# STAVOVI MLADE POPULACIJE O UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA- PRIMJER GRADA SPLITA

**Perajica, Zdenka**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2018**

*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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:127075

*Rights / Prava:* In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

*Repository / Repozitorij:*

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE U SPLITU**

**EKONOMSKI FAKULTET**

**DIPLOMSKI RAD**

# STAVOVI MLADE POPULACIJE O UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA- PRIMJER GRADA SPLITA

**Mentor:**

**Izv.prof.dr.sc. Smiljana Pivčević**

**Student:**

**Zdenka Perajica, 2160510**

**Split, rujan, 2018.**

# SADRŽAJ:

**1. UVOD……..……..4**

**1.1. Problem istraživanja……..…..…..……..…..4**

**1.2. Predmet istraživanja……..…...……6**

**1.3. Cilj istraživanja…….……..…….10**

**1.4. Istraživačke hipoteze…….……..……..……..11**

**1.5. Metode istraživanja……..……...…...….12**

**1.6. Doprinos istraživanja…….…….……...…...…..13**

**1.7. Struktura diplomskog rada…….…….……..14**

**2. TEORIJSKI KONCEPT UTJECAJA TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA- MLADIH……..15**

**2.1. Učinci turizma - pojam i vrste…….……15**

2.1.1. Ekonomski učinci turizma……...……..15

2.1.2. Socio-kulturni učinci turizma……...….18

2.1.3. Učinci turizma na okoliš……...…….20

**2.2. Pojam kvalitete života……....…….22**

2.2.1. Dimenzije kvalitete života…….24

**2.3. Lokalna zajednica kao dionik u razvoju turizma……....…26**

**2.4. Upravljanje razvojem turizma i uloga lokalne zajednice……...……26**

**2.5. Mladi kao specifičan podsegment lokalne zajednice…….…..28**

2.5.1. Obilježja mlade populacije…….30

2.5.2. Mladi i turizam- uloga i učinci…….…..31

**2.6. Pregled postojećih istraživanja o utjecaju turizma na kvalitetu života mladih…31**

**3. RAZVOJ TURIZMA U GRADU SPLITU…….……34**

**3.1. Ključni podaci o destinaciji……34**

**3.2. Turistička ponuda……...…35**

**3.3. Turistička potražnja……39**

**3.4. Razvojne smjernice turizma grada Splita iz strateških dokumenata…….41**

**3.5. Uloga mladih u sudjelovanju u odlučivanju o razvoju turizma u destinaciji……43**

**4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA MLADE POPULACIJE O UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA……....44**

**4.1. Istraživačka metodologija……...……44**

**4.2. Analiza i interpretacija prikupljenih podataka……45**

4.2.1. Obilježja uzorka……..…….……..….45

4.2.2. Stavovi mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu života…….…..……47

**4.3. Statističko testiranje hipoteza…….…..…..…50**

4.3.1. Testiranje hipoteze H.1…….……....50

4.3.2. Testiranje hipoteze H.2…….....…….56

4.3.3. Testiranje hipoteze H.3……..…..…..57

4.3.4. Testiranje hipoteze H.4…….…….58

**4.4. Osvrt na rezultate istraživanja…….…..…60**

**4.5. Preporuke za buduće djelovanje…….…….…..61**

**5. ZAKLJUČAK……...……64**

**LITERATURA…….…...….66**

**POPIS GRAFIKONA…….…..……70**

**POPIS TABLICA…….……...….70**

**PRILOG…….…….…….…73**

**SAŽETAK……...…....79**

**SUMMARY…….……...…..80**

# 1. UVOD

## 1.1. Problem istraživanja

Problem rada je istražiti percepciju mladih o utjecaju turizma na kvalitetu života na primjeru grada Splita. Prema Petrić (2011) „razvoj turizma je duboko ukorijenjen u lokalnu zajednicu. Lokalna zajednica je istovremeno fizički prostor na kojemu se turizam „događa"; ona je resurs na kojemu se gradi i razvija, a istovremeno je u svojoj suštini i proizvod koji se nudi na tržištu. Stoga je svaka lokalna zajednica na svijetu specifičan i neponovljiv turistički proizvod. Pri tome treba posebno istaknuti da ljudi koji žive u lokalnoj zajednici čine zapravo osnovni „sastojak" tog proizvoda; oni su ti koji svojom kulturom, znanjem, susretljivošću i gostoljubivošću te mnogim drugim obilježjima, daju destinaciji specifična razlikovna obilježja, odnosno identitet".

Prema Hartwell et al. (2016) postoji mnogo načina na koje turizam utječe na odredišnu zajednicu, pružanje objektivnih poboljšanja kvalitete života kroz turističke sadržaje, atrakcije i događaje koje stanovnici jednako mogu iskoristiti. Turizam može djelovati na razvoj gospodarstva kao što je stvaranje novih radnih mjesta, povrat ulaganja za ekonomiju u nastajanju, tehnologiju i rast životnog standarda (Kim, 2002). Naime, Hartwell et al. (2016) smatraju da turizam može imati negativne utjecaje koji se mogu objektivno mjeriti kao što su povećanje prometne gužve, stope kriminala i niske stope plaća. Prema Aman et al. (2013) turizam povećava prometnu zagušenost i prenaseljenost u destinaciji zbog posjetitelja. Turizam također uzrokuje društvene teškoće kao što su prosjačenje, kockanje, trgovina drogom i prostitucijom. Iskorjenjuje se tradicionalno društvo te uzrokuje propadanje tradicionalne kulture i običaja zemalja domaćina.

Jelinčić (2006) smatra da utjecaj turizma može biti dvojak, tako navodi primjere pozitivnih eksternalija turizma na lokalnu zajednicu: promicanje samosvijesti, ponosa, samopouzdanja i solidarnosti među lokalnim stanovništvom. Nadalje, ističe negativne utjecaje turizma na lokalnu zajednicu kao što je netrpeljivost i mržnja prema turistima te osjećaj zauzimanja vlastitog prostora.

Kod lokalnog stanovništva prisutnost turista može izazvati brojne pozitivne utjecaje kao što je ponos o vlastitoj prošlosti, tradiciji, zadovoljstvo napretkom mjesta, ali mogu biti i negativni na lokalno stanovništvo gdje se javlja osjećaj zauzimanja vlastitog prostora, netrpeljivost prema turistima, prema prometnoj gužvi i buci koja nastaje stalnim turističkim kretanjima (Rudan, 2012).

Razvoj turizma određene destinacije nedvojbeno pridonosi stvaranju pozitivnih i negativnih učinaka čiji intenzitet svakako varira. Također, pozitivni učinci jednako pridonose stavovima lokalnog stanovništva kada je riječ o povećanju njihovog dohotka, izgradnji komunalne infrastrukture, poticanju mladih poduzetnika uslijed turističkog razvoja. S druge pak strane, negativnim stavovima dodatno doprinose problemi iseljavanja stanovništva, nemogućnost zapošljavanja van sezone, razvoj van granica prihvatnih kapaciteta posebno u jezgrama gradova te uništavanje prirodnih i kulturnih resursa (Rudan, 2012).

Ljubičić (2016) ističe kako gradovi sve više postaju „muzeji pod otvorenim nebom" iz kojih se istiskuje lokalno stanovništvo, poništava kulturni identitet grada i lokacije. Prema Rudan (2012) primaran je život u destinaciji, a onda tek slijedi poslovni dio koji stanovništvu treba donijeti blagostanje i mogućnost normalnog života.

Turističke destinacije kako bi postale konkurentne u razvoju turizma trebaju lokalnom stanovništvu osigurati odgovarajuću kvalitetu života. Također, turističke destinacije ne smiju nepromišljenim projektima i programima stvarati razvoj koji će lokalnom stanovništvu dugoročno donijeti nepovoljne rezultate (Rudan, 2012).

U ovome radu istražit će se stavovi lokalnog stanovništva, konkretnije mlade populacije u gradu Splitu o učincima koje turizam ostavlja na njihovu kvalitetu života. Pod učincima se smatra: povećanje životnog standarda uslijed povećanja proizvoda i usluga, povećanje cijena stanova pri kupnji i iznajmljivanju, nedostatak poslova koji nisu orijentirani isključivo turizmu, učinci na ekologiju, buku, zagađenje, zabavni i kulturni sadržaji te drugi učinci koji će se razmotriti tijekom rada. Prema dobivenim rezultatima ispitat će se percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva s obzirom na navedene učinke.

## 1.2. Predmet istraživanja

U radu se istražuje utjecaj turizma na kvalitetu života mlade populacije u gradu Splitu. Sve veći razvoj turizma znatno utječe i na lokalno stanovništvo te je bitno istražiti u kojoj mjeri te promjene imaju pozitivan ili negativan učinak na mladu populaciju.

Turizam je uslužna djelatnost koja zadnjih desetljeća bilježi značajan rast zbog globalizacije tržišta i razvoja tehnologije. Također ima važnu socijalnu ulogu u pružanju zaposlenja mladima koji po prvi puta ulaze na tržište rada. Turizam je radno intenzivan i zbog toga se s povećanjem turističkih aktivnosti direktno stvaraju nova radna mjesta (Blažević, Vuković, 2001).

„Mladi su temelj budućnosti, opstanka i razvoja svake lokalne zajednice pa tako i grada Splita. Njihova kreativna i pokretačka energija, nova znanja, ideje i perspektive, ključni su čimbenik održivog i inovativnog društva i gospodarstva, a time i dobrobiti svih društvenih skupina lokalne zajednice“ (Grad Split, 2016). Mladi su voljni raditi u turizmu, ali žele da ih se poštuje i da imaju bolje plaće. Već od rane dobi mlade treba naučiti o važnosti turizma na ovom području. Kroz odrastanje, trebalo bi ih se poticati na volontiranje te sudjelovanje u raznim projektima. Nema boljeg razvoja u turizmu od ulaganja u edukaciju i obrazovanje mlade osobe (Dropulić Ružić, 2017).

Također, Institut za poljoprivredu i turizam (2016) navodi da mladi što se osjećaju kompetentnije za rad u turizmu i što su skloniji *multitaskingu, engl.* to će njihova angažiranost na radnom mjestu biti veća. Kada bi se tome pridodalo zadovoljstvo organizacijskim čimbenicima kao što je visina plaće, plaćanje prekovremenih sati, mogućnost stalnog zapošljavanja stvaraju se uvjeti u kojima će mladi željeti raditi u ovoj struci. Zatim se naglašava da se mlade uz obavljanje prakse u Hrvatskoj treba poticati i na obavljanje prakse u inozemstvu.

Od kasnih osamdesetih godina turistički istraživači posvetili su veliku pozornost razumijevanju reakcije stanovništva na razvoj turizma u zajednici što se također podudara s novim trendom koji se pojavio na tržištu gdje sve više i više gradova i regija počinju turizam smatrati važnim za lokalno gospodarstvo (Petrić, Pivčević, 2016). Pokazalo se da na percepciju stanovnika utječu brojni čimbenici uključujući: osobno blagostanje, oslanjanje na turističku industriju, važnost industrije prema lokalitetu, vrstu i opseg interakcije stanovnika i posjetitelja te ukupni razvoj turizma u zajednici (Petrić, Pranić, 2010).

Istraživanja pokazuju da su stanovnici koji su angažiraniji u turizmu skloniji izražavanju pozitivnih stavova o turizmu u odnosu na one stanovnike koji nemaju korist od turizma (Andereck et al., 2005).

Druga istraživanja pokazuju da stanovnici smatraju kako turizam pomaže gospodarstvu, da turizam povećava životni standard stanovnika te da turizam pomaže zajednici i državi u ostvarenju deviznog prihoda. Također, turizam pomaže u stvaranju zaposlenja i povećanju prihoda lokalnim, poslovnim i trgovačkim objektima (Kim, 2002).

Afirmativna percepcija stanovništva o turizmu i njezini utjecaji kritički su pokretači dugoročnog uspjeha destinacije. Stoga je ključno da lokalno stanovništvo sudjeluje u procesu razvoja i planiranja zajednice. To će zahtijevati jaču predanost od strane vlade (na svim razinama), interesnih skupina i članova zajednice. Uz povećanje političkog, društvenog, ekonomskog i psihološkog osnaživanja među stanovnicima i ostalim zainteresiranim stranama turizam će imati potencijal da pomogne u ispunjavanju lokalnih potreba za daljnjim razvojem. Pri tome ostvarujući mnoge ciljeve održivosti, uključujući sklad, ravnotežu, kulturni integritet i ekološku zaštitu (Petrić, Pranić, 2010).

Prema Rudan (2012) lokalno stanovništvo je jako važan dionik u razvoju turizma destinacije. Lokalno stanovništvo je zainteresirano za razvoj turizma jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim upravljačkim odlukama može dovesti do uništavanja postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva ne smije se narušiti jer s tim se gubi lokalno stanovništvo koje je jedan od ključnih nositelja gospodarskog razvoja.

S gledišta nacionalnog, regionalnog ili lokalnog planiranja, turizam bi trebao podupirati razvoj kvalitete života stanovnika. Život stanovnika trebao bi biti glavna briga za voditelje zajednice (Aref, 2011).

Kada zajednica postane turističko odredište, životi stanovnika u zajednici su pod utjecajem turizma, a podrška stanovnika od ključne je važnosti za razvoj, planiranje, uspješan rad i održivost turizma (Kim, 2002).

Prema Štifanić (2005) svaka turistička politika trebala bi se temeljiti na principima održivog razvoja, što podrazumijeva i ekološki aspekt turizma te nameće brigu za generacije koje dolaze, a koje imaju pravo na iste resurse i prirodne ljepote.

Održivi razvoj zasnovan je na četiri glavna načela: ekološkoj održivosti, sociokulturnoj održivosti, tehnološkoj održivosti i ekonomskoj održivosti. Ekološka održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem i održanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa. Sociokulturna održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem kulture i sustava vrijednosti ljudi na koje taj razvoj utječe te trajno održanje i isticanje identiteta lokalne zajednice. Tehnološka održivost zahtijeva razvoj i primjenu tehnologije na način da se u proizvodnji koristi tehnologija koja uz ekonomske učinke ima i elemente kojima se štiti okoliš (Smolčić Jurdana, 2005; u Vujić, 2005). Ekonomska održivost osigurava da razvoj bude ekonomski efikasan i da se resursima upravlja na način da se mogu uspješno primijeniti i u budućnosti (Jovičić, Jovičić, Ivanović, 2005).

Rudan (2012) ističe kako se u cjelokupnom razvoju turizma treba voditi koncepcijom održivog razvoja turizma. Treba osigurati da nekontrolirani razvoj ne uništi resurse već da ih sačuva za buduće generacije s ciljem stalnog poboljšanja kvalitete života u turističkoj destinaciji.

Kvaliteta života postala je tema široke rasprave posljednjih godina. Definiranje kvalitete života je teško jer je subjektivno iskustvo ovisno o percepciji i osjećajima pojedinaca. Naime, kvaliteta života se odnosi na nečije zadovoljstvo životom, osjećajima zadovoljstva ili ispunjenjem vlastitog iskustva u svijetu. To je način na koji ljudi gledaju ili misle o svom životu. Slične situacije i okolnosti mogu različito osjetiti različiti ljudi (Andereck, Nyaupane, 2010).

