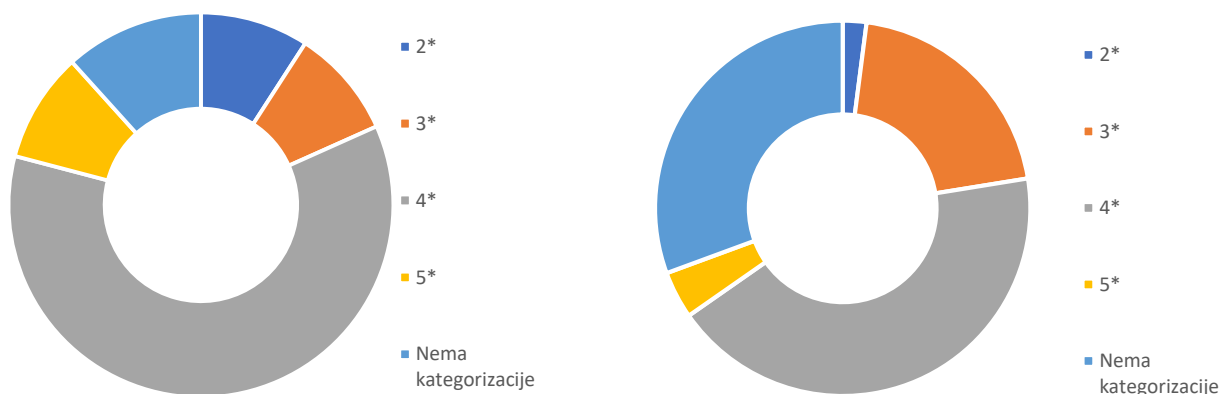
<sup>151</sup> Kečkemet, D., (2002.), op.cit., str.204-205.



**Grafikon 5: Broj kreveta prema vrstama smještajnih kapaciteta u periodu 2015-2020. godine**

Izvor: TZ Grada Splita

Promatrajući strukturu smještajnih kapaciteta vidljivo je da privatni smještaj dominira sa visokih 74% u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta na području grada Splita. S druge strane, hotelski smještaj koji predstavlja temelj turističke suprastrukture i osnovno mjerilo razvijenosti i uspješnosti destinacije ima značajno manji udio, od samo 11% u ukupnoj strukturi.

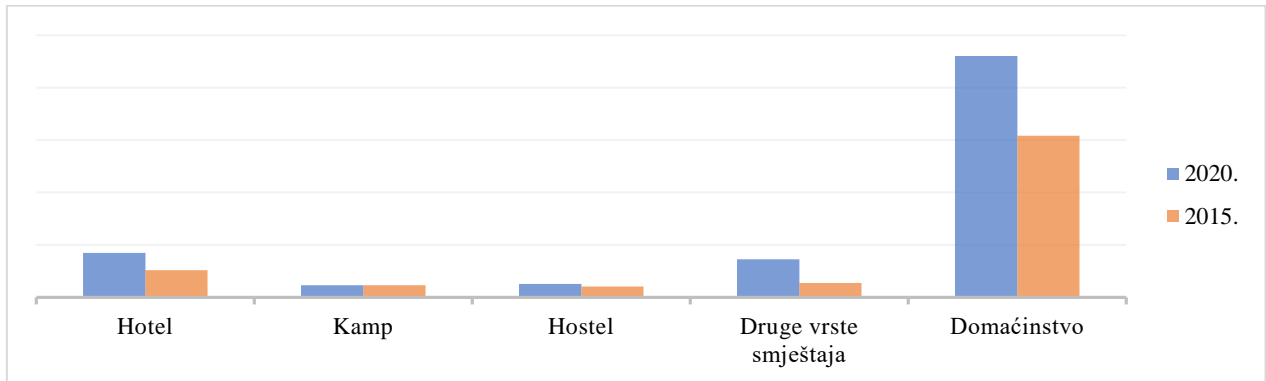


**Grafikon 6: Prikaz strukture hotelskog smještaja s obzirom na broj ležajeva (lijevo) i broj obveznika (desno)**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima TZ grada Splita

Problem koji se tiče nepovoljne smještajne strukture u vidu prevelikog broja kreveta u domaćinstvima i premaloga broja u hotelima djelomično će biti riješen budućim projektima koji

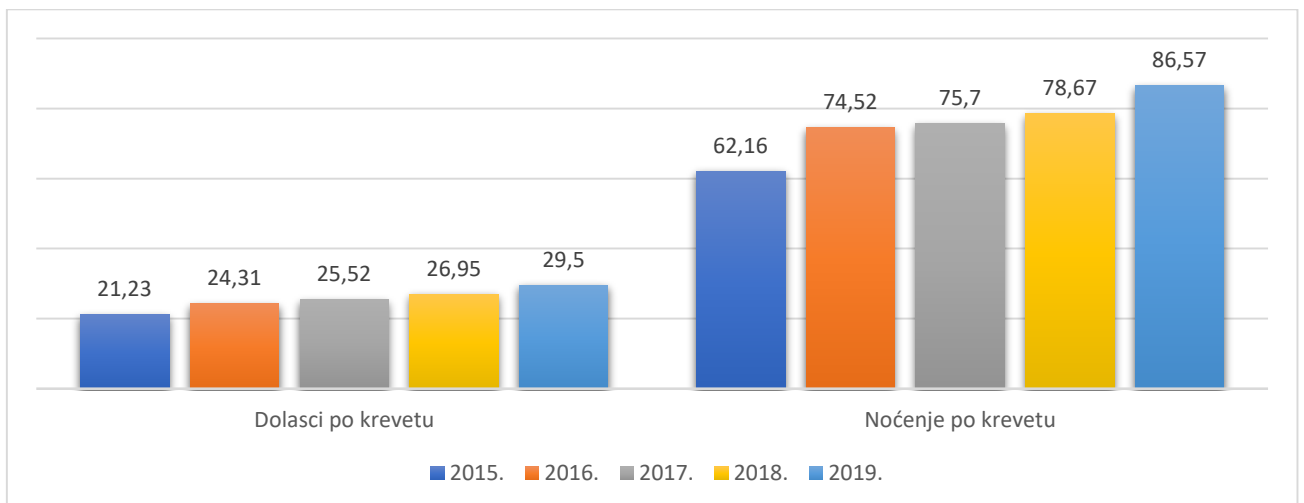
uključuju gradnju novih hotela te sukladno tome povećanje atraktivnosti destinacije kroz stvaranje adekvatne suprastrukture.



**Grafikon 7:Usporedba strukture smještajnih kapaciteta za 2015. i 2020.godinu.**

Izvor: TZ Grada Splita, dostupno na : <https://visitsplit.com/hr/4437/2020-godina>

Uvidom u strukturu smještajnih kapaciteta vidljivo je da kapaciteti u domaćinstvu prevladavaju i uzimaju najveći udio, nakon toga slijede ostale kategorije kapaciteta a tek nakon njih hoteli.



**Grafikon 8:Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u periodu 2015-2019. po broju ukupnih kreveta**

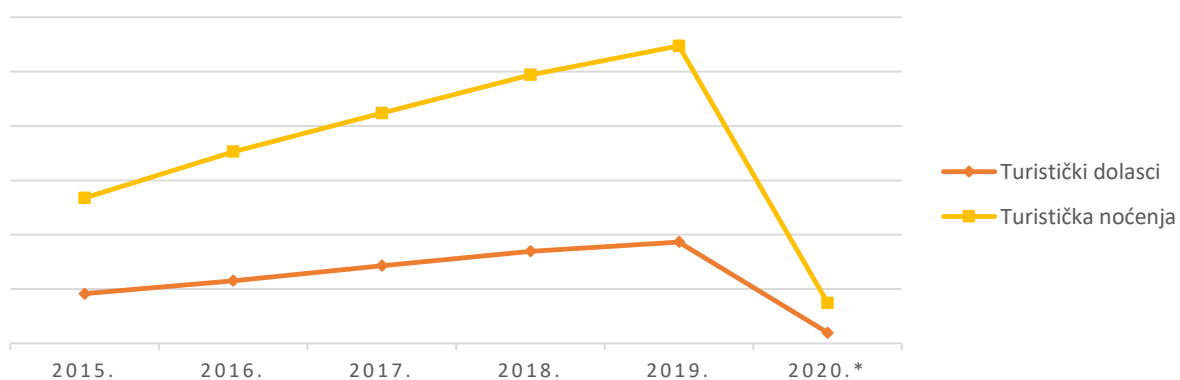
Izvor: TZ Grada Splita dostupno na : <https://visitsplit.com/hr/4437/2020-godina>

Kako bi dobili uvid u iskorištenost dostupnih kapaciteta grada Splita potrebno je uzeti u obzir broj dolazaka i broj noćenja s obzirom na ukupne smještajne kapacitete svih kategorija. Na grafikonu je vidljivo kako broj i dolazaka i noćenja prema raspoloživome krevetu raste iz godine u godinu u promatranom razdoblju, ali glavni problem je činjenica što se i dalje radi o iznimno niskom stupnju iskorištenosti posebice za vrijeme zimskih mjeseci. Kada bi brojčano to iskazali to bi značilo da je u 2019. godini krevet prosječno bio zauzet nepunih 87 dana, a

ostalnih 278 dana prazan što vodi do zaključka da je prosječna iskorištenost smještajnih kapaciteta 23,72% čime vidimo da se radi o izrazito visokome stupnju sezonalnosti budući da za vrijeme ljetnog perioda gotovo svi smještajni kapaciteti bilježe maksimalnu popunjenost.

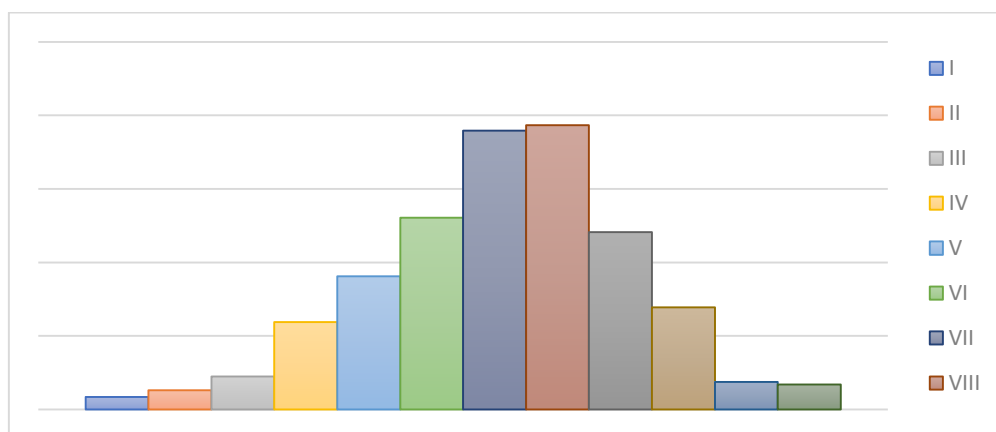
#### 4.3.2. Analiza turističke potražnje

Analiza statistike turističkih kretanja na području grada Splita ukazuje na konstantan rast turističke potražnje koja se ogleda kroz broj dolazaka i broj noćenja. Iako govorimo o trendu rasta, 2020. godina promatra se kao ekstrem uzrokovan krizom koja je pogodila čitav svijet zbog čega statistika turističkih kretanja bilježi značajan pad dolazaka i broja noćenja.



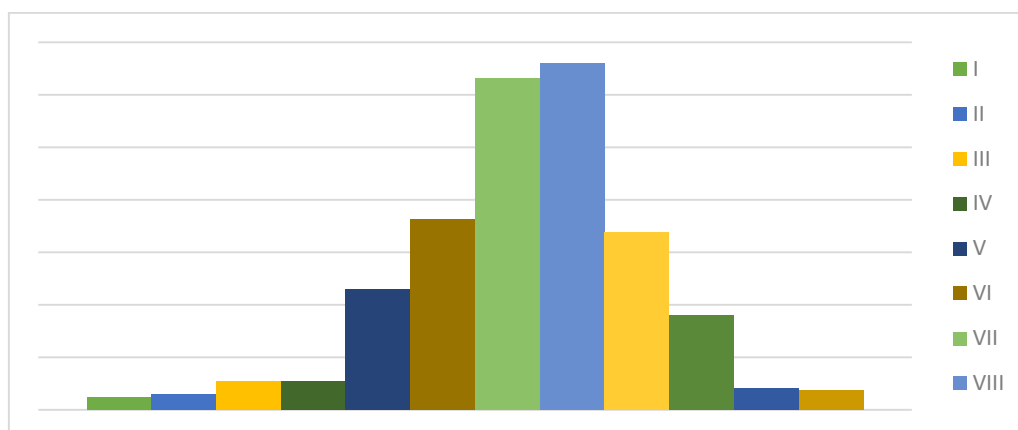
**Grafikon 9: Ukupni turistički dolasci i noćenja grada Splita za razdoblje od 2015- do kraja srpnja 2020. godine.**

Izvor: Turistička zajednica grada Splita, dostupno na : <https://visitsplit.com/hr/1648/statistike>



**Grafikon 10: Dolasci po mjesecima za 2019. godinu na području grada Splita**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima TZ grada Splita, dostupno na linku : <https://visitsplit.com/hr/1648/statistike>



**Grafikon 11:Noćenja po mjesecima za 2019. godinu na području grada Splita**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima TZ grada Splita, dostupno na linku : <https://visitsplit.com/hr/1648/statistike>

Jedno od obilježja potražnje grada Splita je visoki stupanj sezonalnosti, gdje mjeseci u razdoblju od polovice svibnja pa do kraja rujna bilježe veliki broj posjetitelja dok je za vrijeme zimskih mjeseci taj broj čak i 38 puta manji, uzevši u obzir mjesec sa najvećim i najmanjim brojem posjetitelja u 2019. godini

**Tablica 2:Dolasci domaćih i stranih turista u periodu od 2015 do srpnja 2020. godine**

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.*
<b>Strani</b>	408 734	516 458	654 653	776 451	857 167	73 253
<b>Domaći</b>	48 049	58 557	59 354	69 857	75 555	24 506

Izvor : Turistička zajednica grada Splita, dostupno na : <https://visitsplit.com/hr/1648/statistike>

\*Podaci do kraja srpnja 2020.godine

**Tablica 3:Noćenja domaćih i stranih turista u periodu od 2015 do srpnja 2020. godine**

	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.*
<b>Strani</b>	1 215 631	1 631 457	1 990 483	2 329 103	2 568 414	306 454
<b>Domaći</b>	121 904	131 651	127 772	141 594	168 806	64 794

Izvor : Turistička zajednica grada Splita, dostupno na : <https://visitsplit.com/hr/1648/statistike>

\*Podaci do kraja srpnja 2020.godine

Analizom je također moguće uočiti da broj noćenja raste značajno brže od broja dolazaka na primjeru i domaćih i stranih posjetitelja. Prosječna duljina boravka turista u Splitu u 2015. godini bila je 2,93 dana dok je 2019. godine ona porasla na 3,17 dana. Takav trend kojeg



karakterizira rast prosječne duljine boravka poželjan je za Split, jer na taj način on se neće promatrati kao izletišna ili usputna, već ciljna destinacija potencijalnih turista.

#### **4.4.Problemi razvoja turizma u gradu Splitu**

Sve izraženiji i intenzivniji razvoj turizma u Splitu stvara probleme u procesu njegovog kvalitetnog i održivog razvoja. Sve intenzivniji turistički rast koji nije kontroliran i za kojeg ne postoje definirani planovi niti razvojni dokumenti rezultira velikom disperzijom negativnih učinaka, što posljedično vodi do problema koji se tiče upravljanja i prekoračenja nosivih, fizičkih kapaciteta Grada. Sve veći turistički pritisci na području čitavoga grada, a posebice povijesne jezgre doveli su do povećanja ukupnog broja posjetitelja, odnosno turističke potražnje. Rast potražnje rezultira problemima koji se očituju u povećanju cijena, kako prehrambenih proizvoda pa tako i cijena nekretnina, što utječe na cjelokupnu funkciju i kvalitetu stanovanja. Rast cijena nekretnina vodi do sve učestalijeg iseljavanja sa područja jezgre grada i njenih užih dijelova, bilo zbog rasta cijena i nemogućnosti plaćanja ili zbog komercijalizacije i prodaje sa ciljem ostvarivanja prihoda i zarade. Kada su stambene nekretnine u pitanju, dodatni problem predstavlja i pretjerana apartmanizacija, odnosno pretvaranje nekadašnjih stambenih objekata u apartmane, zbog čega je gotovo nemoguće pronaći stan za vrijeme ljetnih mjeseci, budući da su mahom svi namjenjeni u turističke svrhe. Ovo upućuje na zaključak da se Split suočava sa iznimno visokom stopom sezonalnosti koja u odvijanju turističkoga prometa ima za posljedice niz rizika i problema prvenstveno sa aspekta ekonomske neravnoteže što vodi do značajnih oscilacija u poslovanju i življenju tokom sezone i van sezone.