Postoji mnogo načina na koje turizam može utjecati na kvalitetu života pojedinca. Poboljšana kvaliteta života može se vidjeti kroz razvoj turističkih proizvoda u kojoj mogu uživati i stanovnici, kao što su festivali, restorani, prirodne i kulturne atrakcije te mogućnosti za rekreaciju na otvorenom. Također, može se vidjeti i kroz viši osobni životni standard kroz stvaranje novih radnih mjesta i povećanje poreznih prihoda (Andereck, Nyaupane, 2010).

Alternativno, turizam može rezultirati negativnim utjecajima na kvalitetu života, kao što su gužva, problemi s prometom i parkiranjem, povećani zločin, povećani troškovi života, trenje između turista i stanovnika te promjene u načinu života stanovnika, a sve to može štetiti zadovoljstvu životom (Andereck, Nyaupane, 2010).

Prema Andereck i Nyaupane (2010) kvaliteta života  podijeljena je na iduće kategorije:

- emocionalna i psihološka dobrobit - sigurnost, duhovnost, sreća, oslobođenje od stresa, samopoimanje, zadovoljstvo
- interpersonalni i društveni odnosi - intimnost, ljubav, obitelj, interakcije, prijateljstva
- materijalno blagostanje, uključujući zapošljavanje i ekonomsku sigurnost - vlasništvo, sigurnost, hrana, zapošljavanje, imovina, socijalni ekonomski status
- osobni razvoj, kompetencija i ciljevi - obrazovanje, vještine, ispunjenje, osobna kompetencija, napredovanje
- fizička dobrobit, uključujući zdravlje i rekreaciju / slobodno vrijeme, prehranu, mobilnost, zdravstvenu zaštitu, zdravstveno osiguranje, aktivnosti svakodnevnog života
- samoodređenje, individualna kontrola i odluke - autonomija, izbori, odluke, osobna kontrola, samodisciplina, osobni ciljevi / vrijednosti
- socijalno uključivanje, dostojanstvo i prihvaćanje vrijednosti, status, podrška, radno okruženje, aktivnosti u zajednici, volonterske aktivnosti
- prava, uključujući privatnost, glasovanje, pravedan proces, vlasništvo, građanske odgovornosti

Navedene kategorije kvalitete života pomoći će pri definiranju percepcije mladog stanovništva o učincima turizma. Pri tom će se pregledom postojeće literature identificirati elementi kvalitete života koji su najrelevantniji za upravo ovaj segment populacije i na njih će se fokusirati empirijsko istraživanje.

### 1.3. Cilj istraživanja

Iz postavljenog problema i predmeta istraživanja, određen je glavni cilj istraživanja, a to je odgovoriti na pitanje: kako turizam utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva i to iz perspektive mlade populacije u gradu Splitu? Kako bi se dobio odgovor na postavljeno pitanje potrebno je na temelju proučene literature postaviti istraživačke hipoteze koje će biti temelj za sastavljanje anketnog upitnika. Pomoću anketnog upitnika doći će se do primarnih podataka koji će dati odgovor na prethodno postavljeni cilj ovog rada.

Iz glavnog cilja definirani su i pomoćni ciljevi:

- analizirati teorijski koncept učinaka turizma na kvalitetu života mlade lokalne populacije
- definirati aktualne probleme lokalnog stanovništva grada Splita nastale utjecajem turizma, fokusirajući se na probleme koje uočava mlada populacija
- predložiti aktivnosti i mjere za optimizaciju pozitivnih i minimizaciju negativnih učinaka turizma na kvalitetu života mlade populacije

### 1.4. Istraživačke hipoteze

Svrha ovog rada je odgovoriti na pitanje: kakav je utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva? Iz temeljnog pitanja kao i navedenog problema i predmeta istraživanja, proizlaze slijedeće hipoteze:

**H.1. Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva varira s obzirom na socio-demografska obilježja mladih.**

Ovom hipotezom žele se istražiti obilježja mladog lokalnog stanovništva s obzirom na spol, obrazovanje, imovinski status te radni status.

**H.2. Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva varira s obzirom na udaljenost boravišta od centra/povijesne jezgre.**

Ovom hipotezom želi se istražiti postoji li razlika u kvaliteti života mladih s obzirom na mjesto stanovanja. Žele se ispitati stavovi mladih koji žive u samom centru grada u odnosu na one koji su u udaljenijim dijelovima grada Splita.

**H.3. Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva u svezi je s ostvarivanjem prihoda od turizma.**

Ovom hipotezom želi se istražiti koliko lokalno stanovništvo koje ima izravne koristi od turizma, ima pozitivnije stavove o učincima turizma na kvalitetu života u odnosu na lokalno stanovništvo koje nema izravne koristi od turizma.

**H.4. Mlada populacija percipira pozitivne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego negativne.**

Ovom hipotezom želi se istražiti kakvu predodžbu mladi imaju o učincima turizma na kvalitetu života u gradu Splitu.

### 1.5. Metode istraživanja

Rad će biti podijeljen u dvije cjeline; u prvoj cjelini obradit će se teorijski dio, a druga cjelina obuhvaća praktični dio rada.

U teorijskom dijelu rada koristit će se slijedeće metode:

- Induktivna metoda je sistematska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja u kojem se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu.
- Deduktivna metoda je sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni, iz općih postavki dolazi se do konkretnih pojedinačnih zaključaka, iz jedne ili više tvrdnji izvodi se neka nova tvrdnja koja proizlazi iz prethodnih tvrdnji.
- Metoda analize je postupak znanstvenog istraživanja i objašnjena stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela za sebe i u odnosu na druge dijelove.
- Metoda sinteze podrazumijeva postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenijih u još složenije, povezujući izdvojene elemente, pojave, procese i odnose u jedinstvenu cjelinu kojoj su njezini dijelovi uzajamno povezani (Zelenika, 2000).

Pored navedenih uobičajenih znanstvenih metoda, koristit će se metoda anketiranja u svrhu empirijskog istraživanja ovog rada. Anketni upitnik sadržavati će niz zatvorenih pitanja s mogućnošću višestrukog odabira. Dobiveni rezultati će se analizirati te prikazati tabelarno i grafički zbog lakše interpretacije.

Za obradu podataka koristit će se statistički program SPSS (engl. Statistical Package for the Social Sciences) koji je prilagođen društvenim pa tako i ekonomskim istraživanjima (Pivac, 2010).

### 1.6. Doprinos istraživanja

Istraživanje koje će se provesti u okviru diplomskog rada dati će odgovor kakav je utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva iz perspektive mlade populacije u gradu Splitu. Rezultati istraživanja koji će se dobiti putem anketnog upitnika biti će od posebne važnosti jer će izražavati stavove, mišljenja o kvaliteti života lokalnog stanovništva u gradu Splitu. Na kraj rada će se formulirati i preporuke kako navedene učinke turizma na ovaj specifični segment populacije optimizirati. Korist od ovog rada bi mogle imati sve zainteresirane strane koje su spremne i voljne poboljšati sliku života u samome gradu (povećati zaposlenost, produljiti sezonu, smanjiti masovni turizam, riješiti problem komunalne infrastrukture, itd.). Najveći doprinos je što se radovi rijetko fokusiraju upravo na mladu populaciju. Stoga bi ovaj istraživački rad trebao dati doprinos ovoj tematici u teorijskom i praktičnom smislu.

Razradom kroz teoriju i empirijski dio ovaj rad bi mogao pružiti bolji uvid za buduća istraživanja i sve veće potrebe lokalnog stanovništva gdje turizam ima sve veće učinke na kvalitetu života.

Radom će se nastojati stvoriti svijest o aktualnim problemima u gradu Splitu koji direktno i indirektno djeluju na lokalno stanovništvo te o potencijalnim rješenjima koji se mogu poduzeti čime bi se znatno poboljšala kvaliteta života u gradu.

### 1.7. Struktura diplomskog rada

Diplomski rad sastoji se od pet poglavlja.

U uvodnom dijelu rada definira se problem istraživanja iz kojeg slijedi predmet istraživanja, ciljevi te istraživačke hipoteze. Navodi se korištena istraživačka metodologija, doprinos istraživanja kao i struktura diplomskog rada.

U drugom dijelu rada objasnit će se pojam kvalitete života te kakva je uloga lokalne zajednice u razvoju turizma. Nadalje, definirat će se koja su obilježja mlade populacije i kako turizam utječe na njihovu kvalitetu života.

U trećem dijelu definirat će se ključni podaci o gradu Splitu, turističkoj ponudi i potražnji navedenog grada te razvojne smjernice turizma iz strateških dokumenata. Potom, naglasak će biti na ulozi mladih u odlučivanju o razvoju turizma u gradu Splitu.

U četvrtom dijelu provest će se empirijsko istraživanje korištenjem navedene metodologije istraživanja. Analizom rezultata dobivenih kroz anketno istraživanje, prihvatit će se ili odbaciti zadane hipoteze istraživanja.

Zaključni dio namijenjen je za dobivanje uvida u cjelokupni rad u kojem će se izložiti spoznaje do kojih se došlo u prethodnim poglavljima te će se dati daljnje preporuke. Na kraju samog rada dati će se popis literature te popis grafikona i tablica korištenih u radu.

# 2. TEORIJSKI KONCEPT UTJECAJA TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA- MLADIH

## 2.1. Učinci turizma - pojam i vrste

Turizam vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemalja koje ga razvijaju. Učinci turizma mogu biti ekonomski, socio-kulturni i okolišni (Petrić, 2013/2014).

### 2.1.1. Ekonomski učinci turizma

Jedna od najobuhvatnijih i najkompleksnijih je metoda funkcionalne analize koja istražuje funkcije turizma u procesu privrednog razvoja. Ona makro ekonomske veličine dovodi u funkcionalnu vezu sa turističkom potrošnjom. Unutar ove metode prati se 10 temeljnih ekonomskih funkcija turizma i to su: multiplikativna, induktivna, konverzijska funkcija, funkcija zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene dobara, apsorpcijska funkcija, funkcija uravnoteženja platne bilance, funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja te integracijska i akceleracijska funkcija (Petrić et al. 2013). U nastavku rada kratko će se objasniti svaka funkcija.

Prema Petrić et al. (2013) ukupni se ekonomski učinci turističke potražnje prema **multiplikativnoj funkciji turizma** dijele na: direktne, indirektne i inducirane.

- direktan učinak turističke potrošnje ostvaren je u gospodarskim granama koje izravno apsorbiraju turističku potrošnju (ugostiteljstvo, promet)
- indirektni učinak turističke potrošnje ogleda se u ukupnosti svih troškova nastalih u procesu formiranja turističke usluge (usluge noćenja u hotelu)
- inducirani učinak turističke potrošnje nastaje kao rezultat povećane kupovne moći lokalne društvene zajednice na turistički receptivnom području (rast javne potrošnje)

**Induktivna funkcija turizma**

Jedna od ključnih funkcija turizma je indukcija povećanih ukupnih učinaka proizvodnje odnosno pružanja usluga na promatranom turistički receptivnom području. Počiva na multiplikativnim učincima turističke potrošnje gdje se počinju stvarati potrebe za pokretanjem nove i povećanjem postojeće ponude u proizvodnji dobara odnosno pružanju usluga na lokalnoj i regionalnoj razini.

**Konverzijska funkcija turizma**

Sposobnost turizma da pretvara neprivredne resurse u privredne. Atraktivna svojstva pojedinih prirodnih resursa mogu se lako ekonomski valorizirati upravo u turizmu, dok za pojedine gospodarske grane ti isti resursi ne predstavljaju dovoljno dobru materijalnu osnovu za ostvarivanje ekonomskih učinaka. Turizam je u mogućnosti pretvoriti kulturne, povijesne i vjerske resurse u ekonomske, bilo da su materijalnog ili nematerijalnog obilježja.

Turizam doprinosi **rastu zapošljavanja** odnosno generiranju novih radnih mjesta u okviru temeljnih gospodarskih grana u sustavu turizma (direktno), ali i nizu ostalih popratnih grana i djelatnosti (indirektno zapošljavanje). Direktno zapošljavanje odvija se u ugostiteljstvu, turističkom posredništvu, prometu i trgovini na malo, a odnosi se na radna mjesta čiji djelatnici dolaze u izravan kontakt s posjetiteljima. Indirektno zapošljavanje odvija se u svim ostalim gospodarskim granama i djelatnostima čije su aktivnosti usmjerene na razvoj turizma i dohodak, a riječ je o radnim mjestima u okviru industrije, energetike, vodoopskrbe, itd.

**Funkcija poticanja međunarodne razmjene dobara**

Ova funkcija se očituje u kretanju izvoza i uvoza roba i usluga na račun tekućih transakcija platne bilance. Kada se radi o potrošnji inozemnih posjetitelja u Hrvatskoj, tada sve robe i usluge koje su prodane dobivaju izvozni karakter. Potrošnja hrvatskog stanovništva na turističkim putovanjima u inozemstvu na sve robe i usluge tretira se kao uvoz dobara u Hrvatsku. Najvažniji aspekt funkcije turizma u poticanju međunarodne razmjene dobara je njegova izvozna funkcija.

**Funkcija uravnoteženja platne bilance**

Zbog visokog deficita robne razmjene Hrvatske s inozemstvom, turizam ima vrlo važnu stabilizacijsku funkciju što postiže visokim prihodima od inozemnog turizma. Već dugi niz godina uspješno ublažava negativan učinak robne razmjene s inozemstvom. Turizam doprinosi i stabilizaciji financijskog sustava Hrvatske jer nastupanjem turističke sezone osigurava veliki priljev deviza koje su presudne za servisiranje vanjskog duga i održavanje relativno stabilnog tečaja domaće valute.

**Apsorpcijska funkcija**

Očituje se u doprinosu turizma u uravnoteženju robno-novčanih odnosa razvijenih gospodarstava i gospodarstava u razvoju, a javlja se kao rezultat međunarodnih turističkih kretanja.

Receptivni turizam uzrokovat će priljev deviza odnosno jačanje kupovne moći, dok će emitivni turizam uzrokovati odljev deviza. Djelovanje apsorpcijske funkcije turizma temelji se na globalnoj redistribuciji dohotka iz razvijenih gospodarstava prema gospodarstvima zemalja u razvoju.

**Funkcija razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja**

Redistribucija na nacionalnoj razini ukazuje na preraspodjelu sredstava između regija, koja bitno ne utječe na porast nacionalnog dohotka. Najveća turistički emitivna područja svijeta su ujedno i gospodarski najrazvijenija, s visokim stupnjem urbanizacije i gustoćom naseljenosti pa se većina turističkih kretanja odvija na slabije razvijenim, manje urbaniziranim i manje napučenim područjima. Posljedica toga je redistribucija dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji odnosno redistribucija kupovne moći na globalnoj razini. Za nerazvijena i slabo razvijena područja, turizam je često jedina mogućnost unaprjeđenja kvalitete boravka na određenom prostoru.

**Integracijska funkcija**

Ključna regija za razvoj turizma u Hrvatskoj je jadranska turistička regija, ali kako se na tom području ne proizvode sva dobra i u dovoljnim količinama, nužna je gospodarska integracija s ostalim (kontinentalnim) regijama Hrvatske. Cilj ove funkcije je ojačati i integrirati kontinentalne regije kako bi proizvodile dobra potrebna za razvoj turizma na području jadranske turističke regije. Turizam treba prepoznati kao jaku kohezijsku snagu koja će svojim integracijskim djelovanjem barem djelomično ublažiti regionalne nejednakosti.

**Akceleracijska funkcija**

Ova funkcija očituje se kroz snagu turizma da razvija određena područja brže od drugih gospodarskih grana ili djelatnosti. Jadranska turistička regija odabrala je turizam kao primarnu orijentaciju svog gospodarskog razvoja što se temelji na komparativnim prednostima i raspoloživosti resursa za turistički razvoj.

Turizam može pozitivno djelovati na razvoj gospodarstva kao što je stvaranje novih radnih mjesta, povrat ulaganja za ekonomiju u nastajanju, tehnologiju i rast životnog standarda (Kim, 2002). Također, pozitivni učinci jednako pridonose stavovima lokalnog stanovništva kada je riječ o povećanju njihovog dohotka, izgradnji komunalne infrastrukture, poticanju mladih poduzetnika uslijed turističkog razvoja (Rudan, 2012).

Naime, turizam ima i negativne utjecaje koji se mogu objektivno mjeriti kao što su povećanje prometne gužve, stope kriminala i niske stope plaća (Hartwell et al., 2016). Prema Aman et al. (2013) turizam povećava prometnu zagušenost i prenaseljenost u destinaciji zbog posjetitelja. Turizam također uzrokuje društvene teškoće kao što su prosjačenje, kockanje, trgovina drogom i prostitucijom. Iskorjenjuje se tradicionalno društvo te uzrokuje propadanje tradicionalne kulture i običaja zemalja domaćina.

S druge pak strane, negativnim stavovima dodatno doprinose problemi iseljavanja stanovništva, nemogućnost zapošljavanja van sezone, razvoj van granica prihvatnih kapaciteta posebno u jezgrama gradova te uništavanje prirodnih i kulturnih resursa (Rudan, 2012).

### 2.1.2. Socio-kulturni učinci turizma

Kako bi se mogli proučiti socio-kulturni učinci turizma, trebaju se uzeti u obzir svi sudionici koji se javljaju u turizmu.

Jelinčić (2006) ističe da je pri kulturnom kontaktu važno razlikovati lokalno stanovništvo i njihovu kulturu; turiste i turističku kulturu, rezidualnu kulturu te djelatnike u turizmu. U turizmu se miješaju ljudi i kulture koje su jedinstvene svakoj lokalnoj zajednici, a bolje razumijevanje tih kultura dovodi do shvaćanja turizma kao faktora promjene u zajednici, ali i izvan nje. Turisti zbog nepoznavanja lokalne kulture, financijske premoći i stereotipnih zahtjeva ohrabruju masovnu proizvodnju. Ono što zabrinjava sa socio-kulturnog gledišta je činjenica da zbog tih aktivnosti propadaju obrti koji su se bavili izradom tradicijskih proizvoda. Često se događa i inverzija: u mnogim se velikim gradovima zemalja u razvoju, tradicijski proizvodi prodaju na tržnicama kao luksuzna roba za turiste, a lokalno stanovništvo kupuje plastične ili metalne proizvode u trgovinama. Turizam ipak, nije jedini uzrok propadanja tradicijskih obrta, već je to i modernizacija društva općenito.

Prema rezultatima priličnog broja studija koje su izrađene tijekom 80-ih godina prošlog stoljeća, većina ispitanika vidi ekonomske učinke turizma uglavnom pozitivnima, a negativnima odnosno neutralnima smatra socio-kulturne, pravne i ekološke učinke (Jelinčić, 2006).

Prema Petrić (2013/2014) ističu se pozitivni i negativni učinci turizma. Pozitivni socio-kulturni učinci turizma manifestiraju se kroz sljedeće situacije:

- turizam potiče lokalni ponos
- turizam unaprjeđuje suradnju, razumijevanje i mir
- turizam pomaže izgradnju javne infrastrukture
- turizam osigurava sredstva za restauraciju i konzervaciju nasljeđa
- turizam pridonosi oživljavanju lokalnih umjetnosti i obrta te arhitektonske tradicije

S druge strane, brojni su i negativni socio-kulturni učinci turizma:

- migratorni pritisci na turistička područja, posebno obalna te s tim povezana depopulacija ruralnih i slabije razvijenih područja
- povećani porezni pritisak radi izgradnje turizmu potrebne infrastrukture izaziva brojne socio- ekonomske posljedice
- pritisak porasta cijena u turističkim područjima

Kod lokalnog stanovništva prisutnost turista može izazvati brojne pozitivne utjecaje kao što je ponos o vlastitoj prošlosti, tradiciji, zadovoljstvo napretkom mjesta, ali mogu biti i negativni na lokalno stanovništvo gdje se javlja osjećaj zauzimanja vlastitog prostora, netrpeljivost prema turistima, prema prometnoj gužvi i buci koja nastaje stalnim turističkim kretanjima (Rudan, 2012).

Upravo zbog takvih negativnih utjecaja nastalih turističkim kretanjima, Petrić (2013/2014) navodi kako uslijed velikog broja turista u destinaciji, lokalna zajednica i lokalno stanovništvo tijekom vremena prolaze kroz određene razvojne faze koje koincidiraju s razvojnim fazama identificiranim Butlerovom krivuljom životnog ciklusa destinacije. Doxey je 1975.godine identificirao te faze prikazavši ih kroz tzv. Indeks iritacije generiran kontaktima gosta i domaćina ili iridex. Riječ je o sljedećim fazama:

- razina euforije (inicijalni entuzijazam koji nastaje s prvim razvojnim rezultatima koje donosi turizam i dobrodošlica turistima)
- razina apatije (s rastom broja turista i turističkih aktivnosti, turisti se počinju uzimati „zdravo za gotovo“ i gleda se na njih jedino kao na izvor profita)
- razina iritacije (s približavanjem točki saturacije, domaćini više ne mogu podnositi velik broj turista bez dodatnih sadržaja)

- razina antagonizma (na turiste se gleda kao na izvor svih zala, domaćini su antagonistički raspoloženi prema gostima, a gosti se osjećaju iskorištenima)
- finalna faza (turisti traže nove destinacije)

### 2.1.3. Učinci turizma na okoliš

Turizam generira niz učinaka koji su najčešće uočljivi u okolišu. Okoliš je sve što nas okružuje, uključivo prirodne i izgrađene resurse (Petrić, 2013/2014).

Pozitivni učinci turizma na okoliš prema Petrić (2013/2014) su:

- zaštita i restauracija spomenika prirode i kulture te industrijskog i graditeljsko nasljeđa
- stvaranje posebnih zaštićenih područja nacionalnih parkova, parkova prirode
- održavanje šuma, plaža
- poboljšanje infrastrukture

Navedeni pozitivni učinci vidljivi su u onim receptivnim područjima u kojima se provodi politika održivog razvoja turizma. Prema Štifanić (2005) svaka turistička politika trebala bi se temeljiti na principima održivog razvoja, što podrazumijeva i ekološki aspekt turizma te nameće brigu za generacije koje dolaze, a koje imaju pravo na iste resurse i prirodne ljepote.

Ekološka održivost jamči kompatibilnost razvoja s očuvanjem i održanjem osnovnih ekoloških procesa, biološke raznolikosti i bioloških resursa (Smolčić Jurdana, 2005; u Vujić, 2005).

Međutim, negativni učinci u okolišu su ipak uočljiviji te se o njima više govori. Turizam može negativno djelovati na prirodni i izgrađeni okoliš (Petrić, 2013/2014).

Na prirodni okoliš:

- promjene broja i kvalitete biljnih i životinjskih zajednica uslijed gradnje objekata, uslijed lova, ribolova i ostalih aktivnosti u prirodi
- onečišćenja vode, zraka i tla krutim, tekućim otpacima i bukom uslijed obavljanja različitih turističkih aktivnosti
- erozija tla na obalama rijeka, na planinama, stvaranja klizišta neprimjerenom izgradnjom
- smanjenje zaliha vode, fosilnih goriva, rizik od požara
- vizualno onečišćenje i degradacija prostora- pretjerana izgradnja

Na izgrađeni okoliš:

- povećanje umjetno izgrađene površine
- vizualni učinak (novi, neprimjereni stilovi gradnje, preizgrađenost prostora)
- infrastruktura (preopterećenje, gradnja novih objekata) (Petrić, 2013/2014).

Müller (2004) ističe kako štetni učinci na okoliš smanjuju vrijednost prirode kao atrakcije i mjesta za odmor. Atraktivnost prirodnog okoliša smanjuje se uslijed nagrđivanja okoliša neprimjerenom gradnjom, uslijed zagađenja, bukom ili zbog onečišćenja voda. Turističke destinacije počinju sličiti gradovima pa sve više i više poprimaju karakter aglomeracija. Ekološki efekti povratnog djelovanja imaju ekonomske implikacije: smanjenje atraktivnosti uslijed štetnih učinaka na okoliš vodi k jeftinijim i manje unosnim oblicima turizma. Gubitak rentabilnosti pokušava se kompenzirati povećanjem prometa, a s time se pojačava karakter masovnosti. Nedostaje novca za prikladne mjere kojima bi se smanjio štetni učinak na okoliš.

## 2.2. Pojam kvalitete života

Kvaliteta života postala je tema široke rasprave posljednjih godina (Andereck, Nyaupane, 2010). Tijekom povijesti, definicije i mjerenja kvalitete života uvelike su se razlikovale i mijenjale. Danas je prisutan veliki broj različitih definicija kvalitete života što govori o različitom poimanju tog koncepta. Međutim, još uvijek ne postoji slaganje oko definicije kvalitete života, niti univerzalno prihvaćen "zlatni standard" mjerenja (Vuletić, 2011).

Jedna od definicija, kvalitetu života definira kao sveukupno, opće blagostanje koja uključuje objektivne čimbenike i subjektivno vrednovanje fizičkog, materijalnog, socijalnog i emotivnog blagostanja. Kvaliteta života uključuje osobni razvoj i svrhovitu aktivnost, a sve promatrano kroz osobni sustav vrijednosti pojedinca (Vuletić, 2011).

Nadalje, drugi autori kvalitetu života definiraju multidimenzionalno navodeći da kvaliteta života podrazumijeva i objektivnu i subjektivnu komponentu. Subjektivna kvaliteta života uključuje sedam domena: materijalno blagostanje, emocionalno blagostanje, zdravlje, produktivnost, intimnost, sigurnost i zajednicu. Osim već navedenih subjektivnih faktora, postoje i objektivni faktori kao što su društveni, ekonomski i politički, s time da odnos objektivne i subjektivne kvalitete života nije linearna tj. promjene objektivnih čimbenika ne znače neminovno i promjene subjektivne komponente kvalitete života. Sve navedene domene subjektivne kvalitete života su pod utjecajem pojedinčevog sustava vrijednosti (Vuletić, 2011).

Prema Andereck, Nyaupane (2010) definiranje kvalitete života je teško jer je subjektivno iskustvo ovisno o percepciji i osjećajima pojedinaca. Naime, kvaliteta života se odnosi na nečije zadovoljstvo životom, osjećajima zadovoljstva ili ispunjenjem vlastitog iskustva u svijetu. To je način na koji ljudi gledaju ili misle o svom životu. Slične situacije i okolnosti mogu različito osjetiti različiti ljudi.

Stoga, kvaliteta života se još definira kao subjektivno doživljavanje vlastitog života koje je određeno objektivnim okolnostima u kojima osoba živi, karakteristikama ličnosti koje utječu na doživljavanje realnosti i njenog specifičnog životnog iskustva. Preduvjeti za kvalitetan život su puno i aktivno sudjelovanje u interakcijskim i komunikacijskim procesima kao i razmjena u okviru fizičkoga i društvenog okruženja (Vuletić, 2011).

Iz navedenih definicija očito je da je kvaliteta života širok, višeslojan i složen koncept koji podrazumijeva mogućnosti koje ljudi imaju, smisao koji pridaju svojim životima i način na koji uživaju u onome što imaju (Kaliterna Lipovčan, Burušić, Tadić, 2012).

Sukladno Kaliterna Lipovčan, Burušić, Tadić (2012) razvila su se dva osnovna pristupa istraživanju kvalitete življenja:

- objektivni
- subjektivni

koji se razlikuju ovisno o vrsti indikatora koji su u središtu istraživanja.

Objektivni pristup proučavanja kvalitete življenja tradicionalniji je i zasnovan na nizu pretpostavki o tome što život čini dobrim te je pretežno usredotočen na identifikaciju vanjskih uvjeta koji vode poboljšanju života. Ovaj pristup koristi različite događaje (npr. rat, razvod), okolinske uvjete (npr. BDP, sustav zdravstvene i socijalne zaštite) i demografske čimbenike (npr. dob, spol, radni status) kao indikatore kvalitete življenja, odnosno nastoji zaključiti o kvaliteti življenja na osnovi objektivnih karakteristika pojedinaca i uvjeta u kojima žive.

Subjektivni pristup proučavanju kvalitete življenja polazi od pretpostavke da je važno imati uvid u kognitivne i afektivne reakcije pojedinca na njegov/njezin vlastiti život u cjelini, ali i na pojedine aspekte života (npr. zdravlje, odnosi, rad) kako bi se razumjela kvaliteta življenja i subjektivna dobrobit pojedinca. Ovaj pristup podrazumijeva izravno mjerenje doživljaja dobrobiti, pri čemu se najčešće radi o samoprocjeni pojedinih komponenata ili cjelokupnog doživljaja subjektivne dobrobiti.

Prema Kaliterna Lipovčan, Burušić, Tadić (2012) subjektivni pristup, u odnosu na objektivni pristup, je složeniji, ali novija istraživanja pokazuju da je relevantniji i korisniji jer su subjektivni indikatori bolji prediktori globalne procjene života od objektivnih. Pojedinac najbolje sam za sebe može odrediti koliko je sretan i zadovoljan u svom životu u cijelosti ili u pojedinim životnim područjima. Poteškoće sa subjektivnim pristupom odnose se prije svega na probleme mjerenja i stabilnost subjektivne dobrobiti. Konkretno, ljudi se međusobno uvelike razlikuju po važnosti koju pridaju određenom području života. Svaka osoba ima jedinstvenu kombinaciju „pondera“ za pojedina životna područja, utemeljenu na svojim iskustvima i socijalnim odnosima što utječe na pojedinčevu globalnu procjenu kvalitete življenja.