Uz navedene probleme, dodatni predstavlja prenamjena i smanjivanje javnih površina za potrebe ugostitelja koji za svoja ciljna tržišta uzimaju i biraju isključivo turiste, a ne lokalnu zajednicu odnosno rezidente.<sup>152</sup> Riva kao najfrekventnije i najpoželjnije te posljedično tome najposjećenije odredište u gradu susreće se upravo sa prethodno opisanim problemom. Osim prenamjene površina i njihovog smanjivanja, problematiku dodatno produbljuje činjenica nagrđivanja vizualnog izgleda, poput tenda različitih oblika, dimenzija i boja, nejednake veličine štekata te ponuda koja ni u jednom dijelu ne odgovara identitetu samoga grada Splita. Gore opisana problematika nameće pitanje neplanske i nepropisne gradnje koja vodi do narušavanja izgleda grada Splita, njegovoga identiteta i same izvornosti njegovih obilježja i

---

<sup>152</sup> Grad Split (2015.), Petrić, L., et.al.,op.cit. str 78.

vrijednosti po kojim je prepoznat, što u konačnici rezultira stvaranjem negativne percepcije i imidža kako posjetiteljima toga grada pa tako i njegovom stalnom stanovništvu koje posljedično tome iseljava i na taj način odnosi jedan dio identiteta i izvornosti sa sobom, budući da je upravo lokalna zajednica odraz vrijednosti nekoga grada.<sup>153</sup>

Zbog sve veće turistifikacije prostora sama jezgra grada gubi svoj tradicionalni izričaj, kulturu življenja i prepoznatljiv duh. Gase se obrti i zanati koji su postojali stoljećima, stvara se unificirana i neprepoznatljiva ponuda koja nije usklađena sa poviješću i identitetom Splita. Sve to rezultira gubljenjem stanovništva, snažnim iseljavanjem mladih obitelji sa djecom jer funkcija stanovanja je otežana i velikim djelom onemogućena. Kvalitetu stanovanja dodatno umanjuje buka, onečišćenje, vandalizam, nepoštovanje javnog reda i mira kao i povećana stopa kriminalnih aktivnosti zbog čega dolazi do sukoba rezidenata i turista ali posljedično i do snažnog iseljavanja.

Zastario javni prijevoz, te nedostatak parkinga koji se najviše očituje za vrijeme ljetnih mjeseci dodatan su teret razvoju turizma Splita na odgovoran i kvalitetan način. Autobusni i željeznički kolodvor te trajektna luka u samom centru grada imaju za posljedicu velike prometne gužve, a kada se tome pribroji niska kvaliteta i loše stanje gradskih prometnica jasno je da grad tokom sezone ima značajne probleme koji zahtijevaju hitan plan saniranja ukoliko želi u budućnosti oslanjati se u jednakoj mjeri na turizam.<sup>154</sup>

---

<sup>153</sup> Ibidem

<sup>154</sup> Turistička zajednica grada Splita(2017.),op. cit. str. 23.

## **5. EMPIRIJSKA ANALIZA PROBLEMA RAZVOJA TURIZMA S ASPEKTA NOSITELJA TURISTIČKE PONUDE**

### **5.1. Metodološke i sadržajne odrednice empirijskog istraživanja**

U svrhu dokazivanja ili odbacivanja postavljenih hipoteza provedeno je primarno istraživanje čiji je temeljni cilj bio istražiti percepciju nositelja turističke ponude grada Splita o problemima koje snažan turistički razvoj manifestira na području povijesnog grada. Drugim dijelom istraživanja cilj je bio utvrditi u kojem opsegu nositelji turističke ponude grada implementiraju mjere održivosti u vlastito poslovanje. Osnovni instrument prikupljanja podataka bio je strukturirani anketni upitnik. Anketni upitnik sastavljen je na temelju relevantnih znanstvenih i teorijskih radova koji obrađuju problematiku razvoja urbanog turizma, te na temelju već postojećeg anketnog upitnika korištenog u aktualnom projektu „Shape tourism- novi okvir i pogon za turistički sektor: Podrška odlučivanju, povezivanje planova i osiguravanje održivosti.“ Istraživanje je provedeno online kroz srpanj i prvu polovicu kolovoza 2020. godine. Anketni upitnik poslan je na adresu 92 različita nositelja turističke ponude grada. Od ukupno 92 poslana upitnika njih 45 je odgovoreno, što ukazuje na stopu povrata anketnog upitnika od 48,91%. Prikupljeni podaci kodirani su korištenjem programskog paketa Microsoft Excel i potom obrađeni, koristeći za to dostupan statistički alat IBM SPSS Statistics 25. Anketni upitnik sastojao se od 3 dijela. Prvi dio anketnoga upitnika odnosi se na osnovna obilježja ispitanika i sastojao se od 5 pitanja zatvorenog tipa. Drugi dio anketnoga upitnika sastojao se od 3 skupine problema: ekonomskih, ekoloških i socio-kulturnih. Za utvrđivanje stavova i percepcije ispitanika u ovom dijelu upitnika korištena je Likertova ljestvica sa 6 stupnjeva intenziteta, od kojih je jedan od ponuđenih bio i ne znam odnosno ne mogu ocijeniti. Treći dio anketnoga upitnika odnosi se na primjenu mjera održivosti različitih nositelja turističke ponude grada, za što je također korištena Likertova ljestvica sa 5 stupnjeva gdje je opet jedan od odgovora bio ne znam odnosno ne mogu procijeniti. Ovako prikupljeni i kodirani podaci potom su obrađeni koristeći programski alat IBM SPSS. Prilikom testiranja normalnosti promatranih varijabli primjenjen je Shapiro-Wilks test, a za testiranje hipoteza korišten je neparametrijski Kruskal-Wallis test, budući da distribucija nije imala normalan oblik. Kao razina značajnosti u čitavom istraživanju korištena je vrijednost od 5%.

## 5.2. Karakteristike uzorka

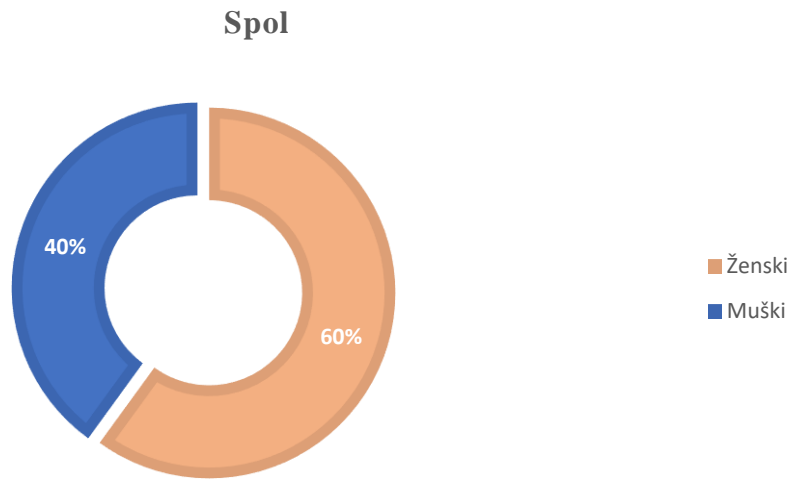
Uzorkom je obuhvaćeno 45 ispitanika, različitih nositelja turističke ponude grada Splita. U Tablici 4. prikazana su osnovna obilježja dionika ponude koja su kroz istraživanje bila ispitana, a to su spol, dob, razina dovršenog stupnja obrazovanja, broj radnog iskustva u turizmu te vrsta ključnog dionika u kategoriji kojeg ispitanici pripadaju, s obzirom na djelatnost kojom se i bave.

**Tablica 4: Osnovna obilježja uzorka**

		Frequency	%
Spol	Žena	27	60.0%
	Muškarac	18	40.0%
	Total	45	100.0%
Dob	do 30 godina	14	31.8%
	31-40 godina	13	29.5%
	41-50 godina	13	29.5%
	51-60 godina	2	4.5%
	61 i više godina	2	4.5%
	Total	44	100.0%
Razina dovršenog stupnja obrazovanja	srednja škola	6	13.3%
	diploma prvostupnika, magistra ili doktora	39	86.7%
	Total	45	100.0%
Broj godina radnog iskustva ili drugog iskustva povezanog s radom u turističkom sektoru	do 5 godina	13	28.9%
	6-15 godina	23	51.1%
	16-25 godina	6	13.3%
	26 i više godina	3	6.7%
	Total	45	100.0%
Kojoj skupini ključnog dionika pripadate	Javni sektor (tijela državne, regionalne i lokalne uprave ili samouprave)	7	15.6%
	Privatni sektor (turoperatori, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)	29	64.4%
	Organizacije civilnog društva (nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	9	20.0%
	Total	45	100.0%

Izvor: vlastita izrada prema podacima istraživanja

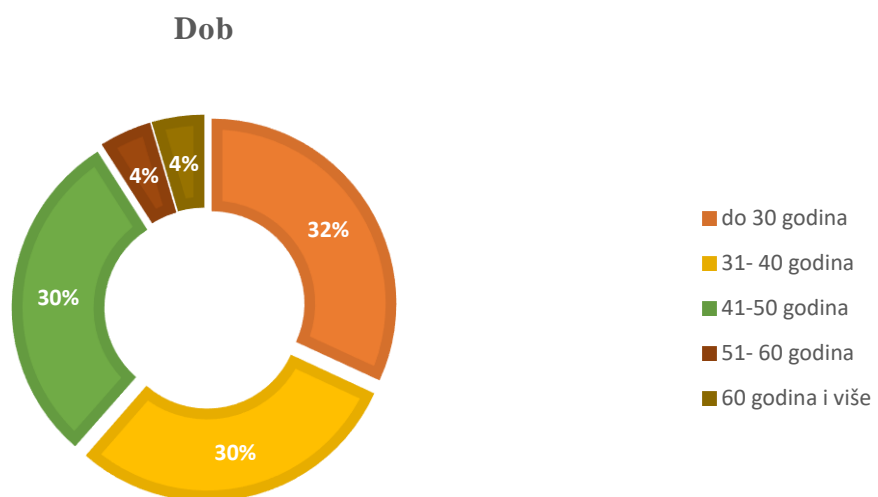
U ukupnom uzorku je kako je prethodno spomenuto bilo 45 ispitanika, od navedenog broja u uzorku, njih 27 odnosno 60% je bilo ženskog spola, a preostali postotak od 40%, odnosno 18 ispitanika bilo je muškog spola.



### Grafikon 12: Struktura ispitanika prema spolu

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Grafikon ukazuje kako u strukturi ispitanih najveći postotak ispitanika, njih 31,8%, ima do 30 godina, 29,5% ima od 31-40 godina te sljedećih 29,5% ima od 41-50 godina. Po 4,5% ispitanika spada u dobnu skupinu od 51-60 godina te u dobnu skupinu od 61 i više godina.

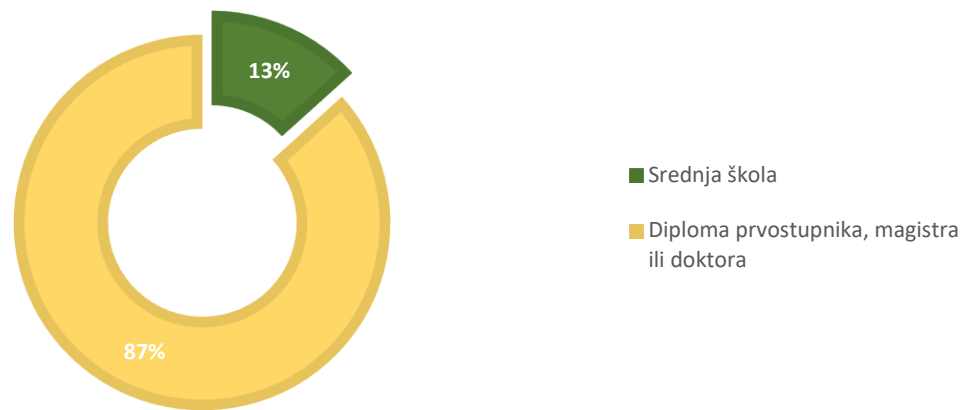


### Grafikon 13: Struktura ispitanika prema dobi

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Grafikon pokazuje strukturu ispitanika prema razini obrazovanja. Vidljivo je da najviše ispitanika, više od polovice, čak 87% ili 39 ispitanika ima završeni fakultet, bilo da se radi o preddiplomskom, diplomskom studiju ili doktoratu. 13% ispitanika navelo je srednju školu, dok nitko nije izdvojio osnovnu školu kao stupanj obrazovanja.

**Razina dovršenog stupnja obrazovanja**

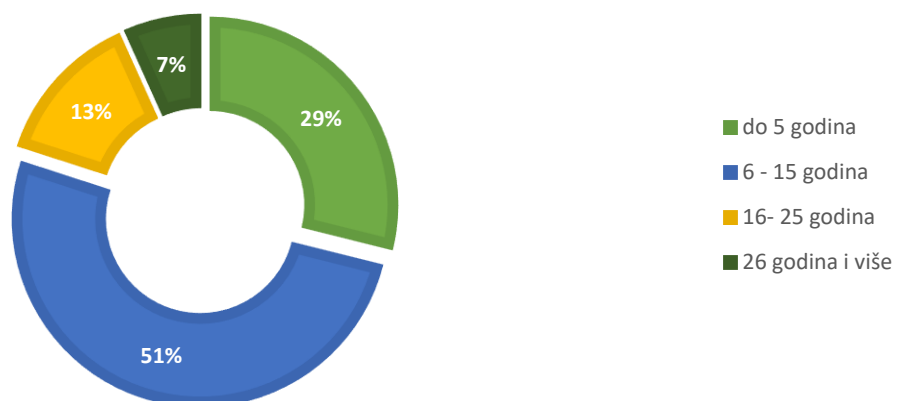


**Grafikon 14: Struktura ispitanika prema razini dovršenog stupnja obrazovanja**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Od 6-15 godina iskustva u turističkom sektoru ima 51,1% ispitanika, do 5 godina iskustva ima 28,9% ispitanika dok 26 i više godina iskustva u turističkom sektoru ima 6,7% ispitanika.

**Broj godina radnog iskustva ili drugog iskustva povezanog sa radom u turističkom sektoru**

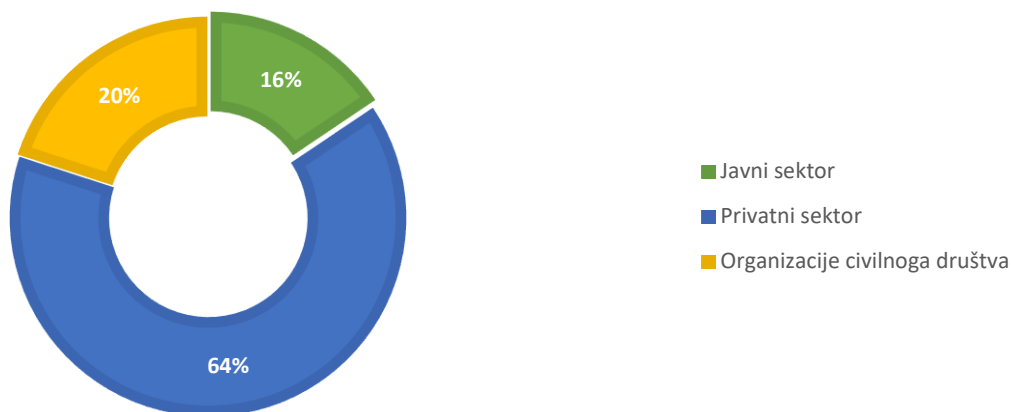


**Grafikon 15: Struktura ispitanika prema broju godina radnog iskustva u vezi sa turizmom**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Privatnom sektoru pripada 64,4% ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju, organizacijama civilnog društva pripada njih 20% dok javnom sektoru pripada 15,6% ispitanika u ukupnom uzorku ispitanika.