### 2.2.1. Dimenzije kvalitete života

Prema Kaliterna Lipovčan, Burušić, Tadić (2012) za mjerenje nacionalnog blagostanja i kvalitete življenja koriste se različiti indeksi koji se sastoje od niza subjektivnih i/ili objektivnih indikatora. Među najistaknutijim indeksima su:

- Indeks ljudskog razvoja (*Human Development Index-HDI*, engl.) je jedan od najčešće spominjanih objektivnih indikatora kvalitete življenja. Tri glavna indikatora HDI-a su očekivana životna dob, obrazovanje i bruto nacionalni dohodak. Na temelju ostvarenih bodova rangiraju se i uspoređuju države. Prema UN-u države s HDI-om većim od 0,8 smatraju se razvijenima.
- Indeks kvalitete življenja je osmišljen 2005. godine s ciljem stvaranja jedinstvene i sveobuhvatne metodologije mjerenja kvalitete življenja unutar različitih svjetskih nacija. Taj indeks, najavljen da će kombinirati objektivne i subjektivne indikatore, zapravo uključuje različite objektivne indikatore te procjene stručnjaka o prilikama u pojedinoj državi, ali ne uključuje subjektivne procjene stanovnika. Pojedinačni indikatori kvalitete življenja koje taj indeks uključuje su: materijalno blagostanje (BDP), zdravlje (očekivani životni vijek), politička stabilnost i sigurnost (procjene političke stabilnosti i sigurnosti), obiteljski život (postotak razvoda), život unutar zajednice (u kojem stupnju se pohađaju crkvene aktivnosti, članstva u sindikatima, volontiranje), klimatske prilike i zemljopisni položaj, sigurnost posla (stopa nezaposlenosti), politička sloboda (procjene političkih i građanskih sloboda) i jednakost spolova (omjer prihoda muškaraca i žena).
- Indeks planetarne sreće (*Happy Planet Index-HPI,* engl.) polazi od toga da je razmatranje vrijednosti i kvalitete življenja u nekoj državi prvenstveno na osnovu BDP-a, zastarjeli, rigidan i nedostatan način procjene stvarne kvalitete življenja. Indeks planetarne sreće nova je i drukčija mjera dobrobiti društva: polazi od pretpostavke da je dobrobit ili blagostanje krajnji cilj, a konzumacija resursa planete osnovni input. Cilj razvoja nekog društva je postizanje visokih stupnjeva dobrobiti uzimajući u obzir ograničenja odgovornog korištenja planetarnih resursa.
- Indeks sretnih godina života (*Happy Life Years-HLY,* engl.) mjera je stupnja u kojem ljudi žive dugo i sretno u određenom vremenu. Visok HLY podrazumijeva da građani žive dugo i sretno, dok niži rezultati upućuju na to da je život prosječnog stanovnika kratak i ne baš sretan.

Svi opisani indeksi temelje se na objektivnim indikatorima kvalitete življenja ili na kombinaciji objektivnih i subjektivnih indikatora. Jedini indeks koji u obzir uzima samo subjektivne indikatore je:

- Međunarodni indeks dobrobiti, a sastoji se od Indeksa osobne dobrobiti (engl. *Personal Wellbeing Index, PWI*) i Indeksa nacionalne dobrobiti (engl. *National Wellbeing Index, NWI*). Osobna se dobrobit sastoji od sedam čestica kojima se procjenjuje koliko je osoba zadovoljna svojim materijalnim stanjem, zdravljem, postignućima u životu, odnosima s obitelji i prijateljima, osjećajem fizičke sigurnosti, prihvaćanjem od okoline i budućom sigurnosti. Nacionalna dobrobit procjenjuje se pomoću šest čestica koje mjere zadovoljstvo pojedinca širom okolinom u kojoj živi, odnosno, ispituje zadovoljstvo ekonomskom situacijom, okolišem, socijalnim uvjetima, vladom, biznisom i nacionalnom sigurnošću. Zadovoljstvo se na oba indeksa procjenjuje na skalama od „Uopće nisam zadovoljan/a“ do „Izrazito sam zadovoljan/a“.

Nadalje, prema drugim autorima Andereck i Nyaupane (2010) kvaliteta života podijeljena je na iduće kategorije:

- emocionalna i psihološka dobrobit - sigurnost, duhovnost, sreća, oslobođenje od stresa, samopoimanje, zadovoljstvo
- interpersonalni i društveni odnosi - intimnost, ljubav, obitelj, interakcije, prijateljstva
- materijalno blagostanje, uključujući zapošljavanje i ekonomsku sigurnost - vlasništvo, sigurnost, hrana, zapošljavanje, imovina, socijalni ekonomski status
- osobni razvoj, kompetencija i ciljevi - obrazovanje, vještine, ispunjenje, osobna kompetencija, napredovanje
- fizička dobrobit, uključujući zdravlje i rekreaciju / slobodno vrijeme, prehranu, mobilnost, zdravstvenu zaštitu, zdravstveno osiguranje, aktivnosti svakodnevnog života
- samoodređenje, individualna kontrola i odluke - autonomija, izbori, odluke, osobna kontrola, samodisciplina, osobni ciljevi / vrijednosti
- socijalno uključivanje, dostojanstvo i prihvaćanje vrijednosti, status, podrška, radno okruženje, aktivnosti u zajednici, volonterske aktivnosti
- prava, uključujući privatnost, glasovanje, pravedan proces, vlasništvo, građanske odgovornosti

## 2.3. Lokalna zajednica kao dionik u razvoju turizma

Mataga Tintor (2007) ističe kako određenje pojma lokalne zajednice se razlikuje i mijenja od autora do autora, ovisno o području kojim se bave u stručnom i znanstvenom pogledu. Polazna točka pri određivanju pojma lokalne zajednice jesu prostor, ljudi, potrebe i djelatnosti. Može se reći da lokalnu zajednicu čine ljudi koji žive na određenom prostoru, imaju zajedničke potrebe i bave se različitim djelatnostima. Svaka je lokalna zajednica određena svojim kulturnim, povijesnim i tradicionalnim vrijednostima, a posebno ljudima koji tu žive i rade. Lokalna zajednica se može promatrati i kao institucija koja raspolaže javnom vlasti koja joj je omogućena putem zakona. Ona predstavlja širi pojam od teritorijalne zajednice.

Prema Petrić (2011) „razvoj turizma je duboko ukorijenjen u lokalnu zajednicu. Lokalna zajednica je istovremeno fizički prostor na kojemu se turizam „događa"; ona je resurs na kojemu se gradi i razvija, a istovremeno je u svojoj suštini i proizvod koji se nudi na tržištu. Stoga je svaka lokalna zajednica na svijetu specifičan i neponovljiv turistički proizvod. Pri tome treba posebno istaknuti da ljudi koji žive u lokalnoj zajednici čine zapravo osnovni „sastojak" tog proizvoda; oni su ti koji svojom kulturom, znanjem, susretljivošću i gostoljubivošću te mnogim drugim obilježjima, daju destinaciji specifična razlikovna obilježja, odnosno identitet".

Prema Rudan (2012) lokalno stanovništvo je jako važan dionik u razvoju turizma destinacije. Lokalno stanovništvo je zainteresirano za razvoj turizma jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim upravljačkim odlukama može dovesti do uništavanja postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva ne smije se narušiti jer s tim se gubi lokalno stanovništvo koje je jedan od ključnih nositelja gospodarskog razvoja. S gledišta nacionalnog, regionalnog ili lokalnog planiranja, turizam bi trebao podupirati razvoj kvalitete života stanovnika (Aref, 2011). Međutim i podrška stanovnika je od ključne važnosti za razvoj, planiranje, uspješan rad i održivost turizma (Kim, 2002).

## 2.4. Upravljanje razvojem turizma i uloga lokalne zajednice

Bez obzira na razvijenost turizma u zajednici, stanovnici su važni dionici koji mogu utjecati na uspjeh ili neuspjeh lokalne turističke industrije. Stanovnici mogu pridonijeti dobrobiti zajednice svojim sudjelovanjem (u različitim stupnjevima) u planiranju, razvoju i djelovanju turističkih atrakcija te širenjem gostoprimstva turistima u razmjeni za ostvarene pogodnosti od turizma.

S druge strane, stanovnici mogu biti ključni u obeshrabrivanju turizma suprotstavljajući se ili pokazujući neprijateljsko ponašanje prema turističkim zagovornicima i turistima. Potreba posjetitelja mora biti zadovoljena jer pružanje kvalitetnih iskustava od strane domaćinske zajednice povećat će želju za daljnjom interakcijom između domaćina i gostiju. Susret između njih također može dovesti do negativnih iskustava (Ap, 1992).

Kao što je i ranije navedeno u ovom radu, turizam ima pozitivne i negativne utjecaje na lokalno stanovništvo. Prema Jelinčić (2006) utjecaj može biti dvojak, tako navodi primjere pozitivnih eksternalija turizma na lokalnu zajednicu: promicanje samosvijesti, ponosa, samopouzdanja i solidarnosti među lokalnim stanovništvom. Nadalje, ističe negativne utjecaje turizma na lokalnu zajednicu kao što je netrpeljivost i mržnja prema turistima te osjećaj zauzimanja vlastitog prostora.

Rudan (2012) navodi kako u planiranju turističkog razvoja destinacije destinacijski menadžment treba uzeti u obzir želje i prijedloge lokalnog stanovništva jer će se jedino na taj način ostvariti kvalitetniji razvoj turizma destinacije, a i ujedno smanjit će se negativni stavovi stanovništva spram turizma. Lokalno stanovništvo koje je vezano za određeno područje ima mnogo bolji osjećaj za to što su realne potrebe toga područja kao i jasniju viziju budućeg razvoja nego li središnja uprava. Zbog toga je potrebno uključiti vizije, želje, potrebe lokalnog stanovništva u planove za budući razvoj destinacije.

O važnosti planiranja u turističkim destinacijama i uključivanja lokalnog stanovništva govore mnogi autori pa tako Dulčić i Petrić (2001) pod planiranje turističkog razvoja na lokalnoj razini, podrazumijevaju planiranje s pripadajućim atrakcijama, a planovi razvoja turizma temelje se na općim razvojnim ciljevima i prioritetima koje određuje lokalno stanovništvo.

Prema Kilipiris (2005) lokalna uključenost bitna je za turizam: lokalno stanovništvo, njihova kultura, okoliš, način života i tradicije važni su čimbenici koji privlače turiste u destinaciju. Potrebe i težnje lokalne zajednice moraju biti u potpunosti koordinirani. Kretanje turizma može pružiti gospodarsku, ekološku i kulturnu korist zajednici.

S druge strane, sudjelovanje lokalne zajednice može obogatiti turističko iskustvo i proizvod. Kada je zajednica uključena u upravljanju razvojem turizma to je vjerojatnije da će postati aktivni partner i da će osigurati pravednu raspodjelu među svim dionicima.

Viši status i plaćeniji poslovi, koje često popunjava osoblje iz inozemstva, trebaju biti dostupni lokalnim ljudima čija će znanja i stručnost dodati neprocjenjivu kvalitetu turističkog doživljaja. Lokalni angažman, poticanjem lokalnih usluga vođenja vlasništva, prijevoza i smještaja, obrtnika i restorana, spriječit će odljev deviza za domaćine zajednice i turiste (Kilipiris, 2005).

### 2.5. Mladi kao specifičan podsegment lokalne zajednice

Posljednjih nekoliko desetljeća u ekonomski razvijenim zemljama svijeta razvijaju se teorije o mladima kao specifičnoj društvenoj skupini. Nastale teorije svakako potvrđuju i hrvatsku sliku populacije mladih. Mladi su iznimno heterogena društvena skupina koju obilježavaju brojne zajedničke karakteristike poput nastavka ozbiljnijeg procesa obrazovanja, ulaska u svijet rada i osamostaljivanja (Bužinkić, Buković, 2009).

Bužinkić i Buković (2009) navode kako se često vode rasprave o prijeporu statusa mladih, jesu li oni društveni resurs ili društveni problem. Postoje dva međusobno komplementarna tradicionalna pristupa; jedan polazi od mladih kao resursa, a drugi polazi od mladih kao problema. Polazeći od mladih kao resursa, ovaj pristup podrazumijeva da ih se promatra kao predstavnike poželjne budućnosti, koji će društvene vrijednosti prenositi s generacije na generaciju. Mladi su vitalno društveno bogatstvo i trebaju im se osigurati društveni razvojni uvjeti. Naime, drugi tradicijski pristup mlade percipira kao društveni problem. Mlade se tako vidi kao populaciju koja se nalazi u osjetljivom stadiju razvoja te koju je potrebno zaštiti. Mladu populaciju se vidi kao onu koja nije kvalitetno integrirana i treba ju se naučiti kako biti. S takvim gledištem je često povezana negativna slika o mladima i nepovjerenje društva spram mlade generacije.

U današnje su vrijeme prisutna oba pristupa, iako u Republici Hrvatskoj prevladava onaj pristup koji na mlade gleda kao osjetljivu društvenu skupinu sklonu neprihvatljivu ponašanju, odnosno kao društveni problem. Također na mlade se gleda kao na skupinu koja ne može ponuditi društveno prihvatljiva trajna rješenja i inovativne pristupe (Bužinkić, Buković, 2009).

Mladi u Republici Hrvatskoj suočavaju se s neizvjesnim mogućnostima zapošljavanja, sporijim ekonomskim osamostaljivanjem te kasnijim zasnivanjem obiteljskih odnosa. Također su suočeni s brojnim rizicima produžene mladosti, kasnog odrastanja i osamostaljivanja (Bužinkić, Buković, 2009).

Unatoč određenim slabostima mladih kao dijela radne snage, javlja se veliki broj onih koji po prvi puta ulaze na tržište rada, poslodavci bi trebali promatrati mlade kao resurs. Naime, današnji mladi su statistički gledano bez konkurencije najobrazovanija generacija koja je ikad izlazila na tržište rada te u pravilu imaju čitav niz specifičnih kompetencija koje su potrebne za uspješno funkcioniranje poslovnih sustava u uvjetima dinamičnosti i kompetitivnosti (Mreža mladih Hrvatske, 2010).

Mreža mladih Hrvatske (2010) navodi kako su u Hrvatskoj potrebna ulaganja u ljudski kapital, a najveći prostor za takvo ulaganje postoji kod mladih jer oni imaju najviše kapaciteta za usvajanje novih sadržaja i kompetencija. Nažalost, čini se da u Hrvatskoj prevladava strukturna nezaposlenost koja je posljedica neprilagođenosti radnika zahtjevima tržišta. S jedne strane, Hrvatska je na samom europskom vrhu prema postotku mladih koji imaju barem „više srednje obrazovanje“. Međutim, problem je kada radnici posjeduju vještine koje se ne traže na tržištu, a hrvatsko tržište rada svakako pokazuje znakove nepodudaranja između vještina hrvatskih radnika i zahtijeva hrvatskog gospodarstva. Naime, kod (47 %) radnika/ica prvi posao ne odgovara njihovom obrazovanju. Ono što još više zabrinjava je da prvi ozbiljni posao, koji traje više od 6 mjeseci, ne odgovara kvalifikacijama čak (45 %) radnika.

Međutim, na neke faktore država teško može utjecati. Postoje dokazi da hrvatsko društvo, poput primjerice talijanskog, imaju snažne obiteljske veze i nije neuobičajeno da roditelji uzdržavaju i odraslu djecu, barem dok ne pronađu „pravi“ posao. Zbog „zaleđa“ koje mladima pružaju njihovi roditelji, mladi se odlučuju na kasniji ulazak na tržište rada i tu država teško može nešto kratkoročno promijeniti. To ipak ne znači kako na osnaživanje i osamostaljivanje mladih ne treba djelovati kroz koherentnu i dobro koordiniranu politiku za mlade. U Hrvatskoj postoji velik broj mladih koji želi započeti samostalan život, a to trenutno nisu u mogućnosti (Mreža mladih Hrvatske, 2010).

### 2.5.1. Obilježja mlade populacije

Mladi nisu homogena društvena skupina. Razlikuju se po socijalnom porijeklu, uvjetima obiteljske socijalizacije, obrazovnim postignućima, društveno profesionalnom statusu, stilovima života, životnim aspiracijama, političkim opredjeljenjima i slično. Mladi međusobno dijele neke zajedničke karakteristike, među kojima je temeljna pripadnost određenoj dobnoj skupini (CEDRA, 2016).

Prema Ilišin et al. (2013) mladost se definira kao tranzicijsko razdoblje između djetinjstva i odrasle dobi pa je univerzalno obilježje mladih razmjerno niska životna dob. Statistički je kao donja granica mladosti najčešće određena 15. godina života, dok gornja granica varira najčešće na 24., a ponekad na 29. ili 34. godini života. U istraživanjima je prisutna tendencija proširenja granica mladosti prema ranijoj životnoj dobi zbog ranijeg ulaska u pubertet, a prema kasnijoj dobi zbog sve kasnijeg stupanja u tzv. svijet odraslih. Potonja tendencija prepoznata je kao "produžena mladost" koju karakterizira sve duže obrazovanje, otežano i neadekvatno zapošljavanje, usporeno socio-ekonomsko osamostaljivanje te odlaganje zasnivanja vlastite obitelji. U današnjem svijetu, koji se sve brže mijenja, prelazak mladih u svijet odraslih postaje još dugotrajniji i neizvjesniji proces.

CEDRA (2016) navodi da se mladi nalaze u specifičnom prijelaznom razdoblju za koje je karakterističan nesklad između psihofizičke i socijalne zrelosti. Više nisu zaštićeni kao djeca, a još ne uživaju sve mogućnosti i pogodnosti dostupne odraslima. Takva ih situacija čini jednim od najranjivijih segmenata populacije, što zahtijeva poseban odnos društva prema njihovim interesima, problemima, potrebama i životnim perspektivama.

### 2.5.2. Mladi i turizam- uloga i učinci

Mladi su voljni raditi u turizmu, ali žele da ih se poštuje i da imaju bolje plaće. Već od rane dobi mlade treba naučiti o važnosti turizma na ovom području. Kroz odrastanje, trebalo bi ih se poticati na volontiranje te sudjelovanje u raznim projektima. Nema boljeg razvoja u turizmu od ulaganja u edukaciju i obrazovanje mlade osobe (Dropulić Ružić, 2017).

Također, Institut za poljoprivredu i turizam (2016) navodi da mladi što se osjećaju kompetentnije za rad u turizmu i što su skloniji *multitaskingu, engl.* to će njihova angažiranost na radnom mjestu biti veća. Kada bi se tome pridodalo zadovoljstvo organizacijskim čimbenicima kao što je visina plaće, plaćanje prekovremenih sati, mogućnost stalnog zapošljavanja stvaraju se uvjeti u kojima će mladi željeti raditi u ovoj struci. Zatim se naglašava da se mlade uz obavljanje prakse u Hrvatskoj treba poticati i na obavljanje prakse u inozemstvu.

Nažalost, u Hrvatskoj to trenutno nije slučaj, posebice ako se osvrnemo na aktualni problem gdje se poslodavci u turizmu suočavaju s nedostatkom radne snage. Radnici su nezadovoljni uvjetima rada stoga se predlaže da se radnicima u turizmu povećaju plaće i ostala materijalna prava, da se poveća broj ugovora na neodređeno vrijeme te ugovora za stalne sezonske radnike (Jutarnji List, 2017). Naime, ovakvi problemi proizlaze ponajprije iz neadekvatnih zakona i državnih regulativa koji nameću poslodavcima prevelike naknade. U tom području izostaje poticaj države poslodavcima jednako kao i radnicima.

## 2.6. Pregled postojećih istraživanja o utjecaju turizma na kvalitetu života mladih

Tijekom izrade teorijskog koncepta , kao i samog istraživanja u ovom radu, uočen je nedostatak sličnih istraživanja o utjecaju turizma na kvalitetu života mladih. Posebice mladi kao specifična skupina, nisu česti predmet istraživanja o temama vezanim za turizam kao ni utjecaj turizma na kvalitetu života.

Međutim, provedena su neka druga istraživanja čiji rezultati pokazuju kako ispitanici imaju mješoviti stav prema turizmu. S jedne strane, rezultati pokazuju da je visok stupanj suglasnosti među ispitanicima s obzirom na pozitivne ekonomske utjecaje turizma na nekom području. Takvi učinci uključuju zapošljavanje, ukupni porezni prihod grada i osobni dohodak. Utvrđeno je da većina ispitanika ima vrlo pozitivne stavove o utjecaju turizma na određena pitanja vezana uz ulogu žena i mladih u društvenom i gospodarskom životu zajednice.

S druge strane, unatoč njihovoj vrlo povoljnoj sklonosti prema turizmu ispitanici su prepoznali postojanje nekih negativnih socijalnih utjecaja. Lokalno stanovništvo vjeruje da su pojedinačni zločini, svađe, vandalizam, seksualno uznemiravanje i zlouporaba droga pogoršani ili povećani zbog turizma. Isto tako smatraju da turizam nije imao utjecaja na pitanja poput moralnosti, poštenja, povjerenja među ljudima, organiziranog kriminala, prostitucije i kockanja. Međutim, prepoznali su da se lokalna gostoljubivost prema strancima poboljšala kao posljedica turizma. Ispitanici su također uvjereni da turizam ima pozitivan utjecaj na imidž destinacije, a većina njih je rekla da bi se broj turista koji su posjetili destinaciju trebao povećati. Iako su ispitanici bili svjesni negativnih utjecaja turizma, većina ih se nije suprotstavila širenju turizma. Iz toga se može zaključiti da svijest o društvenim troškovima turizma ne dovodi nužno do opozicije prema daljnjem razvoju turizma (Haralambopoulos, Pizam, 1996).

Nadalje, prema istraživanju koje je provela CEDRA (2016) u svrhu izrade Gradskog programa za mlade Grada Splita za razdoblje od 2017. do 2020. godine analizirala se kvaliteta života i zadovoljstvo mladih u navedenom gradu. Istraživanje je pokazalo kako su mladi najmanje zadovoljni svojim mogućnostima zaposlenja čak (63,3 %)  i novčanom situacijom (52,1 %). S druge strane, mladi su izrazito zadovoljni druženjem s prijateljima (61 %), svojim zdravljem (56,2 %) te slobodnim vremenom (43,8 %). Većina ih nije ni zadovoljna ni nezadovoljna što se tiče svog ugleda u društvu (43,8 % ) te zadovoljstvom kulturnih potreba (42,6 %).

Također, postavljena su određena pitanja poput prometa, javnog prijevoza, čistoće grada, zelenih površina i sl. Ispitanici su najmanje zadovoljni javnim prijevozom njih (50,9 %) nimalo nije zadovoljno, a (33,7 %) ih je malo zadovoljno. Situacija nije mnogo bolja ni s prometom (43,2 %) mladih je nimalo zadovoljno, dok  (37,9 %) je malo zadovoljno. Slično tako, (20,7 %) mladih nije nimalo zadovoljno zelenim površinama, a (38,5 %) ih je samo malo zadovoljno, a nisu zadovoljni ni upravljanjem gradskom imovinom (75,2 %), zdravstvenim ustanovama (68 %) i zaštitom prirodnih dobara i okolišem (62,1 %).

Čak (69,8 %) mladih smatra da je bitno osigurati kvalitetno obrazovanje sukladno zahtjevima tržišta i potrebama hrvatskog društva kako bi se njihovi problemi u Splitu počeli djelotvornije rješavati. Druga ključna stvar kod rješavanja problema mladih je osiguranje poticaja za sustavno i djelotvorno zapošljavanje mladih ljudi nakon završenog školovanja, zatim osiguranje boljeg korištenja fondova za projekte mladih u različitim sektorima (59,8 %) te osiguranje sudjelovanja mladih u procesu odlučivanja na svim razinama (55,6 %).

U Gradskom programu za mlade Grada Splita (2016) izneseni su i različiti prijedlozi rješavanja problema koji će se uzeti u obzir prilikom definiranja budućih mjera i aktivnosti. Neki od njih su:

- veća uključenost mladih u društveno-politički život,
- osigurati sudjelovanje mladih u procesu odlučivanja na svim razinama (javne rasprave, okrugli stolovi, učestalija i kvalitetnija komunikacija vlasti s mladima i sl.),
- osigurati kvalitetno obrazovanje sukladno zahtjevima tržišta i potrebama hrvatskog društva,
- osigurati poticaje za sustavno i djelotvorno zapošljavanje mladih ljudi nakon završenog školovanja,
- veća podrška gradske uprave radu udruga mladih, (info-centara za mlade, klubova mladih i sl.),
- osigurati provedbu gradske strategije za mlade,
- motivirati mlade i
- bolje organizirati javni prijevoz.

# 3. RAZVOJ TURIZMA U GRADU SPLITU

## 3.1. Ključni podaci o destinaciji

Grad Split regionalno je središte Splitsko-dalmatinske županije te je drugi po veličini grad u Hrvatskoj. Smješten je na Jadranskoj obali, na Marjanskom poluotoku okružen morem s tri strane pred kojim se prostiru otoci Brač, Hvar, Čiovo i Šolta. Također, grad Split okružuju i okolne planine, Mosor na sjeveroistoku, Kozjak na sjeverozapadu i brdo Marjan na zapadnom dijelu poluotoka koji predstavlja jedan od najvažnijih gradskih simbola. Zbog svoje lokacije i pristupačnosti grad Split druga je po veličini hrvatska teretna luka, ali i jedna od vodećih putničkih luka na Mediteranu. Zbog svoje tipične mediteranske klime koju karakteriziraju suha i vruća ljeta te prohladne ali umjerene zime, grad Split sve više postaje primarna destinacija stranih posjetitelja.

Zbog svoje iznimno bogate kulturne povijesti i prirodnih lokaliteta grad Split je danas jedan od popularnijih odredišta. Njegova povijesna jezgra je primjer kako jedan takav prvoklasni spomenik može biti dio gradskog života. Splitska gradska jezgra je živa, nije samo muzej nego je žila kucavica grada i to je razlog zbog čega traje toliko dugo. Šetati gradskom jezgrom Splita znači prolaziti kroz stoljeća gradskog života s bezbrojnim slojevima povijesti, arhitekture i gradskog duha. Grad Split čine ljudi, njihovi životi i tradicija koja privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Upravo zbog toga, Split je prešao iz tranzitnog grada kakav je do nedavno bio u poznatu turističku destinaciju.

Prema posljednjem popisu stanovništva provedenom 2011. godine grad Split ima 178.102 tisuća stanovnika. U odnosu na popis iz 2001.godine kada je zabilježeno 188.694, bilježi se pad broja stanovnika za (5,6 %) (Državni zavod za statistiku, 2011a).

U gradu Splitu živi 10.627 mladih osoba u dobi od 15 do 19 godina, 11.106 mladih u dobi od 20 do 24 godine, 11.735 u dobi od 25 do 29 godina te 12.225 u dobi od 30 do 34 godine. Dakle, u dobi između 15 do 34 godine u gradu Splitu živi 45.693 mladih osoba (Državni zavod za statistiku, 2011b).

Što se tiče promjena dobno-spolnog stanovništva Splita ogledaju se istodobno dva demografska procesa: smanjenje udjela mladog stanovništva uz izrazito povećanje starog stanovništva. Dobno-spolna struktura Hrvatske, ali i Splita izgubila je obris pravilne piramide te je zamjetan manjak mladih (Klempić, 2004).

Zbog toga od ključne važnosti su strateški programi  kako bi se na adekvatan način smanjilo iseljavanje mladih te ih se uključilo u donošenje odluka s ciljem poboljšanja života mladih u gradu Splitu.

### 3.2. Turistička ponuda

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni (Petrić, 2013).

Prema Petrić (2013) turistička ponuda dijeli se na tri skupine elemenata:

- atraktivne elemente
- komunikativne ili komunikacijske elemente
- receptivne elemente

Atraktivni elementi turističke ponude mogu se podijeliti na prirodne i društvene atraktivne elemente. Među prirodnim atrakcijama grada Splita svakako treba izdvojiti plaže i uvale. Među plažama i uvalama ističu se Bačvice, Kaštelet, Kašjuni, Bene, Trstenik, Firule, Uvala Zvončac, Žnjan, a među mladom populacijom najviše su posjećene plaže Kašjuni, Firule, Bačvice zbog sve većeg razvoja ugostiteljskih sadržaja.

U drugu skupinu atraktivnih elemenata pojavljuju se društveni atraktivni elementi ponude u koju spadaju kulturno-povijesni spomenici, kulturne ustanove, festivali i manifestacije te obrazovne institucije. Među društvenim atrakcijama treba posebno izdvojiti:

Dioklecijanovu palaču koja je 1979. godine uvrštena u UNESCO-v popis svjetske baštine zbog svoje arhitekture i funkcionalnosti koju ima i nakon 1700 godina kao i dalje živuća palača. Uz samu palaču, ističe se i katedrala Sv. Dujma, svetca kojega se kao jednog od glavnih simbola grada, posebno štuje i slavi (Pivčević et al. 2017).

Najfrekventnija odredišta, osim same Palače su i glavni gradski trgovi (Pjaca, Prokurative i ostali), srednjovjekovne palače, Varoš, Riva, Zapadna obala, Ribarnica odnosno „peškarija“ i Pazar (Pivčević et al. 2017).

Među kulturnim ustanovama ističu se Muzej grada Splita, Etnografski muzej, Hrvatsko Narodno Kazalište, Gradsko kazalište mladih, a ono što posebno od manifestacija privlači kako lokalno tako i strano stanovništvo su poznati Splitski festival, Dani Dioklecijana, Mediteranski film festival. Za mladu populaciju posebno je popularan festival elektronske glazbe Ultra Music Festival koji se već šestu godinu za redom održava u Splitu.

U komunikativne elemente turističke ponude ubraja se sva prometna infrastruktura koja služi boljem povezivanju destinacije sa potencijalnim tržištima. O razvijenosti infrastrukture uvelike ovisi stupanj atraktivnosti pojedinog područja (Petrić, 2013). Značenje geografsko-prometnog položaja na razvoj grada Splita najviše ovisi o gradnji suvremene prometne infrastrukture. Pod prometnom infrastrukturom razmatra se cestovna, pomorska, željeznička i infrastruktura zračnog prometa (Pivčević et al. 2017).

Automobilski je prijevoz, prema TOMAS istraživanju (2017), godinama dominantan način dolaska turista na hrvatsku obalu s obzirom na blizinu emitivnih tržišta. (78 %) turista dolazi automobilom, a autobusnim prijevozom (4 %), upravo zbog dobre povezanosti s glavnom autocestom Zagreb-Split-Dubrovnik koja povezuje kontinentalni dio sa obalnim. Naime, najveći problem stvara se na dionici ceste D8 Split-Omiš kao jedne od najopterećenijih u regiji s tim da se veliki problemi javljaju i na samom ulazu u Split te prema trajektnoj luci (Pivčević et al. 2017).

Zračna luka Split, nalazi se u predjelu Resnik na svega 25 kilometara udaljenosti od grada Splita. Prema TOMAS istraživanju (2017) od (15 %) gostiju koji su doputovali redovnim letom, (51 %) je koristilo usluge niskobudžetnih zračnih prijevoznika. Zbog značajnog rasta prometa putnika u posljednjih nekoliko godina, krenulo se u projekt rekonstrukcije i dogradnje putničkog terminala kako bi se proširila postojeća infrastruktura (Pivčević et al. 2017).