### Vrsta ključnog dionika



### Grafikon 16: Struktura ispitanika prema kategoriji dionika kojoj pripadaju

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

### 5.3. Analiza problema koji se manifestiraju razvojem turizma

U nastavku rada prikazani su problemi koje manifestira snažan razvoj turizma, ekonomski, socio-kulturni i ekološki problemi. Svaka od navedenih dimenzija problema razvoja turizma je predstavljena u anketnom upitniku nizom od po pet tvrdnji na koje su ispitanici dali odgovor s obzirom na stupanj slaganja, krenuvši od 1 što je označavalo da se u potpunosti ne slažu, do 5, što je označavalo da se u potpunosti slažu, gdje je također jedan od ponuđenih odgovora bio i ne znam, odnosno ne mogu ocijeniti. Izdvojeni problemi su oni sa kojima se grad u posljednje vrijeme sve intenzivnije susreće, problemi koji su rezultat i posljedica dosadašnjeg turističkog razvoja, ali i oni koji bi tek mogli nastati uslijed sve intenzivnijeg razvoja i nedostatka planskog pristupa kvalitetnom razvoju zbog čega je pogled različitih skupina dionika relevantan i iznimno značajan za budući razvoj.

**Tablica 5: Stavovi nositelja turističke ponude grada Splita o pojedinim skupinama problema**

	N		Mean	Median	Mode	Std. Dev.
	Valid	Missing				
Razvoj turizma je doveo do zatvaranja tradicijskih obrta i zanata, te snažnu izmjenu poslovnim aktivnostima u uskoj vezi sa turizmom.	45	0	3.49	4.00	4	1.254
Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone	45	0	4.22	5.00	5	1.020
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda i usluga te generalno rasta troškova života lokalnoga stanovništva	45	0	4.20	4.00	5	1.140
Razvoj turizma je utjecao na uključivanje velikog broja dionika koji se bave ili se žele baviti turizmom, pritom ne imajući stručno znanje potrebno za njegovo kvalitetno planiranje i razvoj, najčešće sa ciljem ostvarivanja što veće i brže zarade.	45	0	4.18	5.00	5	1.248
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Split	45	0	4.31	5.00	5	1.395
<b>EKONOMSKI PROBLEMI</b>	45	0	4.08	4.20	4.80	.946
Razvoj turizma narušava kvalitetu življenja lokalnog stanovništva	45	0	3.13	3.00	3	1.254
Razvoj turizma je doveo do povećanja remećenja javnog reda i mira te smanjenja sigurnosti življenja u gradu	45	0	2.76	3.00	2	1.351
Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovništva iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe	44	1	4.09	4.00	4	1.096
Razvoj turizma uzrokuje demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegova stanovništva	45	0	2.76	3.00	4	1.569
Razvoj turizma uzrokuje sukobe stanovništva i posjetitelja, budući da rezidentno stanovništvo postaje ograničeno u obavljanju svakodnevnih, egzistencijalnih potreba	45	0	2.40	2.00	2	1.195
<b>SOCIO-KULTURNI PROBLEMI</b>	45	0	3.02	3.00	3.40	.924
Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka te povećanu buku uslijed većeg prometa u povijesnoj jezgri grada	45	0	3.87	4.00	4	.894
Razvoj turizma je povećao pritisak na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada te otežao njeno očuvanje za buduću primjenu	45	0	4.13	4.00	4	.991



Turistički sadržaji i gradnja objekata utjecali su na vizualni izgled povijesne jezgre grada čime je narušena njena izvornost	45	0	3.73	4.00	4	1.074
Turizam uzrokuje prekomjerno korištenje prirodnih i rekreacijskih resursa	45	0	3.62	4.00	4	1.154
Razvoj turizma stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta te uzrokuje estetske i funkcionalne gubitke	44	1	3.32	4.00	4	1.506
<b>EKOLOŠKI PROBLEMI</b>	45	0	3.74	3.80	3.40	.763

Izvor: Vlastita izrada prema dobivenim podacima istraživanja

U Tablici 5 vidimo da po pitanju ekonomskih problema ispitanici se u najvećoj mjeri slažu ili se u potpunosti slažu s navedenim problemima. Najveći stupanj slaganja ispitanika uočen je na tvrdnjama „Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Splita“, „Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone“ te „Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda i usluga te generalno rasta troškova života lokalnoga stanovništva“.

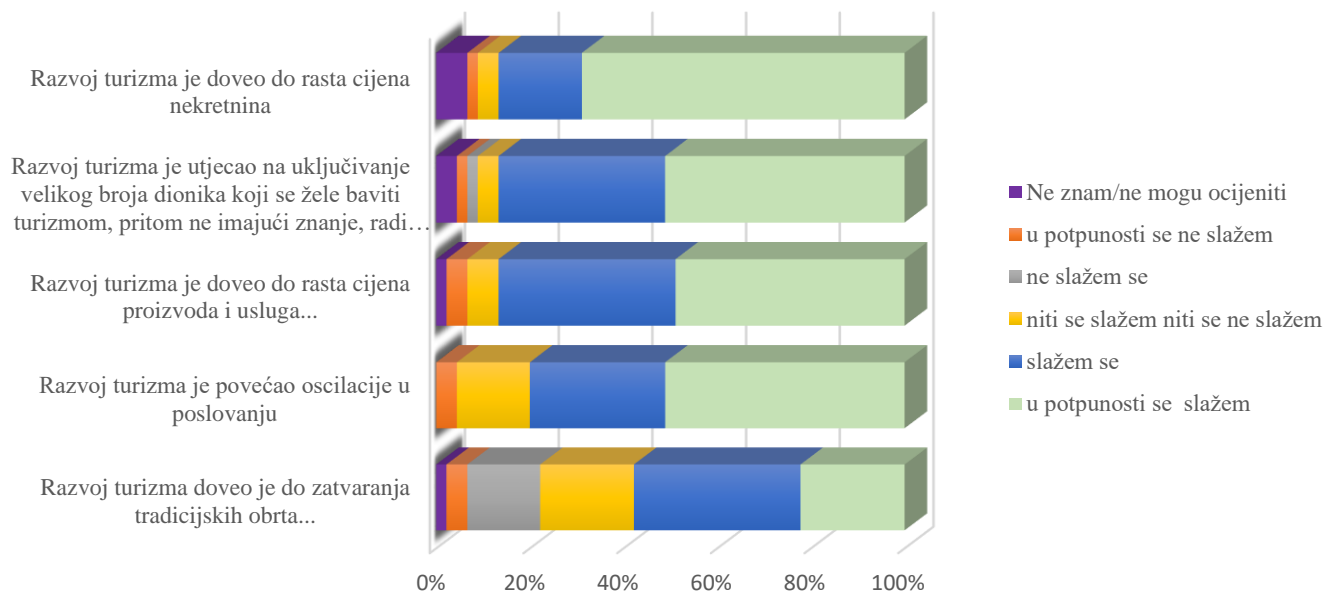
Za dimenziju socio-kulturnih problema ispitanici se najviše slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovništva iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe“. U najmanjoj mjeri se slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma uzrokuje sukobe stanovništva i posjetitelja, budući da rezidentno stanovništvo postaje ograničeno u obavljanju svakodnevnih, egzistencijalnih potreba“ gdje i medijalna ocjena ukazuje da se polovica ispitanika s istom tvrdnjom ne slaže jer smatraju da to nije slučaj u Splitu.

Za dimenziju ekoloških problema ispitanici se najviše slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma je povećao pritisak na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada te otežao njeno očuvanje za buduću primjenu“. U najmanjoj mjeri se slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta te uzrokuje estetske i funkcionalne gubitke“.

Stavovi ispitanika se najviše razlikuju na tvrdnji „Razvoj turizma uzrokuje demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegova stanovništva“, a najmanje na tvrdnji „Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka te povećanu buku uslijed većeg prometa u povijesnoj jezgri grada“.

Za dimenziju ekonomskih problema koje turizam manifestira ispitanici iz svih sektora se u najvećoj mjeri u potpunosti slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Splita“. Ispitanici iz javnog sektora se u velikoj mjeri u

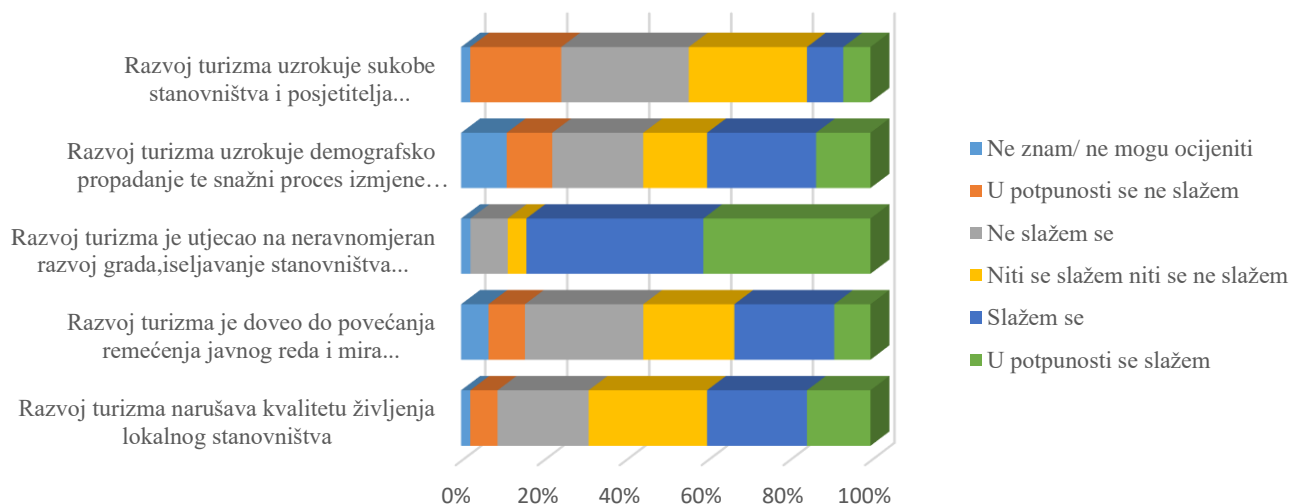
potpunosti slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda i usluga te generalno rasta troškova života lokalnoga stanovništva.“, dok se ispitanici iz privatnog sektora u velikoj mjeri u potpunosti slažu s tvrdnjama „Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone“ te „Razvoj turizma je utjecao na uključivanje velikog broja dionika koji se bave ili se žele baviti turizmom, pritom ne imajući stručno znanje potrebno za njegovo kvalitetno planiranje i razvoj, najčešće sa ciljem ostvarivanja što veće i brže zarade.“



**Grafikon 17: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za ekonomske probleme razvoja turizma u gradu Splitu**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

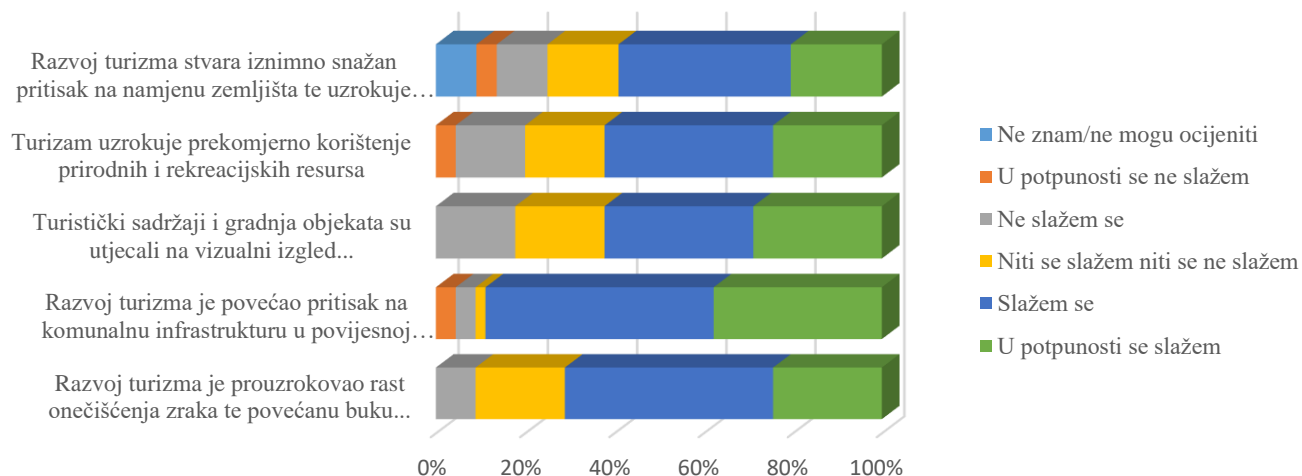
Za dimenziju socio-kulturnih problema koje turizam manifestira ispitanici iz svih sektora se u najvećoj mjeri u potpunosti slažu s tvrdnjom „Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovništva iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe“. Ispitanici iz svih sektora se u velikoj mjeri ne slažu ili se u potpunosti ne slažu s tvrdnjama „Razvoj turizma uzrokuje sukobe stanovništva i posjetitelja, budući da rezidentno stanovništvo postaje ograničeno u obavljanju svakodnevnih, egzistencijalnih potreba.“, te „Razvoj turizma je doveo do povećanja remećenja javnog reda i mira te smanjenja sigurnosti življenja u gradu.“.



**Grafikon 18: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za socio-kulturne probleme razvoja turizma u gradu Splitu**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Za dimenziju ekoloških problema koje turizam manifestira može se zaključiti da se ispitanici iz svih sektora u velikoj mjeri slažu sa svim navedenim tvrdnjama. Ispitanici iz svih sektora se u najvećoj mjeri slažu ili se u potpunosti slažu s tvrdnjama „Razvoj turizma je povećao pritisak na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada te otežao njeno očuvanje za buduću primjenu“ te „Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka te povećanu buku uslijed većeg prometa u povijesnoj jezgri grada“.



**Grafikon 19: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za ekološke probleme razvoja turizma u gradu Splitu**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Prema Tablici 6. može se uočiti da su ekonomskim problemima turizma najvišu ocjenu dali predstavnici javnog sektora (prosječna ocjena 4,40), zatim predstavnici organizacija civilnog društva (4,22) te predstavnici privatnog sektora (3,96). Socio-kulturnim problemima turizma najvišu ocjenu su dali predstavnici organizacija civilnog društva (3,48), zatim predstavnici privatnog sektora (2,97) te predstavnici javnog sektora (2,89). Ekološkim problemima turizma najvišu ocjenu su dali predstavnici javnog sektora (3,97), zatim predstavnici privatnog sektora (3,70) te predstavnici organizacija civilnog društva (3,64). Najvišu ocjenu ukupnim problemima koje razvoj turizma manifestira dali su predstavnici javnog sektora (3,75), zatim predstavnici organizacija civilnog društva (3,71) te predstavnici privatnog sektora (3,58).

**Tablica 6: Stavovi različitih skupina nositelja turističke ponude grada Splita o pojedinim kategorijama problema koji nastaju razvojem turizma**

			Statistics			
			EKONOMSKI PROBLEMI	SOCIO - KULTURNI PROBLEMI	EKOLOŠKI PROBLEMI	PROBLEMI KOJE RAZVOJ TURIZMA MANIFESTIRA
Javni sektor	N	Valid	7	7	7	7
		Missing	0	0	0	0
	Mean		4.40	2.89	3.97	3.75
	Median		4.40	2.60	4.20	3.73
	Mode		4.00 <sup>a</sup>	2.60	3.40 <sup>a</sup>	2.87 <sup>a</sup>
	Std. Deviation		.476	.782	.716	.602
	Minimum		3.80	1.80	3.00	2.87
	Maximum		5.00	4.00	5.00	4.53
Privatni sektor	N	Valid	29	29	28	28
		Missing	0	0	1	1
	Mean		3.96	2.97	3.70	3.58
	Median		4.20	3.00	3.70	3.60
	Mode		5.00	2.00 <sup>a</sup>	2.40 <sup>a</sup>	2.47 <sup>a</sup>
	Std. Deviation		1.114	.983	.823	.787
	Minimum		1.00	1.40	2.40	1.80

	Maximum	5.00	4.80	5.00	4.87	
Organizaci je civilnog društva	N	Valid	9	8	9	8
		Missing	0	1	0	1
	Mean	4.22	3.48	3.64	3.71	
	Median	4.40	3.50	3.40	3.80	
	Mode	3.80 <sup>a</sup>	3.60	3.40	3.80	
	Std. Deviation	.494	.692	.677	.356	
	Minimum	3.40	2.40	2.60	3.07	
	Maximum	4.80	4.80	4.80	4.07	

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Izvor: Vlastita izrada prema podacima istraživanja

#### 5.4. Analiza primjene mjera održivosti

U nastavku rada deskriptivno se obrađuje primjena mjera održivosti po zastupljenim sektorima, privatnom, javnom i organizacijama civilnog društva. Ispitanicima su ponuđene pojedine mjere održivosti na primjenu kojih su odgovarali stupnjem slaganja od 1 (u velikom opsegu) – 3 (nimalo), gdje je jedan od ponuđenih odgovora bio i ne znam/ne mogu ocijeniti.