Gradska luka Split glavna je putnička i turistička luka za dalmatinska odredišta na otocima i duž obale. Najveći dio prometa putnika i vozila obavlja hrvatska brodarska tvrtka Jadrolinija, koja Split povezuje s Trogirom i Dubrovnikom, a od međunarodnih luka s Anconom. Nadalje, osim Jadrolinije treba spomenuti i privatnog brodara Kapetan Luka koji održava brzo brodske linije između Splita, srednjodalmatinskih otoka i Dubrovnika (Pivčević et al. 2017).

Prema Pivčević et al. (2017) sveukupni promet 2015.godine činilo je 4,3 milijuna putnika od kojih na domaći promet spada 3,9 milijuna putnika, a na međunarodni 449.655 putnika.

Prema Petrić (2013) u receptivne elemente ubrajaju se svi objekti koji služe za prihvat i prehranu gostiju i koji njihovom boravku pružaju određeni rekreacijski sadržaj.

U nastavku su prikazani podaci o broju i vrsti smještajnih kapaciteta grada Splita s pripadajućom kategorizacijom.

**Tablica 1: Smještajni kapaciteti od 2010. do 2017. godine**

| Godina | Hoteli | Hosteli | Druge vrste smještaja | Kampovi | Domaćinstva | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **2010.** | 2.073 | 554 | 409 | 1.230 | 4.454 | 8.720 |
| **2011.** | 2.073 | 624 | 499 | 1.230 | 5.755 | 10.181 |
| **2012.** | 2.101 | 731 | 1.153 | 1.221 | 7.503 | 12.709 |
| **2013.** | 2.101 | 773 | 1.276 | 1.221 | 10.473 | 15.844 |
| **2014.** | 2.359 | 849 | 1.255 | 1.221 | 12.239 | 17.923 |
| **2015.** | 2.491 | 1.030 | 1.356 | 1.155 | 11.995 | 18.027 |
| **2016.** | 2.765 | 1.148 | 2.534 | 1.149 | 15.631 | 23.227 |
| **2017.** | 3.180 | 1.217 | 2.902 | 1.149 | 19.535 | 27.983 |

Izvor: Turistička zajednica Grada Splita, 2018b

Statistika ostvarenih smještajnih kapaciteta 2010. do 2017. godine za Grad Split pokazuje porast u smještajnim kapacitetima hotela od (53,4 %). Domaćinstva čine najveći udio u smještajnim kapacitetima i ostvaruju najveći porast u razdoblju od 2010. do 2017. godine. Statistika ostvarenih smještajnih kapaciteta domaćinstava u razdoblju 2010. do 2017. za Grad Split u 2017. godini pokazuje broj od 19.535 kreveta te se pokazuje porast za 15.081 kreveta u odnosu na 2010.godinu u kojoj je bilo 4.454 kreveta (Turistička zajednica grada Splita, 2018b).

Hosteli i druge vrste smještaja (soba, apartman studio, apartman, kuća za odmor) ostvaruju također porast 2017. u odnosu na 2010. godinu u smještajnim kapacitetima: u hostelima za 663 kreveta i ostalim vrstama smještaja za 2.493 kreveta (Turistička zajednica grada Splita, 2018b).

Kampovi kao jedini smještajni kapaciteti su ostvarili pad u 2017.godini u odnosu na 2010.godinu od (6,5 %) (Turistička zajednica grada Splita, 2018b).

Primjetan rast privatnog smještaja ostvaruje se u ljetnim mjesecima, posebno u srpnju za vrijeme održavanja Ultra Music Festivala što pokazuje rast smještajnog kapaciteta od (422 %) te rast apartmanskog smještaja od (536 %) u razdoblju od 2012. do 2016. godine. Ove brojke još su zapanjujuće ako se uzme u obzir da je prosječan rast smještajnog kapaciteta u cijeloj Hrvatskoj (5 %) na godišnjoj razini, a prosječan rast apartmanskog kapaciteta (7 %) na godišnjoj razini (Turistička zajednica Grada Splita, 2018a).

Naime, podaci iz 2013. godine pokazuju da je zabilježeno ukupno 5.804 ležaja u privatnom smještaju od čega 3.304 pripada apartmanima, a 2.500 ostalim vrstama privatnog smještaja.

Uspoređujući podatke s 2016. primjećuje se značajan porast. Zabilježeno je ukupno 24.544 ležaja od toga 17.731 pripada apartmanima, a 6.831 ostalim vrstama smještaja (Turistička zajednica Grada Splita, 2018a).

**Tablica 2: Dolasci i noćenja u Splitu od 2012. do 2016. godine**

| | 2012. | 2013. | 2014. | 2015. | 2016. |
|---|---|---|---|---|---|
| **Dolasci** | 51.417 | 62.405 | 76.489 | 92.252 | 124.219 |
| **Noćenja** | 169.685 | 210.228 | 255.871 | 311.069 | 424.184 |

Izvor: Prikaz autorice prema Turističkoj zajednici Grada Splita, 2018a

Iz prikazane tablice, vidljiv je porast u dolascima i noćenju u razdoblju od 2012. kada je ostvareno 51.417 dolazaka i 169.685 noćenja do 2016. godine kada je ostvareno 124.219 dolazaka i 424.184 noćenja. Zabilježen je rast ukupnog broja noćenja u Splitu od (250 %) pri čemu je Ultra Music Festival zasigurno jedan od glavnih razloga.

Prema podatcima o broju noćenja u srpnju 2016. godine, prosječna popunjenost apartmana iznosila je 13.5 dana dok su gosti Ultra Music Festivala boravili u prosjeku 5.5 dana. Iz toga slijedi pretpostavka da bi bez održavanja Ultra Music Festivala u Splitu, popunjenost pala za (40 %) na 8 dana te je jednako tako upitna isplativost poslovanja bez noćenja od strane Ultra posjetitelja (Turistička zajednica Grada Splita, 2018a).

U nastavku je prikazan broj hotela po kategorijama u gradu Splitu.

**Tablica 3: Broj hotela po kategorijama u gradu Splitu**

| Zvjezdice* | 2** | 3*** | 4**** | 5***** | Bez kategorizacije | Ukupno |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ukupni broj hotela | 1 | 11 | 10 | 1 | 5 | 28 |
| Ukupni broj kreveta | 387 | 452 | 1.635 | 391 | 315 | 3.180 |

Izvor: Turistička zajednica Grada Splita, 2018b

Iz tablice se može vidjeti da u gradu Splitu postoji 28 hotela koji raspolažu s ukupno 3180 kreveta. Najviše je hotela s 3 zvjezdice koji raspolažu ukupno sa 452 kreveta te hotela s 4 zvjezdice koji imaju ukupno 1.635 kreveta.

### 3.3. Turistička potražnja

Turistička potražnja mjeri se najviše zbog ekonomskih učinaka koje generira te zbog kreiranja marketinške politike (Petrić, 2013).

**Tablica 4: Dolasci i noćenja u gradu Splitu od 2016. do 2017. godine**

| | **2016.** | | **2017.** | |
|---|---|---|---|---|
| | Dolasci | Noćenja | Dolasci | Noćenja |
| **Strani turisti** | 516.458 | 1.631.457 | 667.944 | 2.034.719 |
| **Domaći turisti** | 58.557 | 131.652 | 60.515 | 129.487 |
| **Ukupno** | 575.049 | 1.763.174 | 728.459 | 2.164.206 |

Izvor: Turistička zajednica Grada Splita, 2018b

Tablica pokazuje ostvarene dolaske i noćenja u gradu Splitu u 2017. godini s usporednim podacima iz 2016. godine iz koje se jasno vidi porast u dolascima turista od (26,67 %) kao i porast u noćenjima od (22,74 %). Statistika iz 2017. pokazuje ukupni broj dolazaka od 728.459 turista od kojih većina čine strani turisti 667.944, dok domaći dolasci čine 60.515 turista. Statistika iz 2016. pokazuje ukupan broj dolazaka od 575.049 turista od kojih većina čine strani turisti njih 516.458, dok domaći dolasci čine 58.55 turista (Turistička zajednica grada Splita, 2018b).

Najviše dolazaka 74.568 i noćenja 259.115 u 2017. godini ostvarili su državljani UK-a. Zatim slijede državljani Njemačke sa 43.581 dolazaka i 187.325 noćenja. Državljani SAD-a bilježe 72.452 dolazaka i 167.099 noćenja, a državljani Francuske 44.345 dolazaka i 144.933 noćenja (Turistička zajednica grada Splita, 2018b).

**Tablica 5: Motivi dolaska u Splitsko-dalmatinsku županiju**

| Rang | Motivi | % |
|---|---|---|
| 1. | Pasivni odmor, opuštanje | 62,5 |
| 2. | Gastronomija | 33,3 |
| 3. | Nova iskustva i doživljaji | 30,2 |
| 4. | Zabava | 24,9 |
| 5. | Upoznavanje prirodnih ljepota | 24,8 |
| 6. | Upoznavanje kulturnih znamenitosti i događanja | 12,9 |
| 7. | Bavljenje sportom i rekreacijom | 8,5 |
| 8. | Posjet rodbini i prijateljima | 8,3 |
| 9. | Ronjenje | 6,8 |
| 10. | Kupovina | 4,3 |
| 11. | Zdravstveni razlozi | 3,6 |
| 12 | Poslovne obveze | 2,9 |
| 13. | Wellness | 2,4 |
| 14. | Drugi motivi | 2,0 |
| 15. | Vjerski razlozi | 1,4 |

Izvor: TOMAS istraživanje, 2017.

Iz tablice se može vidjeti kako pasivni odmor i opuštanje na moru motivira više od polovice svih gostiju (62,5 %) i primarni je motiv dolaska na dalmatinsku obalu i otoke. Slijede dolasci motivirani gastronomijom (33,3 %), novim iskustvima i doživljajima (30,2 %), zabavom (24,9 %), upoznavanje prirodnih ljepota (24,8 %) te upoznavanje kulturnih znamenitosti i događanja (12,9 %).

Upravo zbog prevelike orijentiranosti na pasivni odmor, odnosno 3S model turizma ("sun, sea, sand" – "sunce, more, pijesak") izostala je fokusiranost na ostale sadržaje koje grad Split kao turistička destinacija može ponuditi, a uključuje bavljenje sportom i rekreacijom, zdravstvenim turizmom te brojnim drugim mogućnostima koje grad može ponuditi.

Općenito gledajući, motivacija gostiju za dolazak u turističku destinaciju s ciljem provođenja ljetnog odmora odražava promjene u preferencijama potražnje, ali i promjene u turističkoj ponudi destinacije. Zbog demografskih promjena i životnog stila europskog stanovništva sve više turista putuje zbog različitih motiva te žele zadovoljiti više svojih potreba tijekom jednog putovanja. S time se povećava raznolikost ponude i proizvoda turističkih destinacija (TOMAS istraživanje, 2017).

### 3.4. Razvojne smjernice turizma grada Splita iz strateških dokumenata

Strateški okvir turističkog razvoja Splitsko-dalmatinske županije daje odgovor na tri ključna pitanja: u kojem će se smjeru razvijati turizam, s kojom svrhom i kako će se to postići. Cilj je da se na području Splitsko-dalmatinske županije stvore temeljni preduvjeti za rast i razvoj turističkog sektora, ali i za povećanje kvalitete društvenog života lokalnog stanovništva (Tomljenović et al. 2018).

Prema Tomljenović et al. (2018) turizam kao „sektor“ obilježava poduzetnost u usmjeravanju turističkog razvoja, osmišljavanju proizvoda i usluga te uspostavljanju mehanizama partnerstva i suradnje. Poduzetan turistički sektor znači:

- odgovornost za održiv razvoj turizma koji je u funkciji kvalitete života i blagostanja lokalne zajednice te očuvanja prirodne i kulturne baštine
- inovativnost i kreativnost proizlaze iz činjenice da su dionici turističkog razvoja svjesni kako se trebaju kontinuirano prilagođavati promjenama, bilo da one dolaze iz poslovnog okruženja ili da je riječ o tržišnim promjenama
- povezanost i umreženost podrazumijeva kulturu partnerstva i suradnje

Turistički sektor odgovoran je društvenoj zajednici. Javni interes je krajnji cilj, a ne usputni proizvod turističkog razvoja. Svrha turističkog razvoja je blagostanje svih stanovnika Splitsko-dalmatinske županije koja se postiže kroz ekonomski razvoj kao što su radna mjesta, samozapošljavanje, poduzetništvo, povećanje prihoda i investicija, kvalitetu života koja se odnosi na kvalitetniju infrastrukturu, bogatiji društveni, sportski i kulturni život, viši životni standard te na društveni razvoj koji se ogleda na porast broja stanovnika, privlačenje mladih i obrazovanih, očuvanje dalmatinskog stila života, zaštitu kulturne i prirodne baštine (Tomljenović et al. 2018).

Također, jedan od bitnih strateških ciljeva razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije je održivi turistički razvoj uz maksimalno povećanje kvalitete života lokalne zajednice. Problem izražene sezonalnosti u kombinaciji s turističkim aktivnostima na obalnom području stvaraju pritisak na okoliš, lokalnu zajednicu i lokalnu ekonomiju. Stoga, budućnost županijskog turizma ovisi o adekvatnoj zaštiti prirodnih i kulturnih resursa i pravilnom upravljanju turizmom kako bi se umanjili negativni utjecaji na kvalitetu života stanovnika.

Veliku pažnju treba posvetiti usklađivanju rasta turističke ponude, povećanju turističke aktivnosti izvan glavne ljetne sezone, prostorno ravnomjernijem turističkom razvoju te stimuliranju lokalnog poduzetništva (Tomljenović et al. 2018).

Nadalje, grad Split već duži period nema definiranu strategiju sveukupnog razvoja u kojoj bi bila definirana strateška pozicija turizma, ali i strategija razvoja turizma. Zbog spomenutog nedostatka strategije razvoja turizma grada Splita, donesene su strateške i operativne pretpostavke za razvoj turizma, koje su izvan dosega strateškog marketinškog plana, kao i van nadležnosti Turističke zajednice Grada Splita (Pivčević et al., 2017). Naime, u nastavku će se spomenuti samo dio navedenih pretpostavki za razvoj turizma:

- izrada strategije razvoja turizma grada
- izrada plana održivog upravljanja plažama te rješavanje problematike nadležnosti i koncesija
- postizanje konsenzus dionika o cjenovnom pozicioniranju destinacije
- poboljšati efektivnosti svih gradskih, posebno komunalnih službi
- planiranje optimalnog razvoja komunalne infrastrukture obzirom na povećano opterećenje razvojem turizma
- optimiziranje gradskog prijevoza i razvijanja prometne kulture
- sustavno planiranje sadržaja na javnim površinama/prostorima
- ažuriranje i usklađivanje katastra i zemljišnih knjiga

Prema Pivčević et al. (2017) poželjna uloga i značaj razvoja turizma u gradu Splitu, definirana je i potvrđena od glavnih dionika skupa s lokalnim stanovništvom prema kojima je turizam jedan od značajnijih gospodarskih aktivnosti, no razvoju grada značajno doprinose i druge, od turizma neovisne djelatnosti. Također turizam kao cjelogodišnja djelatnost, potiče i razvoj mnogih komplementarnih djelatnosti kao što je zdravstvo, obrazovanje i znanost, kultura, sport i druge djelatnosti.

Prema Pivčević et al. (2017) istaknute su slijedeće vrijednosti daljnjeg razvoja turizma grada Splita:

- cjelogodišnji-bolja iskorištenost kapaciteta, veća profitabilnost, održivost
- značajnog multiplikativnog efekta-diversificirani razvoj, povećanje BDP-a grada
- odgovoran prema baštini, ukupnim resursima, lokalnom stanovništvu

Iz spomenutih vrijednosti proizlazi i željena slika grada Splita kao turističke destinacije kakva bi trebala biti. Split kao destinacija ima potencijala s daljnjim razvojem turizma, obzirom da je već prepoznat kao poželjan domaćin svojim građanima i gostima tijekom cijele godine (Pivčević et al., 2017).

### 3.5. Uloga mladih u sudjelovanju u odlučivanju o razvoju turizma u destinaciji

Mladima treba omogućiti aktivno sudjelovanje i angažiranost u razvoju lokalne zajednice. Takvo uključivanje mladih u donošenje odluka je jedan od načina iskazivanja poštovanja, uvažavanja njihovih ideja i mišljenja što za njih zasigurno može djelovati vrlo osnažujuće, ohrabrujuće i motivirajuće (Sedlić, 2011).

Većina mladih pokazuje jasan stav i želju za utjecajem na odluke koje se donose u društvu te traže prava, sredstva, prostor i potporu za sudjelovanje u tom procesu donošenja odluka i uključivanja u društveno korisne aktivnosti. Mladi jednako tako žele i trebaju imati mogućnost za napretkom, unaprjeđenjem svojih znanja i vještina te vjere u vlastite sposobnosti (Sedlić, 2011).

Nažalost, mladi u Republici Hrvatskoj nisu uključeni u odlučivanju o razvoju turizma, posebice ne kao zasebna skupina lokalne zajednice.

# 4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE STAVOVA MLADE POPULACIJE O UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA

## 4.1. Istraživačka metodologija

U svrhu testiranja istraživačkih hipoteza provedeno je istraživanje o stavovima mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu života u gradu Splitu. Kao instrument istraživanja kreiran je anketni upitnik po uzoru na istraživanje Williams i Lawson (2001) pri čemu su preuzeti dijelovi koji se tiču problema lokalnog stanovništva, njihove kvalitete života te njihovih stavova o utjecaju turizma na kvalitetu života. Anketni upitnik sadržavao je niz zatvorenih pitanja s mogućnošću višestrukog odabira. Odgovori su prikupljeni na internetu (kreiran je obrazac anketnog upitnika pomoću Google Forms) kako bi se dobili što precizniji odgovori od strane ispitanika.

Razdoblje u kojem su odgovori prikupljeni je od 21. do 30. srpnja 2018. godine. Za prezentiranje rezultata korišteni su programski paketi MS Excel, IBM SPSS Statistics te testovi Mann-Whitney za dva nezavisna uzorka, Kruskal-Wallis za više od dva nezavisna uzorka i Wilcoxon test razlike za dva zavisna uzorka.

## 4.2. Analiza i interpretacija prikupljenih podataka

### 4.2.1. Obilježja uzorka

U uzorak je obuhvaćeno 300 ispitanika koji žive u gradu Splitu. U nastavku je prikazana analiza uzorka.

**Tablica 6: Socio-demografska struktura mlade populacije**

| | | Frequency | Percent |
|---|---|---|---|
| Spol | Muško | 94 | 31,3 |
| | Žensko | 206 | 68,7 |
| Dob | 18-24 | 128 | 42,7 |
| | 25-34 | 172 | 57,3 |
| Stupanj obrazovanja | Srednja škola | 81 | 27,0 |
| | Viša/visoka škola | 139 | 46,3 |
| | Magisterij/doktorat | 80 | 26,7 |
| Radni status | Zaposlen/a preko student servisa | 61 | 20,3 |
| | Zaposlen/a na određeno vrijeme | 71 | 23,7 |
| | Zaposlen/a na neodređeno vrijeme | 79 | 26,3 |
| | Zaposlen/a honorarno | 20 | 6,7 |
| | Nezaposlen/a | 69 | 23,0 |
| Mjesečna primanja | Do 1500 kn | 73 | 24,3 |
| | 1501-3500 kn | 63 | 21,0 |
| | 3501-5000 kn | 65 | 21,7 |
| | 5001kn i više | 99 | 33,0 |

Izvor: Prikaz autorice

U promatranom uzorku od 300 ispitanika njih 206 (68,7 %) je ženskog spola, a 94 (31,3 %) muškog spola. U dobi od 25-34 godine je bilo 172 (57,3 %) ispitanika, a u dobi od 18-24 njih 128 (42,7 %). Najviše ispitanih je imalo više/visoko obrazovanje 139 (46,3 %), a što se tiče radnog statusa i mjesečnih primanja 79 (26,3 %) ispitanika je zaposleno na neodređeno vrijeme, a 99 (33,0 %) ispitanika zarađuje 50001 kn i više mjesečno.

**Tablica 7: Distribucija mlade populacije grada Splita prema tome zarađuju li od turizma i s kime stanuju**

| | | Frequency | Percent |
|---|---|---|---|
| Zarađuju li od turizma | Da | 150 | 50,0 |
| | Ne | 150 | 50,0 |
| S kime stanuju | S roditeljima | 177 | 59,0 |
| | Sa širom obitelji | 7 | 2,3 |
| | U svojoj obitelji | 46 | 15,3 |
| | S cimerom/icom | 23 | 7,7 |
| | U izvanbračnoj zajednici | 24 | 8,0 |
| | Sam/a | 23 | 7,7 |

Izvor: Prikaz autorice

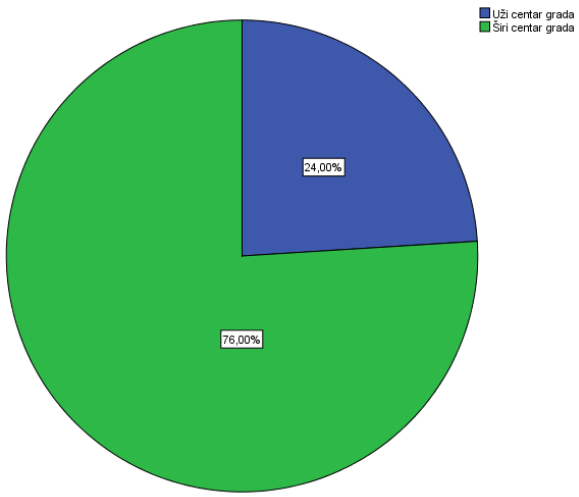
U promatranom uzorku od 300 ispitanika njih 150 (50,0 %) zarađuje od turizma dok preostalih 150 (50,0 %) ne zarađuje. Najviše ispitanika njih 177 (59,0 %) živi s roditeljima.

**Tablica 8: Distribucija mlade populacije grada Splita prema udaljenosti od centra grada**

| | | Frequency | Percent |
|---|---|---|---|
| Udaljenost od centra grada | Uži centar grada | 72 | 24,0 |
| | Širi centar grada | 228 | 76,0 |
| Total | | 300 | 100,0 |

Izvor: Prikaz autorice

Na užem području grada Splita promatrani su ovi kotarevi: Bačvice, Grad, Gripe, Lovret, Lučac-Manuš, Meje te Varoš. Preostali kotarevi pripadaju širem području grada Splita.




**Grafikon 1: Struktura mlade populacije grada Splita prema udaljenosti od centra grada**
Izvor: Prikaz autorice

### 4.2.2. Stavovi mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu života

U nastavku se prikazuje prosječna, medijalna, najčešća ocjena te prosječno odstupanje slaganja ispitanika s tvrdnjama o učincima turizma na kvalitetu života.

**Tablica 9: Prosječna, medijalna, najčešća ocjena slaganja i prosječno odstupanje slaganja ispitanika s tvrdnjama**

| | N | Mean | Median | Mode | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Turizam je unaprijedio kvalitetu usluga u trgovinama, restoranima i hotelima | 300 | 3,80 | 4,00 | 4 | 1,067 |
| Turizam je dobar za lokalno gospodarstvo | 300 | 4,26 | 4,00 | 5 | ,852 |
| Želim vidjeti povećanje broja turista u Splitu | 300 | 2,96 | 3,00 | 3 | 1,418 |
| Shopping u gradu(kao što je izbor trgovina i duže radno vrijeme) je bolji zbog turizma | 300 | 3,37 | 4,00 | 4 | 1,278 |
| Trenutačna razina turizma poboljšala je mogućnosti zapošljavanja u gradu Splitu | 300 | 3,98 | 4,00 | 4 | 1,013 |
| Turizam potiče razne kulturne aktivnosti ( poput obrta, umjetnosti i glazbe) u gradu Splitu | 300 | 3,99 | 4,00 | 4 | 1,041 |
| Turizam ima malo štetnih utjecaja na prirodni okoliš | 300 | 2,15 | 2,00 | 1 | 1,173 |
| Plaće i radni uvjeti u turizmu općenito su vrlo dobri | 300 | 2,55 | 2,00 | 2 | 1,015 |
| Imam više novca za potrošnju kao rezultat turizma u gradu Splitu | 300 | 2,56 | 2,00 | 1 | 1,397 |
| Prometne gužve i problem parkinga pogoršale su se zbog turizma | 300 | 4,65 | 5,00 | 5 | ,793 |
| Turizam je povećao troškove života u gradu Splitu | 300 | 4,40 | 5,00 | 5 | ,877 |
| Lokalno stanovništvo trebalo bi imati veći doprinos u razvoju turizma | 300 | 4,09 | 4,00 | 5 | ,914 |
| Izbjegavam mjesta na kojima je velika cirkulacija turista | 300 | 4,12 | 5,00 | 5 | 1,136 |
| Zbog turizma povećala se stopa zločina u gradu Splitu | 300 | 2,58 | 3,00 | 3 | 1,093 |
| Zbog turizma ponekad se osjećam kao stranac u svom gradu | 300 | 3,16 | 3,00 | 5 | 1,514 |
| Izgled centra grada i Dioklecijanove palače se promijenio na gore zbog turizma | 300 | 3,06 | 3,00 | 3 | 1,405 |
| Kvaliteta života u gradu se smanjila zbog turizma | 300 | 3,30 | 3,00 | 4 | 1,313 |
| Turizam stvara preveliku buku u gradu Splitu | 300 | 3,17 | 3,00 | 3 | 1,297 |
| Grad Split ima više noćnog života (kao što su noćni klubovi, kafići, restorani) zbog turizma | 300 | 3,90 | 4,00 | 4 | 1,060 |
| Glavni problem turizma u gradu je što nema dovoljno mogućnosti (npr. infrastruktura) da se nosi s velikim brojem turista | 300 | 4,33 | 5,00 | 5 | ,866 |
| Način života u Splitu se promijenio tako da više odgovara turistima nego lokalnom stanovništvu | 300 | 3,97 | 4,00 | 5 | 1,031 |
| Turizam poboljšava toleranciju lokalnog stanovništva prema drugim kulturama | 300 | 3,53 | 4,00 | 4 | 1,068 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Turizam doprinosi da se lokalno stanovništvo osjeća ponosnije u svom gradu | 300 | 3,15 | 3,00 | 3 | 1,097 |
| Zbog turizma sve je teže održavati čistoću javno prometnih površina u gradu Splitu | 300 | 3,81 | 4,00 | 5 | 1,129 |

Izvor: Prikaz autorice

Najveća medijalna ocjena ispitanika kod tvrdnji „prometne gužve i problem parkinga pogoršale su se zbog turizma“, „turizam je povećao troškove života u gradu Splitu“, „izbjegavam mjesta na kojima je velika cirkulacija turista“ i „glavni problem turizma u gradu je što nema dovoljno mogućnosti (npr. infrastruktura) da se nosi s velikim brojem turista iznosi 5 što znači da se polovica ispitanika u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, a najmanja medijalna ocjena ispitanika kod tvrdnji „turizam ima malo štetnih utjecaja na prirodni okoliš“, „plaće i radni uvjeti u turizmu općenito su vrlo dobri“ i „imam više novca za potrošnju kao rezultat turizma u gradu Splitu“ iznosi 2 što znači da polovica ispitanika se djelomično ili uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

**Tablica 10: Distribucija i struktura mlade populacije s navedenim tvrdnjama**

| | **Uopće se ne slažem** | **Djelomično se ne slažem** | **Niti se slažem niti se ne slažem** | **Djelomično se slažem** | **U potpunosti se slažem** |
|---|---|---|---|---|---|
| Turizam je unaprijedio kvalitetu usluga u trgovinama, restoranima i hotelima | 14 (4,7 %) | 23 (7,7 %) | 54 (18 %) | 128 (42,7 %) | 81 (27 %) |
| Turizam je dobar za lokalno gospodarstvo | 3 (1,0 %) | 6 (2,0 %) | 44 (14,7 %) | 105 (35,0 %) | 142 (47,3 %) |
| Želim vidjeti povećanje broja turista u Splitu | 63 (21,0 %) | 58 (19,3 %) | 67 (22,3 %) | 52 (17,3 %) | 60 (20,0 %) |
| Shopping u gradu(kao što je izbor trgovina i duže radno vrijeme) je bolji zbog turizma | 37 (12,3 %) | 37 (12,3 %) | 64 (21,3 %) | 101 (33,7 %) | 61 (20,3 %) |
| Trenutačna razina turizma poboljšala je mogućnosti zapošljavanja u gradu Splitu | 10 (3,3 %) | 15 (5,0 %) | 52 (17,3 %) | 118 (39,3 %) | 105 (35,0 %) |
| Turizam potiče razne kulturne aktivnosti ( poput obrta, umjetnosti i glazbe) u gradu Splitu | 11 (3,7 %) | 17 (5,7 %) | 47 (15,7 %) | 115 (38,3 %) | 110 (36,7 %) |
| Turizam ima malo štetnih utjecaja na prirodni okoliš | 115 (38,3 %) | 84 (28,0 %) | 57 (19,0 %) | 30 (10,0 %) | 14 (4,7 %) |
| Plaće i radni uvjeti u turizmu općenito su vrlo dobri | 45 (15,0 %) | 106 (35,3 %) | 97 (32,3 %) | 42 (14,0 %) | 10 (3,3 %) |
| Imam više novca za potrošnju kao rezultat turizma u gradu Splitu | 99 (33,0 %) | 53 (17,7 %) | 64 (21,3 %) | 48 (16,0 %) | 36 (12,0 %) |
| Prometne gužve i problem parkinga pogoršale su se zbog turizma | 7 (2,3 %) | 2 (0,7 %) | 12 (4,0 %) | 47 (15,7 %) | 232 (77,3 %) |
| Turizam je povećao troškove života u gradu Splitu | 3 (1,0 %) | 10 (3,3 %) | 31 (10,3 %) | 77 (25,7 %) | 179 (59,7 %) |
| Lokalno stanovništvo trebalo bi imati veći doprinos u razvoju turizma | 2 (0,7 %) | 9 (3,0 %) | 74 (24,7 %) | 91 (30,3 %) | 124 (41,3 %) |
| Izbjegavam mjesta na kojima je velika cirkulacija turista | 12 (4,0 %) | 19 (6,3 %) | 48 (16,0 %) | 63 (21,0 %) | 158 (52,7 %) |
| Zbog turizma povećala se stopa zločina u gradu Splitu | 58 (19,3 %) | 76 (25,3 %) | 116 (38,7 %) | 33 (11,0 %) | 17 (5,7 %) |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Zbog turizma ponekad se osjećam kao stranac u svom gradu | 68 (22,7 %) | 36 (12,0 %) | 60 (20,0 %) | 53 (17,7 %) | 83 (27,7 %) |
| Izgled centra grada i Dioklecijanove palače se promijenio na gore zbog turizma | 55 (18,3 %) | 55 (18,3 %) | 75 (25,0 %) | 48 (16,0 %) | 67 (22,3 %) |
| Kvaliteta života u gradu se smanjila zbog turizma | 32 (10,7 %) | 59 (19,7 %) | 66 (22,0 %) | 72 (24,0 %) | 71 (23,0 %) |
| Turizam stvara preveliku buku u gradu Splitu | 38 (12,7 %) | 58 (19,3 %) | 76 (25,3 %) | 70 (23,3 %) | 58 (19,3 %) |
| Grad Split ima više noćnog života (kao što su noćni klubovi, kafići, restorani) zbog turizma | 13 (4,3 %) | 19 (6,3 %) | 50 (16,7 %) | 122 (40,7 %) | 96 (32,0 %) |
| Glavni problem turizma u gradu je što nema dovoljno mogućnosti (npr. infrastruktura) da se nosi s velikim brojem turista | 1 (0,3 %) | 12 (4,0 %) | 37 (12,3 %) | 87 (29,0 %) | 163 (54,3 %) |
| Način života u Splitu se promijenio tako da više odgovara turistima nego lokalnom stanovništvu | 7 (2,3 %) | 19 (6,3 %) | 64 (21,3 %) | 95 (31,7 %) | 115 (38,3 %) |
| Turizam poboljšava toleranciju lokalnog stanovništva prema drugim kulturama | 16 (5,3 %) | 28 (9,3 %) | 94 (31,3 %) | 105 (35,0 %) | 57 (19,0 %) |
| Turizam doprinosi da se lokalno stanovništvo osjeća ponosnije u svom gradu | 28 (9,3 %) | 45 (15,0 %) | 114 (38,0 %) | 81 (27,0 %) | 32 (10,7 %) |
| Zbog turizma sve je teže održavati čistoću javno prometnih površina u gradu Splitu | 15 (5,0 %) | 23 (7,7 %) | 66 (22,0 %) | 97 (32,3 %) | 99 (33,0 %) |