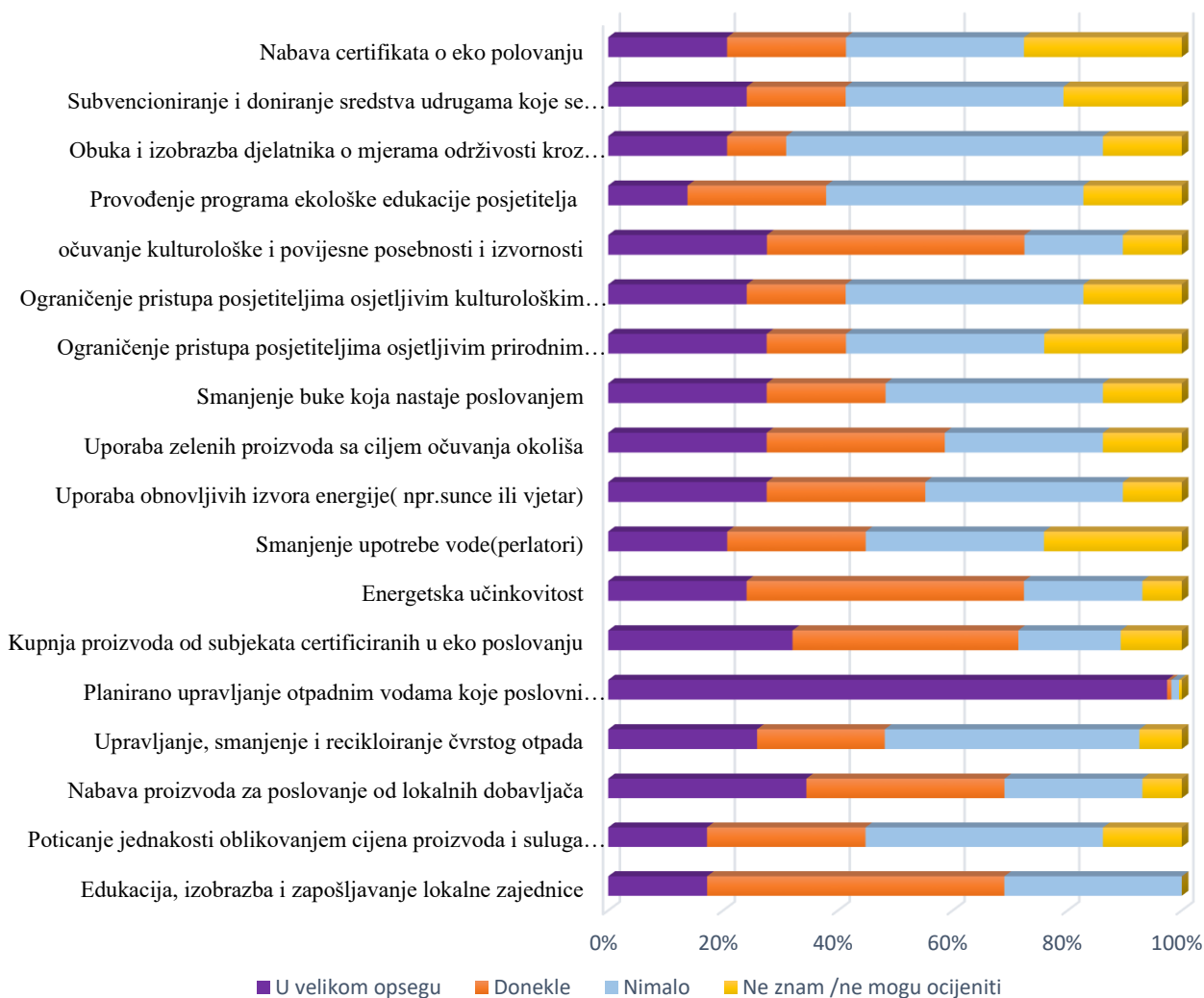
U Tablici 7. je prikazana deskriptivna statistika primjene mjera održivosti za privatni sektor, gdje se može uočiti da su mjere održivosti koje najviše primjenjuju i implementiraju u cjelokupan vlastiti proces poslovanja „Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja“ (prosječna ocjena 2,03), „Energetska učinkovitost (npr. uporaba štedne rasvjete)“ (2,10) te „Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti“ (2,10) dok su najmanje primjenjivane mjere održivosti „Nabavka certifikata o eko-poslovanju“ (2,66), „Provođenje programa ekološke edukacije posjetitelja“ (2,66) te „Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija“ (2,62).

**Tablica 7: Rezultati procjene primjene mjera održivosti za privatni sektor**

PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI - PRIVATNI SEKTOR	N		Mean	Median	Mode	Std. Dev.
	Valid	Missing				
Edukacija, izobrazba i zapošljavanje lokalne zajednice kao potpora kvalitetnom razvoju područja	29	0	2.14	2.00	2	.693
Poticanje jednakosti oblikovanjem cijena održivih proizvoda i usluga kako bi one bile dostupne i dijelu lokalne zajednice koja nema visoke prihode.	29	0	2.52	3.00	3	.949
Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja	29	0	2.03	2.00	1 <sup>a</sup>	.944
Upravljanje, smanjenje i recikliranje čvrstog otpada (npr. kompostiranje otpada)	29	0	2.45	3.00	3	1.021
Planirano upravljanje otpadnim vodama koje poslovni subjekt u poslovanju stvara.	29	0	2.38	3.00	3	1.049
Kupnja proizvoda i sirovina od poslovnih subjekata i poduzeća koja su certificirana u eko poslovanju.	29	0	2.14	2.00	2	1.026
Energetska učinkovitost (npr. uporaba štedne rasvjete)	29	0	2.10	2.00	2	.860
Smanjenje upotrebe vode (npr. uporaba perlatora)	29	0	2.59	3.00	3	1.086
Uporaba obnovljivih izvora energije (npr. sunce, vjetar)	29	0	2.28	2.00	3	.996
Uporaba zelenih proizvoda koji su nastali sa ciljem očuvanja kvalitete okoliša (npr. biorazgradivi materijali, reciklirani papir, itd.)	29	0	2.28	2.00	2	1.032
Smanjenje buke koja nastaje poslovanjem i utječe na kvalitetu življenja ostalih dionika	29	0	2.38	3.00	3	1.049
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.	29	0	2.55	3.00	3	1.152
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.	29	0	2.52	3.00	3	1.056
Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti	29	0	2.10	2.00	2	.939
Provođenje programa ekološke edukacije posjetitelja	29	0	2.66	3.00	3	.936
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija	29	0	2.62	3.00	3	.979
Subvencioniranje i doniranje sredstava udruga koje se bave zaštitom i očuvanjem okoliša i njegove izvornosti	29	0	2.55	3.00	3	1.088
Nabavka certifikata o eko-poslovanju	29	0	2.66	3.00	3	1.111
<b>PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>2.39</b>	<b>2.619</b>	<b>2.89</b>	<b>.733</b>

Izvor: Vlastita izrada prema podacima istraživanja

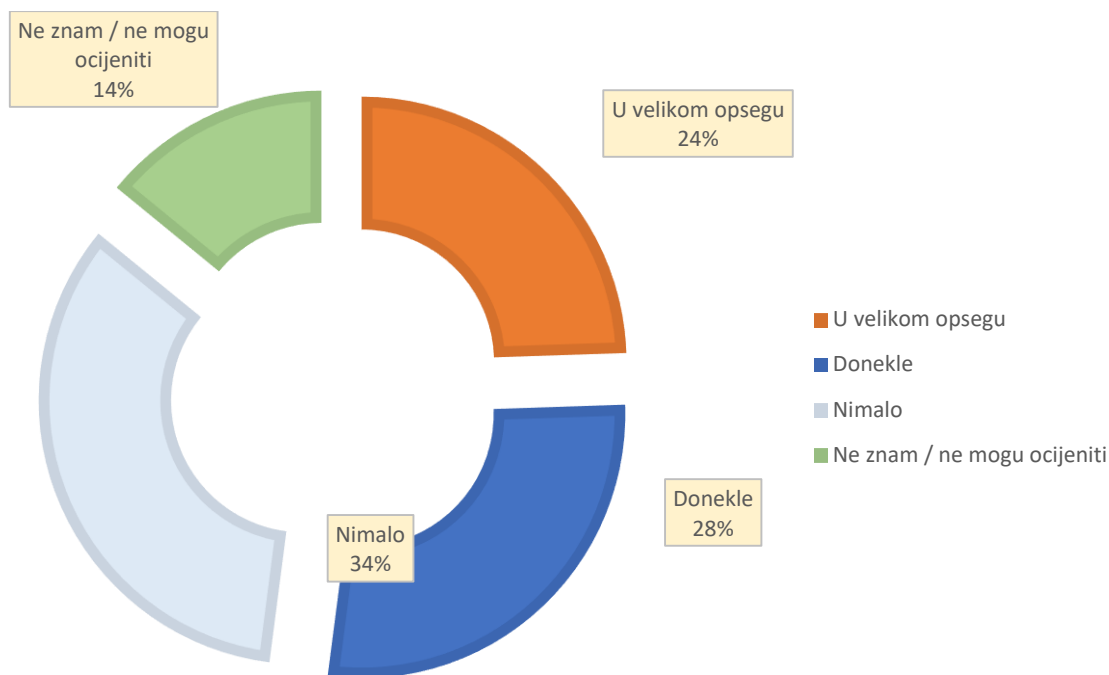
U nastavku su prikazani odgovori predstavnika privatnog sektora na tvrdnje vezane uz primjenu mjera održivosti gdje se može vidjeti da su mjere održivosti koje najviše primjenjuju u velikom opsegu „Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja“ (34,5%) te „Kupnja proizvoda i sirovina od poslovnih subjekata i poduzeća koja su certificirana u eko poslovanju.“ (32,2%) dok su mjere održivosti koje u najvećoj mjeri ne primjenjuju nimalo „Nabavka certifikata o eko-poslovanju“ (55,6%), „Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija“ (55,2%).



**Grafikon 20: Frekvencija odgovor privatnoga sektora na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Najveći postotak svih predstavnika privatnog sektora navedene mjere održivosti ne primjenjuje nimalo (33,9%), zatim donekle (27,6%) dok njih 24,5% iste mjere primjenjuje u velikom opsegu. Za odgovor ne znam / ne mogu ocijeniti odlučilo se njih 14,1%



**Grafikon 21: Postotak predstavnika privatnoga sektora prema načinu primjene mjera održivosti**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

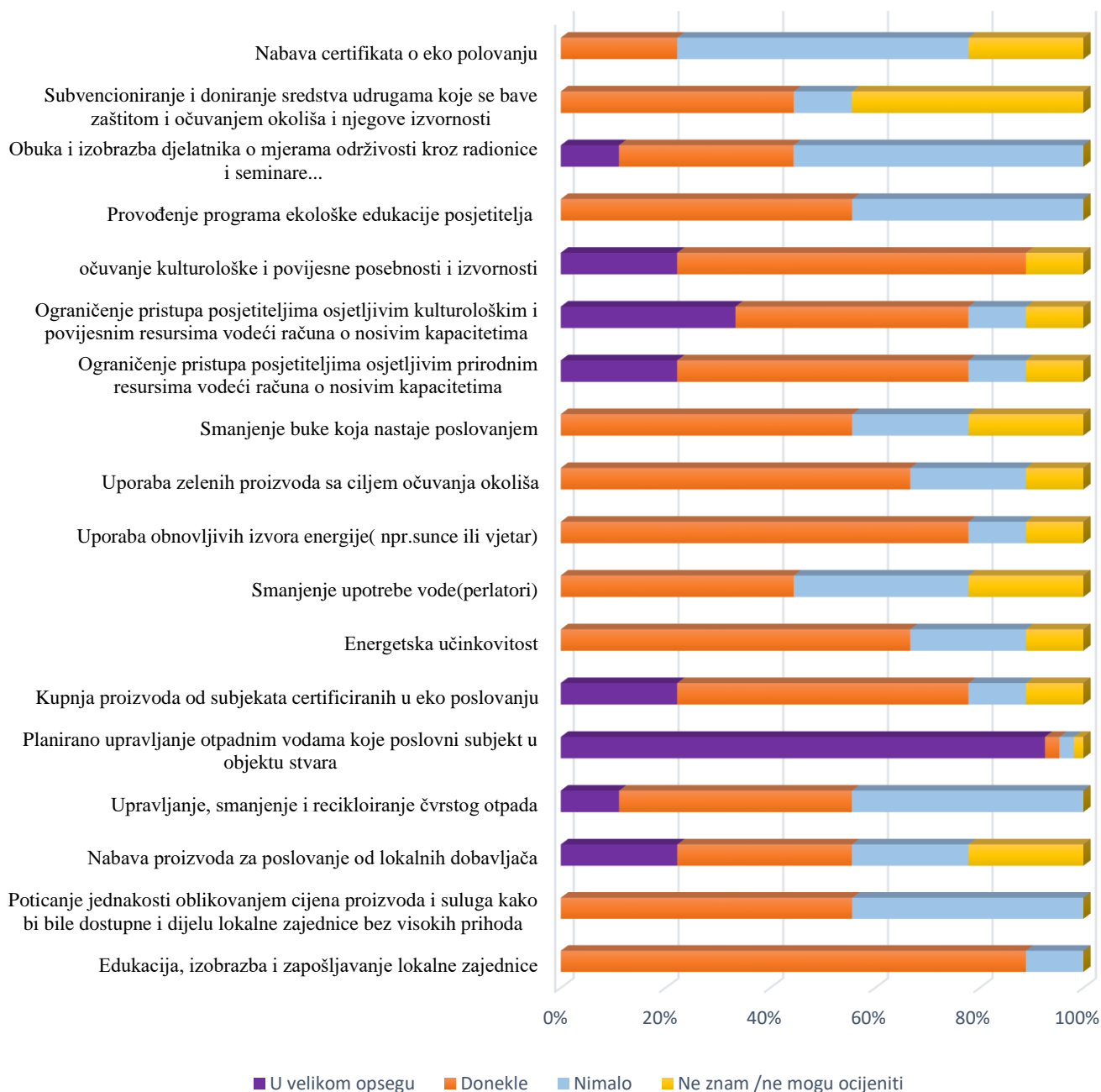
U Tablici 8. je prikazana deskriptivna statistika primjene mjera održivosti za organizacije civilnog društva, gdje se može uočiti da su mjere održivosti koje najviše primjenjuju „Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti“ (prosječna ocjena 2,00) te „Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.“ (2,00) dok su najmanje primjenjivane mjere održivosti „Nabavka certifikata o ekoposlovanju“ (3,00), „Subvencioniranje i doniranje sredstava udruga koje se bave zaštitom i očuvanjem okoliša i njegove izvornosti“ (3,00) te „Smanjenje upotrebe vode (npr. uporaba perlatora)“ (2,78).



**Tablica 8: Rezultati procjene primjene mjera održivosti za organizacije civilnog društva**

PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI – ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA	N		Mean	Median	Mode	Std. Dev.
	Valid	Missing				
Edukacija, izobrazba i zapošljavanje lokalne zajednice kao potpora kvalitetnom razvoju područja	9	0	2.11	2.00	2	.333
Poticanje jednakosti oblikovanjem cijena održivih proizvoda i usluga kako bi one bile dostupne i dijelu lokalne zajednice koja nema visoke prihode.	9	0	2.44	2.00	2	.527
Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja	9	0	2.44	2.00	2	1.130
Upravljanje, smanjenje i recikliranje čvrstog otpada (npr. kompostiranje otpada)	9	0	2.33	2.00	2 <sup>a</sup>	.707
Planirano upravljanje otpadnim vodama koje poslovni subjekt u poslovanju stvara.	9	0	2.67	3.00	2 <sup>a</sup>	1.000
Kupnja proizvoda i sirovina od poslovnih subjekata i poduzeća koja su certificirana u eko poslovanju.	9	0	2.11	2.00	2	.928
Energetska učinkovitost (npr. uporaba štedne rasvjete)	9	0	2.44	2.00	2	.726
Smanjenje upotrebe vode (npr. uporaba perlatora)	9	0	2.78	3.00	2	.833
Uporaba obnovljivih izvora energije (npr. sunce, vjetar, itd.)	9	0	2.33	2.00	2	.707
Uporaba zelenih proizvoda koji su nastali sa ciljem očuvanja kvalitete okoliša (npr. biorazgradivi materijali, reciklirani papir, itd.)	9	0	2.44	2.00	2	.726
Smanjenje buke koja nastaje poslovanjem i utječe na kvalitetu življenja ostalih dionika	9	0	2.67	2.00	2	.866
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.	9	0	2.11	2.00	2	.928
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.	9	0	2.00	2.00	2	1.000
Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti	9	0	2.00	2.00	2	.866
Provođenje programa ekološke edukacije posjetitelja	9	0	2.44	2.00	2	.527
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija	9	0	2.44	3.00	3	.726
Subvencioniranje i doniranje sredstava udruga koje se bave zaštitom i očuvanjem okoliša i njegove izvornosti	9	0	3.00	3.00	2 <sup>a</sup>	1.000
Nabavka certifikata o eko-poslovanju	9	0	3.00	3.00	3	.707
<b>PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>2.43</b>	<b>2.33</b>	<b>2.11</b>	<b>.479</b>

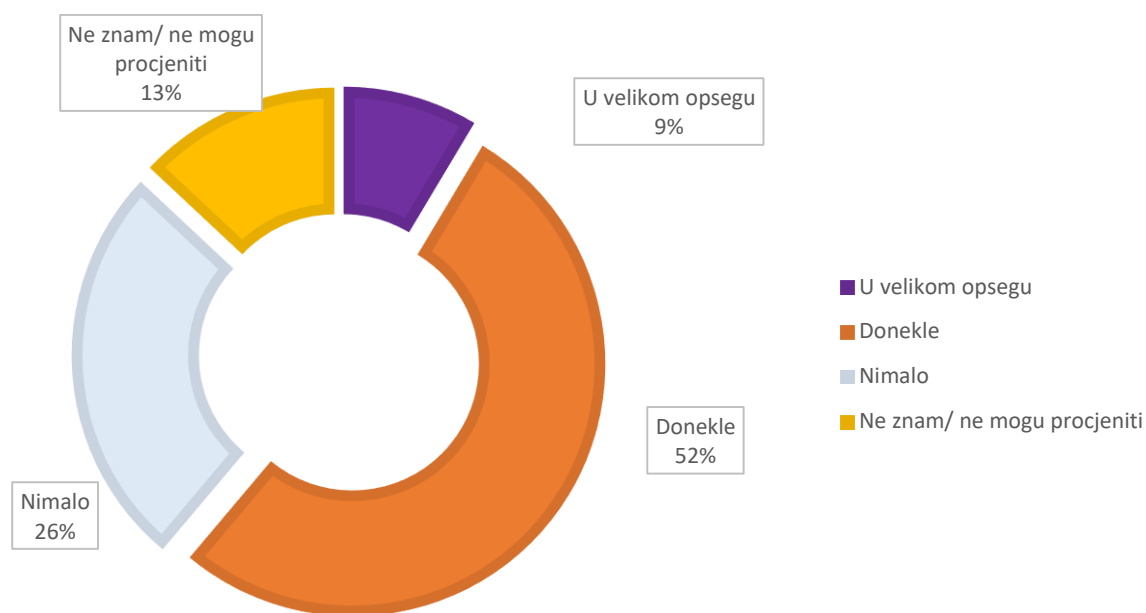
Izvor: vlastita izrada prema podacima istraživanja



**Grafikon 22: Frekvencija odgovor sektora civilnih organizacija na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Najveći postotak svih predstavnika organizacija civilnog društva navedene mjere održivosti primjenjuje donekle (52,5%), zatim nimalo (25,9%) dok njih 8,6% iste mjere primjenjuje u velikom opsegu. Za odgovor ne znam / ne mogu ocijeniti odlučilo se njih 13% (Grafikon 23.)



### **Grafikon 23:Struktura predstavnika sektora civilnih organizacija s obzirom na odgovor o stupnju primjene mjera održivosti**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

U Tablici 9. je prikazana deskriptivna statistika primjene mjera održivosti za javni sektor, gdje se može uočiti da su mjere održivosti koje najviše primjenjuju „*Uvažava upravljanje prirodnim resursima na kvalitetan način*“ (prosječna ocjena 2,00), „*Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima.*“ (2,14), „*Provođenje edukacija sa područja kvalitetnog i odgovornog poslovanja u turizmu*“ (2,14), „*Participacija i uključivanje osoba s posebnim potrebama u korištenju turističkih proizvoda i usluga*“ (2,14) te „*Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice, seminare i druge načine prenošenja informacija*“ (2,14) dok su najmanje primjenjivane mjere održivosti „*Uspostava eko-kulture na radnom mjestu ( npr. suprijevoz do posla ili dan dolaska na posao biciklom)*“ (2,57) te „*Poticanje rada udruga, zajednica i individualaca koji vode računa o razvoju turizma na odgovoran način*“ (2,57).

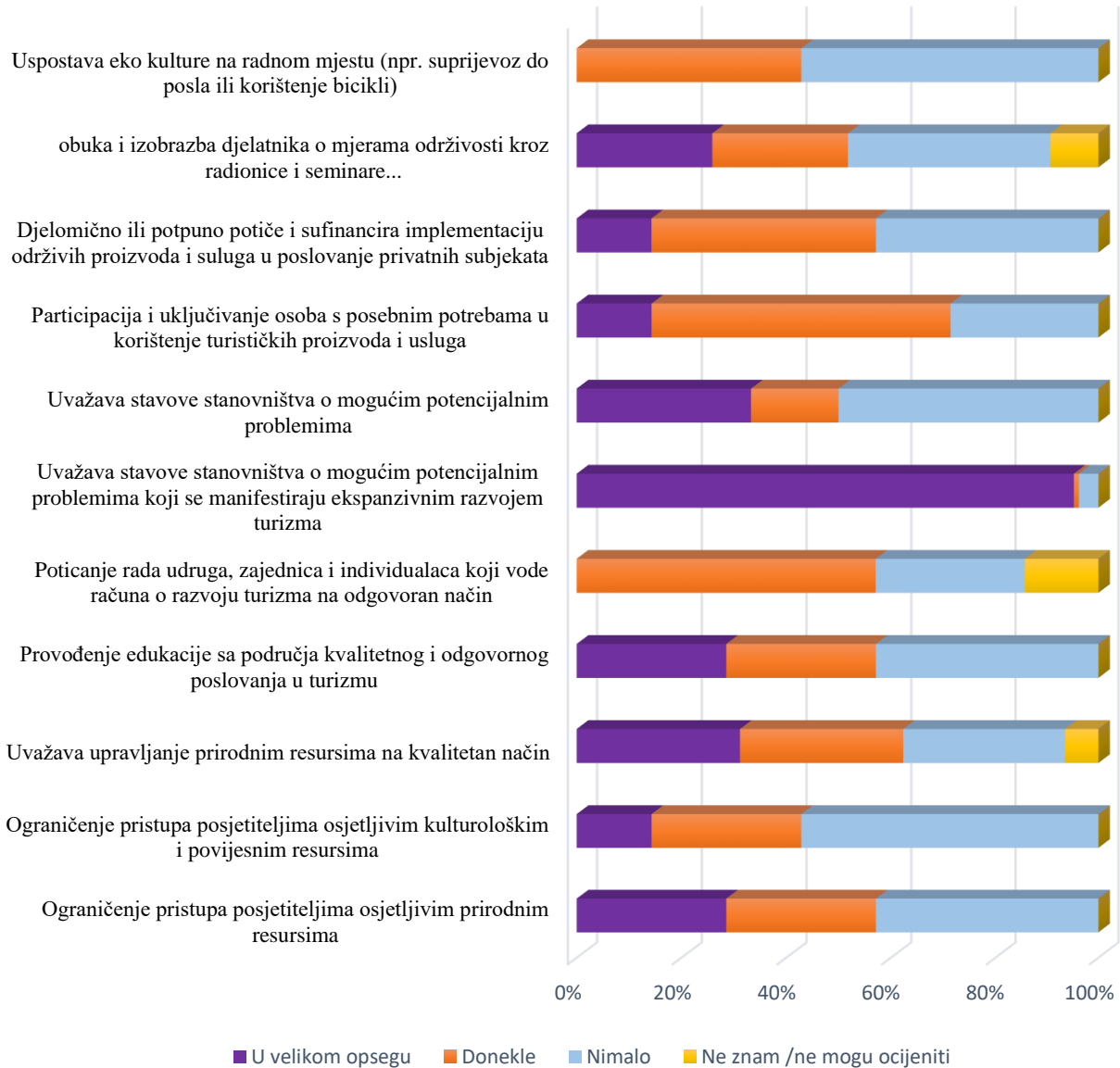
**Tablica 9: Rezultati procjene primjene mjera održivosti za javni sektor**

PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI – JAVNI SEKTOR	N		Mean	Median	Mode	Std. Dev.
	Valid	Missing				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima	7	0	2.14	2.00	3	.900
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima	7	0	2.43	3.00	3	.787
Uvažava upravljanje prirodnim resursima na kvalitetan način	6	1	2.00	2.00	1 <sup>a</sup>	.894
Provođenje edukacija sa područja kvalitetnog i odgovornog poslovanja u turizmu	7	0	2.14	2.00	3	.900
Poticanje rada udruga, zajednica i individualaca koji vode računa o razvoju turizma na odgovoran način	7	0	2.57	2.00	2	.787
Uvažava stavove stanovništva o mogućim potencijalnim problemima koji se manifestiraju ekspanzivnim turističkim razvojem	6	1	2.50	3.00	3	.837
Uvažava stavove stanovništva o mogućim potencijalnim problemima	6	1	2.17	2.50	3	.983
Participacija i uključivanje osoba s posebnim potrebama u korištenju turističkih proizvoda i usluga	7	0	2.14	2.00	2	.690
Djelomično ili potpuno potiče i sufinancira implementaciju održivih proizvoda i usluga u poslovanje privatnih subjekata	7	0	2.29	2.00	2 <sup>a</sup>	.756
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice, seminare i druge načine prenošenja informacija	7	0	2.14	2.00	3	.900
Uspostava eko-kulture na radnom mjestu ( npr. suprijevoz do posla ili dan dolaska na posao biciklom)	7	0	2.57	3.00	3	.535
<b>PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>2.28</b>	<b>2.40</b>	<b>1.27<sup>a</sup></b>	<b>.633</b>

Izvor : Vlastita izrada prema podacima istraživanja

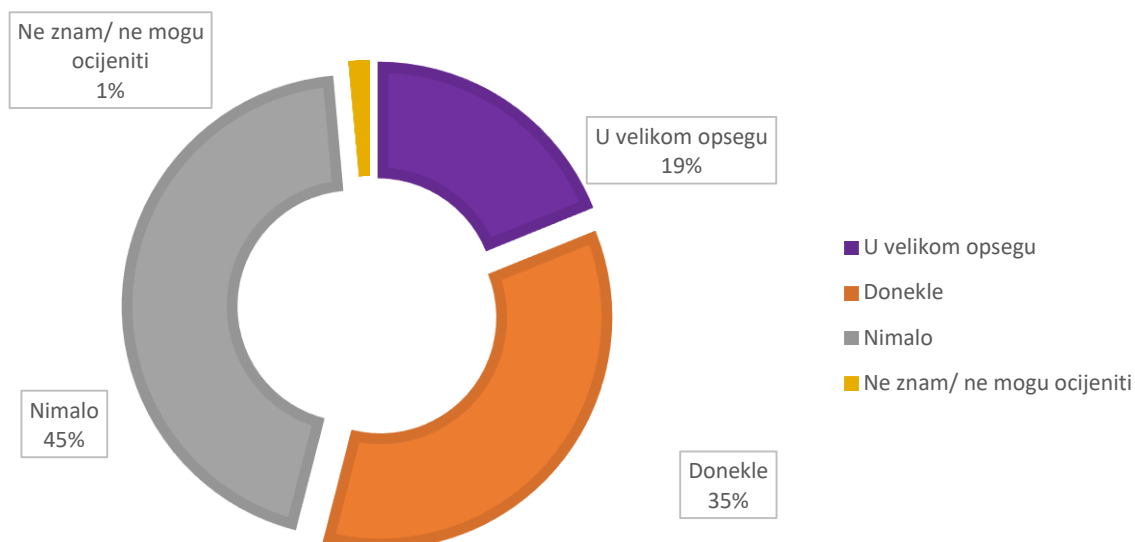
U nastavku su prikazani odgovori predstavnika javnog sektora na tvrdnje vezane uz primjenu mjera održivosti gdje se može vidjeti da su mjere održivosti koju najviše primjenjuju u velikom opsegu „Uvažava upravljanje prirodnim resursima na kvalitetan način“ (33,3%) te „Uvažava

stavove stanovništva o mogućim potencijalnim problemima“ (33,3%) dok su mjere održivosti koje u najvećoj mjeri ne primjenjuju nimalo „Uvažava stavove stanovništva o mogućim potencijalnim problemima koji se manifestiraju ekspanzivnim turističkim razvojem“ (66,7%), „Uspostava eko-kulture na radnom mjestu ( npr. suprijevoz do posla ili dan dolaska na posao biciklom)“ (57,1%) te „Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima“ (57,1%).



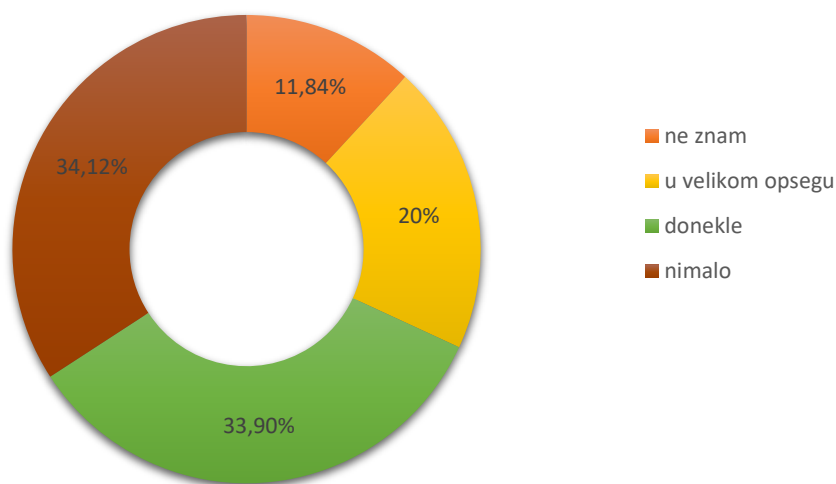
**Grafikon 24: Frekvencija odgovor privatnoga sektora na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem



**Grafikon 25: Struktura predstavnika javnog sektora s obzirom na odgovor o stupnju primjene mjera održivosti**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem



**Grafikon 26: Struktura svih ispitanika s obzirom na opseg primjene mjera održivosti**

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Na Grafikonu 26. možemo vidjeti strukturu svih ispitanika s obzirom na opseg primjene mjera održivosti, najveći broj ispitanika iz svih ispitanih sektora mjere održivosti ne primjenjuje uopće, dok najmanji broj njih te mjere implementira. 11,84% ispitanika nije moglo procijeniti opseg primjene mjera održivosti.

Rezultati pokazuju da u prosjeku mjere održivosti najviše primjenjuju predstavnici javnog sektora (prosječna ocjena 2,28), zatim predstavnici privatnog sektora (2,39) te predstavnici organizacija civilnog društva (2,43).

**Tablica 10: Deskriptivna statistika primjene mjera održivosti prema različitim skupinama nositelja turističke ponude grada Splita**

Statistics			
PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI			
Javni sektor ( tijela državne, regionalne i lokalne uprave ili samouprave)	N	Valid	7
		Missing	0
	Mean		2.28
	Median		2.40
	Mode		1.27 <sup>a</sup>
	Std. Deviation		.633
Privatni sektor ( turoperator, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)	N	Valid	29
		Missing	0
	Mean		2.39
	Median		2.61
	Mode		2.89
	Std. Deviation		.733
Organizacije civilnoga društva (nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	N	Valid	9
		Missing	0
	Mean		2.43
	Median		2.33
	Mode		2.11
	Std. Deviation		.479

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

### 5.5. Testiranje hipoteza

Primjenom Shapiro-Wilk testa utvrđeno je da promatrane varijable odstupaju od normalne distribucije pa su za testiranje hipoteza korištene neparametrijske metode.

***H1: Postoje razlike u stavovima o problemima razvoja turizma među različitim skupinama nositelja turističke ponude.***

Pri testiranju hipoteze H1 korišten je Kruskal-Wallis test gdje je grupirajuća varijabla bila vrsta ključnog dionika kojem ispitanici pripadaju. Za dimenziju ekonomskih problema u Tablici 11. najviši prosječni rang ostvaruju odgovori ispitanika iz javnog sektora, zatim privatnog te organizacije civilnog društva. Za dimenziju socio-kulturnih problema najviši prosječni rang ostvaruju odgovori ispitanika iz organizacija civilnog društva, zatim privatnog sektora te javnog, dok za dimenziju ekoloških problema najviši prosječni rang ostvaruju odgovori ispitanika iz javnog sektora, zatim privatnog te organizacije civilnog društva.

**Tablica 11: Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za ekonomske probleme**

		N	Prosjek (Mean Rank)
Ekonomski problemi	Javni sektor( tijela državne, regionalne i lokalne uprave i samouprave)	7	26,43
	Privatni sektor(turoperateri, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije i znamenitosti)	29	22,50
	Organizacije civilnoga društva( nevladine udruge, ekološke udruge i zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	9	21,94
	Total	45	

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem

Prosječna razina percepcije ekonomskih problema najveća je kod javnog sektora, veća je za 3,93 boda od privatnoga sektora i za 4,49 bodova veća od prosječne razine percepcije organizacija civilnoga društva.

**Tablica 12: Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za socio-kulturne probleme**

		N	Prosjek (Mean Rank)
Socio-kulturni problemi	Javni sektor( tijela državne, regionalne i lokalne uprave i samouprave)	7	21,64
	Privatni sektor(turoperateri, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije i znamenitosti)	29	22,14
	Organizacije civilnoga društva( nevladine udruge, ekološke udruge i zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	9	26,83
	Total	45	

Izvor: Vlastita izrada prema podacima prikupljenima istraživanjem



Prosječna percepcija razine socio-kulturnih problema najveća je kod organizacija civilnoga društva, veća je za 5,19 bodova od prosječne percepcije javnog sektora i za 4,69 bodova od prosječne percepcije privatnoga sektora.

**Tablica 13: Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za ekološke probleme**

		N	Prosjek (Mean Rank)
Ekološki problemi	Javni sektor( tijela državne, regionalne i lokalne uprave i samouprave)	7	26,50
	Privatni sektor(turoperateri, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije i znamenitosti)	29	22,78
	Organizacije civilnoga društva( nevladine udruge, ekološke udruge i zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	9	21,00
	Total	45	

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Prosječna percepcija razine ekoloških problema najveća je kod javnog sektora, veća je za 3,72 bod od prosječne percepcije privatnoga sektora i za 5,5 bodova od prosječne percepcije organizacije civilnoga društva.

Rezultati Kruskal-Wallis testa pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika u ocjeni ekonomskih problema ( $H=0,586$ ;  $p=0,746$ ), socio-kulturnih problema ( $H=0,971$ ;  $p=0,615$ ), kao ni ekoloških problema ( $H=0,722$ ;  $p=0,697$ ), prema vrsti ključnog dionika kojem ispitanici pripadaju pa se hipoteza H1 ne može prihvatiti.

**Tablica 14: Kruskal-Wallis test za hipotezu H1**

	Test Statistics <sup>a,b</sup>		
	EKONOMSKI PROBLEMI	SOCIO-KULTURNI PROBLEMI	EKOLOŠKI PROBLEMI
Kruskal-Wallis H	.586	.971	.722
Df	2	2	2
Asymp. Sig.	.746	.615	.697

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Kojoj skupini ključnog dionika pripadate

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

**H2: Postoje razlike u implementaciji mjera održivosti u poslovanju između različitih nositelja turističke ponude Grada Splita.**

Pri testiranju hipoteze H2 korišten je Kruskal-Wallis test gdje je grupirajuća varijabla bila vrsta ključnog dionika kojem ispitanici određenih sektora pripadaju. U Tablici 15. su prikazani prosječni rangovi primjene mjera održivosti prema vrsti ključnog dionika. Najviši rang što se tiče primjene mjera održivosti ostvaruju odgovori ispitanika iz privatnoga sektora, zatim iz organizacija civilnog društva te javnog sektora. Prosječna razina primjene mjera održivosti kako je prethodno navedeno je kod privatnog sektora najveća, te je za 3,27 bodova veća među ispitanicima tog sektora u odnosu na javni sektor, te za 1,67 bod veća nego kod prosječne ocjene organizacija civilnoga društva.

**Tablica 15: Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi**

		Ranks	
Kojoj skupini ključnog dionika pripadate:		N	Mean Rank
PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI	Javni sektor (tijela državne, regionalne i lokalne uprave ili samouprave)	7	20.57
	Privatni sektor (turoperatori, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)	29	23.84
	Organizacije civilnoga društva (nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu životinja te ljudskih i radničkih prava)	9	22.17
	Total	45	

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

Rezultati Kruskal-Wallis testa pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika u primjeni mjera održivosti ( $H=0,396$ ;  $p=0,820$ ) prema vrsti ključnog dionika kojem ispitanici pripadaju pa se hipoteza H2 ne može prihvatiti.

**Tablica 16: Kruskal-Wallis test**

Test Statistics <sup>a,b</sup>	
	PRIMJENA MJERA ODRŽIVOSTI
Kruskal-Wallis H	.396
Df	2
Asymp. Sig.	.820
a. Kruskal Wallis Test	
b. Grouping Variable: Kojoj skupini ključnog dionika pripadate	

Izvor: Vlastita izrada prema podacima dobivenima istraživanjem

## 5.6. Osvrt na istraživanje

Istraživanje koje je provedeno pruža uvid u percepciju i stavove dionika odnosno nositelja ponude grada Splita o problemima koji se manifestiraju razvojem turizma. Svrha istraživanja bila je ispitati i utvrditi stavove prethodno spomenutih dionika o ekonomskim, socio-kulturnim i ekološkim problemima koji nastaju uslijed sve ekspanzivnijeg turističkog razvoja grada, te dodatno utvrditi u kolikom opsegu isti dionici primjenjuju mjere održivosti. U istraživanju je sudjelovalo 45 ispitanika, provedeno istraživanje nije potvrdilo istraživačke hipoteze koje su postavljene, čime se dolazi do zaključka da rezultati nisu konačno usklađeni sa početnim teorijskim odrednicama koje su se koristile kao ishodište istraživanja.

Istraživanjem se došlo do zaključka da se najveći broj ispitanika iz svih sektora u potpunosti slaže sa svim navedenim ekonomskim problemima. Najveći broj ispitanika svih sektora slaže se da turizam svojim razvojem u gradu Splitu vodi do rasta cijena nekretnina, dok se s druge strane najmanji broj ispitanika svih sektora slaže da turizam svojim razvojem dovodi do zatvaranja tradicijskih obrta i zanata, kod ovog problema je zabilježen i najveći disparitet odnosno razlika u stavovima svih ispitanika.

U dimenziji socio-kulturnih problema istraživanjem se došlo do zaključka da se najveći broj ispitanika iz svih sektora slaže da turizam generira određene probleme. Kao najveći problem ispitanici su izdvojili da snažan turistički razvoj utječe na neravnomjeran razvoj grada te uz to posljedično sve snažnije i intenzivnije iseljavanje stanovništva iz jezgre grada te

demografsko propadanje općenito. Najmanji broj ispitanika u dimenziji socio-kulturnih problema je izdvojio da turizam stvara sukobe između stanovništva i posjetitelja.

Istraživanjem se došlo do zaključka da se najveći broj ispitanika u kategoriji ekoloških problema slaže da turizam stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta čime se dovodi do estetskih i funkcionalnih gubitaka po grad.

Sa aspekta pojedinačnih dionika odnosno nositelja ponude grada Splita istraživanje je došlo do zaključka da javni sektor ekonomske probleme koji se manifestiraju razvojem turizma u gradu Splitu smatra prioritetima u odnosu na druge skupine ispitanika zbog čega su im i dodjelili najveću prosječnu ocjenu ali i najveću ocjenu na Likertovoj ljestivici korištenoj u ovom istraživanju. S druge strane najmanje prioritetnima i izraženima promatrani su od strane predstavnika privatnoga sektora. Socio-kulturnim problemima najvišu ocjenu su dali predstavnici organizacija civilnoga društva prema prioritetima izraženima na Likertovoj ljestivici, a najnižu pak predstavnici javnog sektora koji ovu kategoriju problema ocjenjuje i smatra kao najmanje utjecanu na sam grad Split. Ekološke probleme javni sektor u odnosu na ostale kategorije ispitanika smatra prioritetnijima zbog čega im dodjeljuje najvišu ocjenu problema koji se manifestiraju snažnim i ekspanzivnim turističkim razvojem, dok ih kao najniže ocjenjenu kategoriju problema promatra sektor organizacija civilnog društva te sukladno tome dodjeljuje najnižu ocjenu problematike na Likertovoj skali korištenoj u ovom istraživanju. Što se pak primjene mjera održivosti tiče, generalno mjere održivosti najviše ocjenjuju predstavnici javnog sektora, kao nositelji koji ocjenjuju prema Likertovoj skali te mjere održivosti kao značajno zastupljene u gradu Splitu, dok s druge strane najnižu prosječnu ocjenu primjene mjera održivosti i najmanju važnosti istim spomenutim mjerama pridodaju najmanje predstavnici organizacija civilnoga društva. Istraživanjem je nadalje utvrđeno kako najveći broj ispitanika ne primjenjuje navedene mjere održivosti, dok najmanji broj ispitanika svih sektora te mjere primjenjuje u velikome opsegu. Mjera održivosti koju su izdvojili svi ispitanici kao onu koju najviše primjenjuju je planirano i sustavno upravljanje otpadnim vodama.

Konačno, zaključak do kojeg se istraživanjem došlo je da ne postoje značajne razlike u stavovima nositelja turističke ponude o problemima razvoja turizma. Budući da je uzorak u obzir uzeo stručnjake iz turizma možemo vidjeti kako su svi svjesni problema koji nastaju razvojem turizma i nepostojanja sustavnog i planskog pristupa budućem razvoju. Jednako tako zaključak do kojeg se istraživanjem došlo je i da ne postoji razlika u primjeni mjera

održivosti između različitih nositelja turističke ponude grada Splita. Glavni razlog tome je činjenica da ulaganje u implementaciju različitih održivih rješenja zahtijeva velika izdavanja, kako novca pa tako i vremena, a to su dva najveća ograničavajuća faktora za sve sektore sadržane u ovom istraživanju. Ograničenje ovoga istraživanja najviše se očituje kroz broj popunjenih anketnih upitnika, ali osim upitnika i strukture ispitanika istraživanja. Naime, moguće je da ukoliko je broj ispitanika bio veći te struktura istih ispitanika po sektorima ujednačenija, odnosno brojčano bliža da bi i rezultati cjelokupnog istraživanja imali drugačiji rezultat u odnosu na rezultate dobivene sa postojećim uzorkom i strukturom. Kao ograničenje se navodi i razdoblje prikupljanja podataka. Naime, radi se o razdoblju globalne pandemije koja je prouzrokovala da veliki broj potencijalnih ispitanika, odnosno gospodarstvenika nije niti otvorio svoje poslovne objekte pa je posljedično broj potencijalnih ispitanika bio značajno manji nego da se radilo o situaciji normalnih uvjeta.

Ispitanici su kroz istraživanje ukazali da smatraju da postoje problemi u svakoj pojedinoj kategoriji, ali generalno njihov stav prema turizmu nije negativan, što ostavlja prostora da se odgovornim planiranjem stvori kvalitetan i opće prihvaćen turistički napredak grada Splita, u smislu kvalitetnije potpore u vidu strategija, planova i dokumenata koji će potpomoći da taj napredak bude kvalitetan i održiv za budućnost. No bitno je naglasiti da zbog veličine i strukture uzorka ovi podaci su isključivo indikativni te se ne mogu generalizirati na cjelokupnoj razini.

## 6. ZAKLJUČAK

Gradovi sa svojim obilježjima i vrijednostima danas postaju jedne od najznačajnijih turističkih destinacija svijeta. S ciljem stvaranja i razvoja kvalitetnog urbanog turizma važno je uspostaviti sustav zajedničke i kvalitetne suradnje svih dionika koji stvaraju turističku ponudu samoga grada. Tek zajedničkim radom koji uvažava različite potrebe dionika mogu se stvoriti preduvjeti za planski i kvalitetan turistički razvoj grada.

Iz ranije iznesenih rezultata jasno je da je povijesni grad Split značajna turistička destinacija koja iz godine u godinu privlači sve veći broj posjetitelja. Iako sve veća posjećenost grada ima pozitivne učinke na gospodarski rast i razvoj, dotle se javlja i niz problema koji nastaju kao posljedica sve snažnijeg turističkog rasta, u ekonomskom, ekološkom i socio-kulturnom aspektu. Konkretno, problemi s kojima se grad Split suočava vidljivi su kroz snažan rast cijena nekretnina i proizvoda što posljedično utječe na cjelokupnu kvalitetu življenja i stanovanja. Sve prethodno opisano rezultira činjenicom da se stanovništvo iseljava, posebice mlado stanovništvo i obitelji sa djecom, a ostaje pretežito starije stanovništvo koje je nerijetko netrepeljivo prema turistima koji posjećuju Grad. Dodatno kao problem povijesnog dijela grada Splita ističe se i prekomjerna apartmanizacija te izmjena i prilagodba gradske jezgre u isključivo turističke svrhe što predstavlja problem, ne samo u aspektu mogućnosti i kvalitete življenja, već i kao estetski problem nagrđivanja vizure povijesnog dijela grada i same Palače. Zbog sve veće turistifikacije jezgra Grada gubi svoj tradicionalni izričaj, kulturu življenja i svoj prepoznatljiv duh.

Rezultati istraživanja objašnjavaju stavove različitih nositelja turističke ponude grada o problemima koji nastaju kao posljedica snažnog turističkog razvoja grada Splita. Također, rezultati ovog istraživanja pokazuju u kojem opsegu isti nositelji turističke ponude grada implementiraju mjere održivosti u svoje poslovanje. Istraživanjem se došlo do spoznaje da je turizam, što se ekonomskih problema tiče, najviše utjecao na kvalitetu i mogućnosti življenja u uskom povijesnom dijelu grada. Problemi su također prisutni i u socio-kulturnoj sferi, a posebno je istaknut problem iseljavanja stanovništva iz povijesne jezgre grada te demografsko propadanje kao posljedica iseljavanja. Kao najveći problem u domeni ekoloških problema istaknut je problem iznimno snažnog pritiska na komunalnu infrastrukturu što predstavlja prijetnju njenoj mogućoj upotrebi i očuvanju u budućnosti.

Što se pak primjene mjera održivosti tiče, rezultati istraživanja pokazuju da najveći broj ispitanika malo primjenjuje mjere održivosti, čime je jasno da je to područje koje nije poznato ispitanim nositeljima turističke ponude Splita, te da je to područje koje zahtijeva unaprijeđenje, kroz različite radionice, seminare ili potpore sa ciljem ukazivanja na važnost i značaj primjene koncepta održivosti u vlastitom poslovanju, a koje se reflektira na unaprijeđenje i stvaranje kvalitetnog urbanog turizma grada Splita.

Iz svega navedenoga jasno je da grad Split nailazi na niz problema koji se manifestiraju turističkim razvojem, a koji utječu na kvalitetu življenja njegovog stanovništva. Isto tako, jasno je, da tek zajednička suradnja svih nositelja ponude turizma grada Splita može stvoriti preduvjete za održiv i kvalitetan ukupan rast i napredak turizma. Prema odgovorima ključnih ispitanika jasno je važnost primjene mjera održivosti nije dovoljno prepoznata niti implementirana zbog čega se stavlja važan naglasak na potrebu shvaćanja važnosti koncepta održivosti kao preduvjeta koji omogućava rast i razvoj urbanog turizma na odgovoran i kvalitetan način koji pritom vodi računa o potrebama svih dionika koji u njegovom razvoju i sudjeluju.

# LITERATURA

## Knjige, časopisi i radovi

1. Ashworth, G., Tunbridge, J., (2000), Cohen-Hattab, K. 'Historical Research and Tourism Analysis: The Case of the Tourist-Historic City of Jerusalem', *Tourism Geographies*, 6,3(2004), pp. 279-302
2. Ashworth, G., Page, S. J., (2010), *Urban tourism research : Recent progress and current paradoxes*
3. Bartoluci, M., (2013.), *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Udžbenici Sveučilišta u Zagrebu, Školska knjiga
4. Belošević, B., Tokić, K., Marušić, Z., Čorak, S., *Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija*, Institut za turizam, Zagreb, str. 11., dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/180926\\_unwto\\_definicije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf)
5. Birkić, D., (2016.), *Održivi turistički razvoj priobalne destinacije*, Doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
6. Bock, K., (2015.), *The changing nature of city tourism and its possible implications for the future cities*, *Eur J Futures Res* 3:20
7. Božić, N., Dumbović Bilušić, B., (2011.), *Modeli upravljanja procesima obnove i razvoja povijesnih gradova*, Međunarodni znanstveno- stručni skup, Hrvatska selekcija ECOVAST-a, Ivanić Grad
8. Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*, 21, 1, p. 97-116., London
9. Bulimbašić, S., (2008.), *U službi baštine*, Kvartal V-4-2008,
10. Castela, A., (2018), *Impacts of Tourism in an Urban Community : The Case of Alfama*, *Athens Journal of Tourism- Volume 5, Issue*
11. Castells, M., (1980.), *Urbana kriza, politički procesi i urbana teorija*, *Revija za sociologiju*, Vol X, No. 1-2
12. Chang, T. C., Milne, S., Fallon, D. i Pohlmann, C., 1996. *Urban Heritage Tourism: The Global-Local Nexus*. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 284-305.; prema: Law, C. M., 1993. *Urban Tourism. Attracting Visitors to Large Cities*. London: Mansell.



13. Cooper C., Hall C. M. (2008), Contemporary tourism: An international approach, BH Elsevier, Oxford, UK
14. Cooper, C., Scott, N., (2010.), Innovation for sustainable urban tourism : some thoughts on best practice , RAP- RIO DE JANEIRO, 44(5): 1171-194 SET./OUT.,
15. Čaldarović, O., (2010.), Još jednom o urbanoj obnovi, O pojmovima i procesima obnove urbanoga nasljeđa, Zaštita baštine
16. Černelić, M., Rajković, M. (2007.), Mogućnost revitalizacije tradicijske baštine na području krivog puta u senjskom zaleđu, Stud. ethnol. Croat., vol. 19
17. Dujmović, M., (2019.), Komercijalizacija kulturne baštine u turizmu, Soc. ekol. Zagreb, Vol. 28(2019), No. 2., Fakultet ekonomije i turizma „ Dr. Mijo Mirković, Pula
18. Dulčić, A., Petrić, L., (2001.), Upravljanje razvojem turizma, Udžbenici Sveučilišta u Splitu, MATE
19. Edwards, D., Griffin, T., Hayllar, B., (2008.), Urban Tourism Research, Developing an Agenda, Annals of Tourism Research, Vol. 35., no 4
20. FINA, Rezultati poslovanja poduzetnika sa sjedištem u Splitu za 2018.godinu, dostupno na : <https://www.fina.hr/-/rezultati-poslovanja-poduzetnika-sa-sjedistem-u-splitu-u-2018.-godini>
21. Gotovac Svirčić, A., (2009.), Utjecaj društvenih aktera na procese gentrifikacije i pauperizacije : Primjer Zagreba, Disertacija, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Odsjek za sociologiju
22. Gračan, D., (2003.), Uloga strateškog upravljanja u koncepciji dugoročnog razvitka Hrvatskog turizma, Tour. Hosp. manag. God. 9, Br. 2,
23. Grad Dubrovnik, (2017.), Strateški plan grada Dubrovnika 2018.-2020
24. Grad Split (2010.), Prostorni plan uređenja Grada Splita
25. Grad Split (2016.), Strategija razvoja urbane aglomeracije Split
26. Hakeem, S.M.A., Khan, M.Y.H., (2018), Urban Tourism: The perspective on tourism impacts in Cambridge, United Kingdom, Marketing and Management of Innovations, Issue
27. Hrovatin, M., (2013.), Procesi očuvanja i propisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj, Ministarstvo kulture RH,
28. Institut za turizam,(2011.), Izazovi upravljanja turizmom, Zagreb
29. Institut za turizam, (2018.), Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma, Zagreb

30. Int, P., (2008.), Air quality in the historic city of Bruges, a bright future for hybrid buses, EET-2008, European Ele-Drive Conference, Geneva
31. Jelinčić, D.A., (2008), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb
32. Jokić, B., (1995.), Problemi urbanog turizma, Acta Turistica, Vol. 7, No.1, pp. 43- 59, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
33. Kečkemet, D., (2002.): Prošlost Splita, Marjan tisak, Split
34. Klarić, Z., et.al. (2018): Studija prihvatnih kapaciteta turizma na području Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, Turistička zajednica SDŽ
35. Klarin, T., (2017), Kreiranje modela održivog razvoja turizma u urbanim destinacijama Republike Hrvatske, Doktorski rad, Sveučilište u Rijeci, Ekonomski fakultet Rijeka
36. Klempić Bogadi, S., (2004.), Utjecaj imigracije na strukture stanovništva Splita, UDK; 314.742;314.93, Institut za migracije i narodnost, Zagreb
37. Krivošejev, V., (2014.), Upravljanje baštinom i održivi turizam, Beograd
38. Law, C.M., (2001.), Urban tourism : The visitor economy and growth of large cities, School of the Environment and Life Sciences, University of Salford, Manchester
39. Law, C.M., (2002), Urban Tourism Second edition : The Visitor Economy and the growth of Large Cities
40. Leimgruber, W., (2013.): Proizvodnja baštine; Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi, Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb
41. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z., (2018.), Menadžment turističke organizacije i destinacije, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
42. Martland, R., (2007), Culture, City Users and the creation of New Tourism Areas in Cities, CAB International., Tourism, Culture and Regeneration
43. Ministarstvo kulture Republike Hrvatske (2011), Strategija zaštite, očuvanja i održivog gospodarskog korištenja kulturne baštine Republike Hrvatske za razdoblje 2011.-2015
44. Pavlović Križman, D., Živolić, S., (2008.), Upravljanje marketingom turističke destinacije: Stanje i perspektive u Republici Hrvatskoj, Ekonomska istraživanja, Vol 21, No. 2(99-113
45. Perković, Z., (1989.), Povijesna jezgra i grad Split, Urbanistički zavod Dalmacije, BAŠTINA 14/19, 224-227
46. Peršić, M., (2004), Stanje, konkurentnost i mogućnost unaprjeđenja turističke ponude Baške i Kvarnera, Fakultet za turizam i hotelski menadžment, Opatija
47. Peršić, S., Rudan, E., (2011.), Razvoj turizma malog povijesnog grada Mošćenica, Međunarodni znanstveno- stručni skup, Ivanić Grad

48. Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. and Postma, A., 2018, Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels
49. Petrić, L., (2007.), Osnove turizma, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet Split
50. Petrić, L., (2011.), Upravljanje turističkom destinacijom- načela i praksa, Ekonomski fakultet Split, Sveučilište u Splitu
51. Petrić, L., et.al. (2015.), Plan upravljanja povijesnim kompleksom Splita s Dioklecijanovom palačom, Grad Split
52. Poljičak, I., (2014.), Utjecaj suvremenog kulturnog turizma na promjene načina života u starim gradskim jezgrama na hrvatskoj obali, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 1-2/2014
53. Rabotić B., (2013), Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola Beograd
54. Rudančić, A., (2018.), Značaj i uloga destinacijskoga menadžmenta, Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, Acta Economica Et Turistica, Vol. 4, No.1, pp. 1-120
55. Shoval, N., (2018.), Urban planning and tourism in European cities, Tourism Geographies, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, Routledge
56. Sindik, J., Vidak, N., (2013), Sindik, J., Vidak, N., (2015.), Prodaja nekretnina u staroj Dubrovačkoj jezgri- činjenice i gledišta prodavatelja i lokalnog stanovništva, Tranzicija, Vol XVII, Br.35
57. Sindik, J., Manojlović, N., Klarić, M., (2017.), Percipirani učinci krizing turizma kod stanovnika Dubrovnika, Ekon.misao i praksa, DBK. God. XXVI(2017.), BR.1. (151-170),
58. Štahan, K., (2014.), Energetski učinkovita arhitektura u urbanom održivom turizmu, Prostor, Znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam, Sveučilište u Zagrebu, Arhitektonski fakultet
59. Tomljenović, R., Kunst, I., Hendija, Z., Boranić, S. (2009): Plan razvoja kulturnog turizma Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, Zagreb
60. Turistička zajednica grada Splita(2017.), Strateški marketinški plan destinacije Split 2017-2022, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu
61. Vojnović, B., (1992.), Sveti Duje- Zaštitnik Splita, Etnol. trib. 15, 1992., str 175-183, Etnografski muzej, Split

62. Vrtiprah, V., (2006.), Kulturni resursi kao činitelji turističke ponude u 21. stoljeću, Ekonomska misao, praksa, DBK, god. XV, Br.2
63. Vrtiprah, V., (2017.), Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika, Ekonomska misao i praksa dbk, br.1.(267-284
64. Vukonić,B.,(2008), Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija, Acta turistica nova, Vol. 2. No. 1
65. Vukonić, B., (2018), Sličnosti i različitosti povijesnih gradova kao turističkih destinacija, Acta Turistica, Vol 30., special issue
66. Zelenika, R., (2000), Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet Rijeka

### **E-poveznice**

1. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
2. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-2019-nov>
3. <http://www.edubrovnik.org/demografski-podaci/>
4. <https://visitdubrovnik.hr/hr/o-nama/statistika/>
5. [http://www.exlibris.hr/Prijatelj\\_Spomenici\\_Splita-Kroz\\_proslost\\_Splita.pdf](http://www.exlibris.hr/Prijatelj_Spomenici_Splita-Kroz_proslost_Splita.pdf) (
6. <https://www.split.hr/o-splitu/povijest-gradova>
7. <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=27>
8. <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=6212&kdId=408957949>
9. <https://visitsplit.com/hr/1319/splitske-legende>
10. <https://visitsplit.com/hr/4437/2020-godina>

## POPIS TABLICA

Tablica 1:Naziv i površina naselja koja teritorijalno i administrativno pripadaju Gradu Splitu. ....	39
Tablica 2:Dolasci domaćih i stranih turista u periodu od 2015 do srpnja 2020. godine .....	54
Tablica 3:Noćenja domaćih i stranih turista u periodu od 2015 do srpnja 2020. godine.....	54
Tablica 4:Osnovna obilježja uzorka .....	58
Tablica 5:Deskriptivna statistika problema koje manifestira razvoj turizma.....	62
Tablica 6:Deskriptivna statistika problema koje manifestira razvoj turizma prema različitim skupinama nositelja turističke ponude grada Splita .....	66
Tablica 7:Deskriptivna statistika primjene mjera održivosti (privatni sektor).....	68
Tablica 8: Deskriptivna statistika primjene mjera održivosti (organizacije civilnog društva). 71	
Tablica 9:Deskriptivna statistika primjene mjera održivosti (javni sektor) .....	74
Tablica 10:Deskriptivna statistika primjene mjera održivosti prema različitim skupinama nositelja turističke ponude grada Splita .....	77
Tablica 11:Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za ekonomske probleme .....	78
Tablica 12:Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za socio-kulturne probleme .....	78
Tablica 13:Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi za ekološke probleme .....	79
Tablica 14:Kruskal-Wallis test.....	79
Tablica 15:Kruskal-Wallis test – prosječni rangovi.....	80
Tablica 16:Kruskal-Wallis test.....	81

## POPIS SLIKA

Slika 1 : Resursi urbanog turizma .....	22
Slika 2:Model turističkog povijesnog grada.....	27
Slika 3:Odrednice za uspješno funkcioniranje DMO-a.....	35

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1:Usporedba kretanja broja stanovnika prema cjelinama .....	40
Grafikon 2:Stanovništvo naselja Splita prema dobnoj strukturi. ....	41
Grafikon 3:Poduzetnici prema broju zaposlenih u 2018. godini na području grada Splita.....	42

Grafikon 4: Poduzetnici prema ukupnim prihodima u 2018. godini na području grada Splita	42
Grafikon 5: Broj kreveta prema vrstama smještajnih kapaciteta u periodu 2015-2020. godine	51
Grafikon 6: Prikaz strukture hotelskog smještaja s obzirom na broj ležajeva (lijevo) i broj obveznika (desno)	51
Grafikon 7: Usporedba strukture smještajnih kapaciteta za 2015. i 2020. godinu	52
Grafikon 8: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista u periodu 2015-2019. po broju ukupnih kreveta	52
Grafikon 9: Ukupni turistički dolasci i noćenja grada Splita za razdoblje od 2015- do lipnja 2020. godine	53
Grafikon 10: Dolasci po mjesecima za 2019. godinu na području grada Splita	53
Grafikon 11: Noćenja po mjesecima za 2019. godinu na području grada Splita	54
Grafikon 12: Struktura ispitanika prema spolu	59
Grafikon 13: Struktura ispitanika prema dobi	59
Grafikon 14: Struktura ispitanika prema razini dovršenog stupnja obrazovanja	60
Grafikon 15: Struktura ispitanika prema broju godina radnog iskustva u vezi sa turizmom	60
Grafikon 16: Struktura ispitanika prema kategoriji dionika kojoj pripadaju	61
Grafikon 17: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za ekonomske probleme razvoja turizma u gradu Splitu	64
Grafikon 18: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za socio-kulturne probleme razvoja turizma u gradu Splitu	65
Grafikon 19: Frekvencija odgovora svih ključnih ispitanika na tvrdnje vezane za ekološke probleme razvoja turizma u gradu Splitu	65
Grafikon 20: Frekvencija odgovor privatnoga sektora na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju	69
Grafikon 21: Postotak predstavnika privatnoga sektora prema načinu primjene mjera održivosti	70
Grafikon 22: Frekvencija odgovor sektora civilnih organizacija na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju	72
Grafikon 23: Struktura predstavnika sektora civilnih organizacija s obzirom na odgovor o stupnju primjene mjera održivosti	73
Grafikon 24: Frekvencija odgovor privatnoga sektora na tvrdnje vezane za primjenu mjera održivosti u vlastitom poslovanju	75

Grafikon 25:Struktura predstavnika javnog sektora s obzirom na odgovor o stupnju primjene mjera održivosti.....	76
Grafikon 26: Struktura svih ispitanika s obzirom na opseg primjene mjera održivosti.....	76

## SAŽETAK

Temeljna svrha ovog istraživanja je objasniti teorijski okvir koncepta urbanog turizma s posebnim naglaskom na povijesne gradove. Također cilj istraživanja je i uvidjeti te razumjeti stavove ključnih nositelja ponude prema ekonomskim, socio-kulturnim te ekološkim problemima koji nastaju kao rezultat snažnog, brzog i nekontroliranog turističkog razvoja u urbanim destinacijama. Osim toga, svrha ovog istraživanja je doći do relevantnih rezultata i spoznaja o primjeni mjera održivosti, kako u gradu pa tako i u poslovanju subjekata u uskoj vezi s turizmom. Na temelju obrađene i dostupne literature ovo istraživanje odnosi se na područje povijesnog grada Splita koje iz godine u godinu postaje sve značajnija turistička destinacija.

Istraživanjem se došlo do zaključka kako su svi dionici svjesni postojanja problema u svim obrađenim kategorijama problema te da ne postoji značajna razlika u stavovima između nositelja turističke ponude grada Splita. Problemi su prisutni u gradu Splitu, a kao rješenje istih navodi se prije svega sustavan i planski pristup razvoju turizma, zajednička suradnja svih dionika te uvažavanje stavova i potreba svakog od spomenutih dionika. Rezultati također pokazuju da najveći broj ispitanika ne primjenjuje mjere održivosti u opsegu koji bi bio zadovoljavajući i koji bi ukazivao na kvalitetan i održiv razvoj urbane destinacij. Rezultati upućuju na zaključak kako ne postoji razlika u implementaciji mjera održivosti bez obzira o kojem nositelju turističke ponude se radi. U konačnici rezultati ali i cjelokupno istraživanje ukazuju na važnost i snažnu potrebu uvažavanja stavova ali i suradnje različitih sektora, odnosno nositelja turističkog napretka, kao najznačajnijih i najrelevantnijih sudionika u procesu stvaranja održivog razvoja povijesne cjeline Splita koji su važan faktor u oblikovanju i razvoju kvalitetne i konkurentne destinacije kako za sadašnjost pa tako i za budućnost i nove generacije koje će uslijediti.

Ključne riječi : urbani turizam, povijesni grad, problemi razvoja turizma, nositelji turističke ponude



## SUMMARY

The main purpose of this research is to explain the theoretical framework of the concept of urban tourism with special emphasis on historic cities. Also, the aim of the research is to see and understand the attitudes of key stakeholders towards economic, socio-cultural and environmental problems that arise as a result of strong, rapid and uncontrolled tourism development in urban destinations. In addition, the purpose of this research is to obtain relevant results and insights into the application of sustainability measures, both in the city and in the business of entities closely related to tourism. Based on the processed and available literature, this research refers to the area of the historic city of Split, which from year to year is becoming an increasingly important tourist destination.

The research came to the conclusion that all stakeholders are aware of the existence of problems in all treated categories of problems and that there is no significant difference in attitudes between the holders of the tourist offer of the city of Split. Problems are present in the city of Split, and the solution to them is primarily a systematic and planned approach to tourism development, joint cooperation of all stakeholders and respect for the views and needs of each of these stakeholders. The results also show that the majority of respondents do not apply sustainability measures to the extent that would be satisfactory and that would indicate the quality and sustainable development of urban destinations. The results suggest that there is no difference in the implementation of sustainability measures, regardless of the holder of the tourist offer. Ultimately, the results and the overall research indicate the importance and strong need to respect the views and cooperation of different sectors, or carriers of tourism progress, as the most important and relevant participants in the process of creating sustainable development of the historical city of Split for both the present and the future and for the new generations.

Key words: urban tourism, historical city, problems of tourism development, holders of tourist offer

# PRILOZI

## Anketni upitnik za javni sektor

Kao značajnog dionika u razvoju turizma grada Splita, molimo Vas za sudjelovanje u anketi za potrebe izrade diplomskog rada na temu "Problemi razvoja turizma u urbanim sredinama s posebnim naglaskom na povijesne gradove". Cilj provođenja ovog anketnog upitnika je uvidjeti stavove ključnih dionika o postojećim i mogućim problemima koji nastaju kao rezultat turističkog razvoja, te razinu primjene mjera održivosti u gradu Splita.

Za popunjavanje ovog anketnog upitnika potrebno je oko 10 minuta. Sudjelovanje u popunjavanju je isključivo dobrovoljno, svi zaprimljeni odgovori su povjerljivi i anonimni te će biti korišteni isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

### **I) Dio osobna i organizacijska obilježja nositelja ponude**

1. Vaša dob \_\_\_\_\_
2. Vaš spol
  - Muško
  - Žensko
3. Razina Vašeg dovršenog stupanja obrazovanja
  - Osnovna škola
  - Srednja škola
  - Diploma prvostupnika, magistra ili doktora
4. Broj godina radnoga iskustva ili drugog iskustva povezanog sa radom u turističkome sektoru \_\_\_\_\_
5. Kojoj skupini ključnog dionika pripadate
  - Javni sektor (tijela državne, regionalne ili lokalne uprave ili samouprave)
  - Privatni sektor (turoperator, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)
  - Organizacije civilnoga društva ( nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu okoliša, životinja te ljudskih i radničkih prava)

## II) Problemi razvoja turizma

### 1. Ekonomski problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekonomskim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma je doveo do zatvaranja tradicijskih obrta i zanata, te snažnu izmjenu poslovnim aktivnostima u uskoj vezi sa turizmom						
Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda, usluga te generalno rasta troškova života lokalnog stanovništva						
Razvoj turizma je utjecao na uključivanje velikog broja dionika koji se bave ili se žele baviti turizmom, pritom ne imajući stručno znanje potrebno za njegovo kvalitetno planiranje i razvoj, najčešće sa ciljem ostvarivanja što veće i brže zarade.						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Splita.						

### 2. Socio-kulturni problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o socio-kulturnim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu
Razvoj turizma narušava kvalitetu življenja rezidentnog stanovništva						
Razvoj turizma je doveo do povećanje remećenja javnog reda i mira i smanjenja sigurnosti življenja						
Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovnika iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe						
Razvoj turizma uzrokuje demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegovog stanovništva						
Razvoj turizma uzrokuje sukobe između stanovništva i posjetitelja, budući da je rezidentno stanovništvo ograničeno u obavljanju svakodnevnih aktivnosti usljed velikih gužvi.						

### 3. Ekološki problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekološkim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu
Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka i buke zbog povećanog prometa u povijesnoj jezgri grada						
Razvoj turizma je povećao pritiske na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada i njeno očuvanje za buduću primjenu						
Turistički sadržaji i gradnja objekata utjecali su na vizualni izgled povijesne jezgre grada čime je narušena njena izvornost i kulturna važnost						
Turizam uzrokuje prekomjerno korištenje prirodnih i rekreacijskih resursa						
Razvoj turizma stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta te uzrokuje gubitak estetske i funkcionalne važnosti						

### III) Primjena mjera održivosti

U kolikom opsegu Grad Split implementira svaku od sljedećih mjera.

	U velikom opsegu	Donekle	Nimalo	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima				
Uvažava upravljanje prirodnim resursima na kvalitetan način				
Provođenje edukacija sa područja kvalitetnog i odgovornog poslovanja u turizmu				
Poticanje rada udruga, zajednica i individualaca koji vode računa o razvoju turizma na odgovoran način				
Uvažava stavove stanovništva o mogućim potencijalnim problemima koji se manifestiraju ekspanzivnim turističkim razvojem				
Uvažava stavove stanovništva o ostalim potencijalnim problemima				
Participacija i uključivanje osoba s posebnim potrebama u korištenje turističkih proizvoda i usluga				
Djelomično ili potpuno potiče i sufinancira implementaciju održivih proizvoda i usluga u poslovanje privatnih subjekata				
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice, seminare i druge načine prenošenja informacija				
Uspostava eko-kulture na radnom mjestu (npr. suprijevoz do posla ili dan dolaska na posao biciklom)				

Hvala Vam na izdvojenom vremenu i trudu za popunjavanje ovoga anketnoga upitnika !

## **Anketni upitnik za privatni sektor**

Kao značajnog predstavnika privatnoga sektora u razvoju turizma grada Splita, molimo Vas za sudjelovanje u anketi za potrebe izrade diplomskog rada na temu "Problemi razvoja turizma u urbanim sredinama s posebnim naglaskom na povijesne gradove". Cilj provođenja ovog anketnog upitnika je uvidjeti stavove ključnih dionika o postojećim i mogućim problemima koji nastaju kao rezultat turističkog razvoja, te razinu primjene mjera održivosti.

Za popunjavanje ovog anketnog upitnika potrebno je oko 10 minuta. Sudjelovanje u popunjavanju je isključivo dobrovoljno, svi zaprimljeni odgovori su povjerljivi i anonimni te će biti korišteni isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

### **1) Osobna i organizacijska obilježja nositelja ponude**

1. Vaša dob \_\_\_\_\_

2. Vaš spol

Muško

Žensko

3. Razina Vašeg dovršenog stupanja obrazovanja

Osnovna škola

Srednja škola

Diploma prvostupnika, magistra ili doktora

4. Broj godina radnoga iskustva ili drugog iskustva povezanog sa radom u turističkome sektoru \_\_\_\_\_

5. Kojoj skupini ključnog dionika pripadate

Javni sektor (tijela državne, regionalne ili lokalne uprave ili samouprave)

Privatni sektor (turoperator, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)

Organizacije civilnoga društva ( nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu okoliša, životinja te ljudskih i radničkih prava)

## 2) Problemi razvoja turizma

### i. Ekonomski problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekonomskim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma je doveo do zatvaranja tradicijskih obrta i zanata, te snažnu izmjenu poslovnim aktivnostima u uskoj vezi sa turizmom						
Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda, usluga te generalno rasta troškova života lokalnog stanovništva						
Razvoj turizma je utjecao na uključivanje velikog broja dionika koji se bave ili se žele baviti turizmom, pritom ne imajući stručno znanje potrebno za njegovo kvalitetno planiranje i razvoj, najčešće sa ciljem ostvarivanja što veće i brže zarade.						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Splita.						

ii. Socio-kulturni problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o socio-kulturnim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne
Razvoj turizma narušava kvalitetu življenja rezidentnog stanovništva						
Razvoj turizma je doveo do povećanje remećenja javnog reda i mira i smanjenja sigurnosti življenja						
Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovnika iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe						
Razvoj turizma uzrokuje demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegovog stanovništva						
Razvoj turizma uzrokuje sukobe između stanovništva i posjetitelja, budući da je rezidentno stanovništvo ograničeno u obavljanju svakodnevnih aktivnosti uslijed velikih gužvi.						

iii. Ekološki problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekološkim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.



	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka i buke zbog povećanog prometa u povijesnoj jezgri grada						
Razvoj turizma je povećao pritiske na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada i njeno očuvanje za buduću primjenu						
Turistički sadržaji i gradnja objekata utjecali su na vizualni izgled povijesne jezgre grada čime je narušena njena izvornost i kulturna važnost						
Turizam urokuje prekomjerno korištenje prirodnih i rekreacijskih resursa						
Razvoj turizma stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta te uzrokuje gubitak estetske i funkcionalne važnosti						

### 3) Primjena mjera održivosti

Možete li procijeniti u kojem se opsegu ove mjere primjenjuju u Vašem poslovanju ?

	U velikom opsegu	Donekle	Nimalo	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Edukacija, izobrazba i zapošljavanje lokalne zajednice kao potpora kvalitetnom razvoju područja				
Poticanje jednakosti oblikovanjem cijena održivih proizvoda i usluga kako bi one bile dostupne i dijelu lokalne zajednice koja nema visoke prihode.				

Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja				
Upravljanje, smanjenje i recikliranje čvrstog otpada (npr. kompostiranje otpada)				
Planirano upravljanje otpadnim vodama koje poslovni subjekt u poslovanju stvara.				
Kupnja proizvoda i sirovina od poslovnih subjekata i poduzeća koja su certificirana u eko poslovanju.				
Energetska učinkovitost (npr. uporaba štedne rasvjete)				
Smanjenje upotrebe vode (npr. uporaba perlatora)				
Uporaba obnovljivih izvora energije (npr. sunce, vjetar, itd.)				
Uporaba zelenih proizvoda koji su nastali sa ciljem očuvanja kvalitete okoliša (npr. biorazgradivi materijali, reciklirani papir, itd.)				
Smanjenje buke koja nastaje poslovanjem i utječe na kvalitetu življenja ostalih dionika				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.				
Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti				
Provođenje programa ekološke edukacije posjetitelja				
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija				
Subvencioniranje i doniranje sredstava udruga koje se bave zaštitom i očuvanjem okoliša i njegove izvornosti				
Nabavka certifikata o eko-poslovanju				

Hvala Vam na izdvojenom vremenu i trudu za popunjavanje ovoga anketnoga upitnika !

## **Anketni upitnik za organizacije civilnoga društva**

Kao značajnog predstavnika kulturnoga sektora u razvoju turizma grada Splita, molimo Vas za sudjelovanje u anketi za potrebe izrade diplomskog rada na temu "Problemi razvoja turizma u urbanim sredinama s posebnim naglaskom na povijesne gradove". Cilj provođenja ovog anketnog upitnika je uvidjeti stavove ključnih dionika o postojećim i mogućim problemima koji nastaju kao rezultat turističkog razvoja, te razinu primjene mjera održivosti.

Za popunjavanje ovog anketnog upitnika potrebno je oko 10 minuta. Sudjelovanje u popunjavanju je isključivo dobrovoljno, svi zaprimljeni odgovori su povjerljivi i anonimni te će biti korišteni isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

### **1.) Dio osobna i organizacijska obilježja nositelja ponude**

1. Vaša dob \_\_\_\_\_
  
2. Vaš spol
  - Muško
  - Žensko
  
3. Razina Vašeg dovršenog stupanja obrazovanja
  - Osnovna škola
  - Srednja škola
  - Diploma prvostupnika, magistra ili doktora
  
4. Broj godina radnoga iskustva ili drugog iskustva povezanog sa radom u turističkome sektoru \_\_\_\_\_
  
5. Kojoj skupini ključnog dionika pripadate
  - Javni sektor (tijela državne, regionalne ili lokalne uprave ili samouprave)
  - Privatni sektor (turoperatora, prijevoznici, ugostitelji, turističke agencije, turističke znamenitosti)
  - Organizacije civilnoga društva ( nevladine udruge, ekološke i druge zaklade, udruge za zaštitu okoliša, životinja te ljudskih i radničkih prava)

## 2.) Problemi razvoja turizma

### 1. Ekonomski problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekonomskim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma je doveo do zatvaranja tradicijskih obrta i zanata, te snažnu izmjenu poslovnim aktivnostima u uskoj vezi sa turizmom						
Razvoj turizma je povećao oscilacije u poslovanju u sezoni i van sezone						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena proizvoda, usluga te generalno rasta troškova života lokalnog stanovništva						
Razvoj turizma je utjecao na uključivanje velikog broja dionika koji se bave ili se žele baviti turizmom, pritom ne imajući stručno znanje potrebno za njegovo kvalitetno planiranje i razvoj, najčešće sa ciljem ostvarivanja što veće i brže zarade.						
Razvoj turizma je doveo do rasta cijena nekretnina, posebice u središtu grada Splita.						

2. Socio-kulturni problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o socio-kulturnim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma narušava kvalitetu življenja rezidentnog stanovništva						
Razvoj turizma je doveo do povećanje remećenja javnog reda i mira i smanjenja sigurnosti življenja						
Razvoj turizma je utjecao na neravnomjeran razvoj grada, iseljavanje stanovnika iz povijesne jezgre koja se komercijalizira u turističke svrhe						
Razvoj turizma uzrokuje demografsko propadanje te snažni proces izmjene socijalne strukture njegovog stanovništva						
Razvoj turizma uzrokuje sukobe između stanovništva i posjetitelja, budući da je rezidentno stanovništvo ograničeno u obavljanju svakodnevnih aktivnosti uslijed velikih gužvi.						

iv. Ekološki problemi koje razvoj turizma manifestira

Molimo naznačite razinu Vašeg (ne)slaganja sa svakom od sljedećih navedenih tvrdnji o ekološkim problemima koji se manifestiraju razvojem turizma u Gradu Splitu.

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Razvoj turizma je prouzrokovao rast onečišćenja zraka i buke zbog povećanog prometa u povijesnoj jezgri grada						
Razvoj turizma je povećao pritiske na komunalnu infrastrukturu u povijesnoj jezgri grada i njeno očuvanje za buduću primjenu						
Turistički sadržaji i gradnja objekata utjecali su na vizualni izgled povijesne jezgre grada čime je narušena njena izvornost i kulturna važnost						
Turizam urokuje prekomjerno korištenje prirodnih i rekreacijskih resursa						
Razvoj turizma stvara iznimno snažan pritisak na namjenu zemljišta te uzrokuje gubitak estetske i funkcionalne važnosti						

### 3.) Primjena mjera održivosti

Možete li procijeniti u kojem opsegu implementirate ove mjere u Vašem poslovanju?

	U velikom opsegu	Donekle	Nimalo	Ne znam/Ne mogu ocijeniti
Edukacija, izobrazba i zapošljavanje lokalne zajednice kao potpora kvalitetnom razvoju područja				
Poticanje jednakosti oblikovanjem cijena održivih proizvoda i usluga kako bi one bile dostupne i dijelu lokalne zajednice koja nema visoke prihode.				
Nabava proizvoda potrebnih za kvalitetno poslovanje od dobavljača sa lokalnoga područja				

Upravljanje, smanjenje i recikliranje čvrstog otpada (npr. kompostiranje otpada)				
Planirano upravljanje otpadnim vodama koje poslovni subjekt u poslovanju stvara.				
Kupnja proizvoda i sirovina od poslovnih subjekata i poduzeća koja su certificirana u eko poslovanju.				
Energetska učinkovitost (npr. uporaba štedne rasvjete)				
Smanjenje upotrebe vode (npr. uporaba perlatora)				
Uporaba obnovljivih izvora energije (npr. sunce, vjetar, itd.)				
Uporaba zelenih proizvoda koji su nastali sa ciljem očuvanja kvalitete okoliša (npr. biorazgradivi materijali, reciklirani papir, itd.)				
Smanjenje buke koja nastaje poslovanjem i utječe na kvalitetu življenja ostalih dionika				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim prirodnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.				
Ograničenje pristupa posjetiteljima osjetljivim kulturološkim i povijesnim resursima pritom vodeći računa o maksimalno dopuštenim nosivim kapacitetima koji ne bi narušili izvornu vrijednost područja.				
Očuvanje kulturološke i povijesne posebnosti i izvornosti				
Provođenje programa ekološke edukacije posjetitelja				
Obuka i izobrazba djelatnika o mjerama održivosti kroz radionice i seminare i druge načine prenošenja informacija				
Subvencioniranje i doniranje sredstava udruga koje se bave zaštitom i očuvanjem okoliša i njegove izvornosti				
Nabavka certifikata o eko-poslovanju				

Hvala Vam na izdvojenom vremenu i trudu za popunjavanje ovoga anketnoga upitnika !