Izvor: Prikaz autorice

### 4.3. Statističko testiranje hipoteza

Hipoteze su se testirale na način da je prosječna vrijednost tj. aritmetička sredina jednog osnovnog skupa jednaka nekoj pretpostavljenoj vrijednosti. Ispitanici su ocjenjivali u kojoj mjeri se slažu ili ne slažu sa postavljenim hipotezama. Postavila se pretpostavljena aritmetička sredina i zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju glavne H1 hipoteze se donio na osnovi aritmetičke sredine iz uzorka. Ukoliko se aritmetička sredina iz uzorka nalazila između donje i gornje granice intervala prihvaćanja hipoteze H1, ta se hipoteza prihvaćala kao granično istinita uz odgovarajući nivo signifikantnosti testa. U suprotnom se hipoteza odbacuje (Pivac, 2010). Sve hipoteze testirale su se na temelju odgovora ispitanika koji su na postavljena pitanja odgovarali prema Likertovoj ljestvici od 1-5, gdje 1 predstavlja uopće se ne slažem, 2 djelomično se ne slažem, 3 niti se slažem niti se ne slažem, 4 djelomično se slažem, a 5 u potpunosti se slažem.

#### 4.3.1. Testiranje hipoteze H.1.

*H.1.Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva varira s obzirom na socio-demografska obilježja mladih*

Ovom hipotezom žele se istražiti obilježja mladog lokalnog stanovništva s obzirom na spol, dob, obrazovanje, imovinski status te radni status.

**Tablica 11: Koeficijent Cronbach“s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života mladih**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| 0,869 | 24 |

Izvor: Prikaz autorice

Od 24 tvrdnje vezane za percepciju ispitanika s ocjenom utjecaja turizma na kvalitetu života, njih 11 je bilo obrnuto skalirano pa su ocjene transformirane kako bi se uskladile s ostalih 13 tvrdnji.

Koeficijent Cronbach“s Alpha iznosi 0,869 što znači da postoji visoka konzistentnost odgovora ispitanika. Stoga je prikladno izračunati ukupnu ocjenu percepcije učinaka turizma na kvalitetu života mladih kao aritmetičku sredinu njihovih ocjena u ove 24 tvrdnje.

**Tablica 12: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na spol**

| Spol | N | Median |
|---|---|---|
| Muški | 94 | 2,9583 |
| Ženski | 206 | 2,8750 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života viša kod muških ispitanika (2,96) nego kod ženskih ispitanika (2.88).

S obzirom da se percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života mjerila Likertovom skalom, dakle radi se o ordinaloj varijabli, hipoteza H.1. se testirala pomoću neparametrijskog Mann-Whitney testa za dva nezavisna uzorka.

**Tablica 13: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na spol**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Mann-Whitney U | 9260,500 |
| Wilcoxon W | 30581,500 |
| Z | -,605 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,545 |

Izvor: Prikaz autorice

Mann-Whitney test je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na spol jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,545).

**Tablica 14: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na dob**

| Dob | N | Median |
|---|---|---|
| 18-24 | 128 | 2,7917 |
| 25-34 | 172 | 2,9583 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života viša kod ispitanika u dobi od 25-34 (2,96) nego kod ispitanika u dobi od 18-24 (2,79).

**Tablica 15: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na dob**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Mann-Whitney U | 9560,000 |
| Wilcoxon W | 17816,000 |
| Z | -1,949 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,051 |

Izvor: Prikaz autorice

Mann-Whitney test je pokazao da postoji granično značajna razlika u osnovom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na dob jer je empirijska razina signifikantnosti manja od 10% (p=0,051). Dakle, mlada populacija u dobi od 25-34 godine percipira utjecaj turizma na kvalitetu života pozitivnije u odnosu na populaciju u dobi od 18-24 godine.

**Tablica 16: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na stupanj obrazovanja**

| Stupanj obrazovanja | N | Median |
|---|---|---|
| Srednja škola | 81 | 2,9167 |
| Viša/visoka škola | 139 | 2,8750 |
| Magisterij/doktorat | 80 | 2,9792 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života najviša kod ispitanika koji imaju magisterij/doktorat (2,98), a najniža kod ispitanika sa višom/visokom školom (2,88).

S obzirom da se percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života mjerila Likertovom skalom, dakle radi se o ordinaloj varijabli, hipoteza H.1. se testirala pomoću neparametrijskog Kruskal-Wallis testom za više od dva nezavisna uzorka.

**Tablica 17: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na stupanj obrazovanja**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Chi-Square | ,942 |
| df | 2 |
| Asymp. Sig. | ,624 |

Izvor: Prikaz autorice

Kruskal-Wallis je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na stupanj obrazovanja jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,624).

**Tablica 18: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na radni status**

| Radni status | N | Median |
|---|---|---|
| Zaposlen/a preko student servisa | 61 | 2,7917 |
| Zaposlen/a na određeno vrijeme | 71 | 3,0417 |
| Zaposlen/a na neodređeno vrijeme | 79 | 2,9583 |
| Zaposlen/a honorarno | 20 | 2,8958 |
| Nezaposlen/a | 69 | 2,7500 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života najviša kod ispitanika koji su zaposleni na određeno vrijeme (3,04), a najniža kod ispitanika koji su nezaposleni (2,75).

**Tablica 19: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na radni status**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Chi-Square | 5,842 |
| df | 4 |
| Asymp. Sig. | ,211 |

Izvor: Prikaz autorice

Kruskal-Wallis test je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na radni status jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,211).

**Tablica 20: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na mjesečna primanja**

| Mjesečna primanja | N | Median |
|---|---|---|
| do 1500 kn | 73 | 2,7917 |
| 1501-3500 kn | 63 | 2,7917 |
| 3501-5000 kn | 65 | 2,9583 |
| 5001 i više | 99 | 3,0000 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života najviša kod ispitanika koji imaju mjesečna primanja više od 5000 kn (3,00), a najniža kod ispitanika koji imaju mjesečna primanja manje od 3500 kn (2,79).

**Tablica 21: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na mjesečna primanja**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Chi-Square | 2,742 |
| df | 3 |
| Asymp. Sig. | ,433 |

Izvor: Prikaz autorice

Kruskal-Wallis test je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na mjesečna primanja jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,433).

**Tablica 22: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na s kime stanuju**

| S kime stanujete | N | Median |
|---|---|---|
| S roditeljima | 177 | 2,8750 |
| Sa širom obitelji | 7 | 2,7500 |
| U svojoj obitelji (samostalno) | 46 | 2,9167 |
| S cimerom/icom | 23 | 2,7083 |
| U izvanbračnoj zajednici | 24 | 2,8958 |
| Sam/a | 23 | 3,0000 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života najviša kod ispitanika koji žive sami (3,00), a najniža kod ispitanika koji žive s cimerom/icom (2,71).

**Tablica 23: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na s kime stanuju**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Chi-Square | 3,192 |
| df | 5 |
| Asymp. Sig. | ,670 |

Izvor: Prikaz autorice

Kruskal-Wallis test je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovnom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na s kime stanuju jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,670).

Provedeni testovi za hipotezu H.1. su pokazali da percepcija utjecaj turizma na kvalitetu života mladih s obzirom na socio-demografska obilježja se djelomično prihvaća i to za obilježje dob, a za preostala obilježja spol, stupanj obrazovanja, radni status, mjesečna primanja te s kime stanuju se odbacuje.

### 4.3.2. Testiranje hipoteze H.2.

*Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva varira s obzirom na udaljenost boravišta od centra/povijesne jezgre.*

Ovom hipotezom želi se istražiti postoji li razlika u kvaliteti života mladih s obzirom na mjesto stanovanja. Žele se ispitati stavovi mladih koji žive u samom centru grada u odnosu na one koji su u udaljenijim dijelovima grada Splita.

**Tablica 24: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na udaljenost od centra grada**

| Udaljenost od centra grada | N | Median |
|---|---|---|
| Uži centar grada | 72 | 2,7917 |
| Širi centar grada | 228 | 2,9375 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života viša kod ispitanika koji žive u širem centru grada (2,94), nego kod ispitanika koji žive u užem centru grada (2,79).

S obzirom da se percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života mjerila Likertovom skalom, dakle radi se o ordinaloj varijabli hipoteza H.2. se testirala pomoću neparametrijskog Mann-Whitney testa za dva nezavisna uzorka.

**Tablica 25: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na udaljenost od centra grada**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Mann-Whitney U | 6101,500 |
| Wilcoxon W | 8312,500 |
| Z | -1,360 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,174 |

Izvor: Prikaz autorice

Mann-Whitney test je pokazao da ne postoji statistički značajna razlika u osnovnom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na udaljenost od centra grada jer je empirijska razina signifikantnosti veća od 5 % (p=0,174), stoga se hipoteza H.2. odbacuje.

### 4.3.3. Testiranje hipoteze H.3.

*Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva u svezi je s ostvarivanjem prihoda od turizma.*

Ovom hipotezom želi se istražiti koliko lokalno stanovništvo koje ima izravne koristi od turizma, ima pozitivnije stavove o učincima turizma na kvalitetu života u odnosu na lokalno stanovništvo koje nema izravne koristi od turizma.

**Tablica 26: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na to zarađuju li od turizma**

| Zarađujete li Vi ili netko iz Vaše uže obitelji od turizma | N | Median |
|---|---|---|
| Da | 150 | 3,0000 |
| Ne | 150 | 2,7917 |
| Total | 300 | 2,8750 |

Izvor: Prikaz autorice

U ispitanom uzorku je medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života viša kod ispitanika koji zarađuju od turizma (3,00) nego kod ispitanika koji ne zarađuju od turizma (2,79).

S obzirom da se percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života mjerila Likertovom skalom, dakle radi se o ordinaloj varijabli hipoteza H.3. se testirala pomoću neparametrijskog Mann-Whitney testa za dva nezavisna uzorka.

**Tablica 27: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na to zarađuju li od turizma**

| | Percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života |
|---|---|
| Mann-Whitney U | 8573,500 |
| Wilcoxon W | 19898,500 |
| Z | -3,564 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000 |

Izvor: Prikaz autorice

Mann-Whitney test je pokazao da postoji statistički značajna razlika u osnovnom skupu u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na to zarađuju li od turizma jer je empirijska razina signifikantnosti manja od 5 % ($p \approx 0$). Dakle, oni koji zarađuju od turizma percipiraju utjecaj turizma na kvalitetu života pozitivnije u odnosu na populaciju koja ne zarađuje od turizma, stoga se hipoteza H.3. prihvaća.

### 4.3.4. Testiranje hipoteze H.4.

*Mlada populacija percipira pozitivne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego negativne.*

Ovom hipotezom želi se istražiti kakvu predodžbu mladi imaju o učincima turizma na kvalitetu života u gradu Splitu.

**Tablica 28: Koeficijent Cronbach“s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji pozitivnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,811 | 13 |

Izvor: Prikaz autorice

Od 13 tvrdnji koje se odnose na pozitivne učinke utjecaja turizma na kvalitetu života i koeficijent Cronbach“s Alpha iznosi (0,811) što znači da postoji solidna konzistentnost odgovora ispitanika.

Stoga je prikladno izračunati ukupnu ocjenu percepcije pozitivnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih kao aritmetičku sredinu njihovih ocjena u ovih 13 tvrdnji.

**Tablica 29: Koeficijent Cronbach“s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji negativnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,848 | 11 |

Izvor: Prikaz autorice

Od 11 tvrdnji koje se odnose na negativne učinke utjecaja turizma na kvalitetu života i koeficijent Cronbach“s Alpha iznosi (0,848) što znači da postoji solidna konzistentnost odgovora ispitanika. Stoga je prikladno izračunati ukupnu ocjenu percepcije negativnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih kao aritmetičku sredinu njihovih ocjena u ovih 11 tvrdnji.

**Tablica 30: Medijalna ocjena percepcije pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života**

| | Pozitivni učinci | Negativni učinci |
|---|---|---|
| N | 300 | 300 |
| Median | 3,4615 | 3,7273 |

Izvor: Prikaz autorice

Medijalna ocjena slaganja s tvrdnjama o negativnim učincima turizma na kvalitetu života (3,73) je u ispitanom uzorku viša, nego medijalna ocjena slaganja s pozitivnim učincima (3,46).

S obzirom da se radi o dvije ordinalne varijable razlika pozitivnih i negativnih učinaka je testirana Wilcoxon testom razlike dva zavisna uzorka.

**Tablica 31: Rezultati Wilcoxon testa razlike u percepciji pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života**

| | Pozitivni učinci - Negativni učinci |
|---|---|
| Z | -3,980[b] |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,000 |

Izvor: Prikaz autorice

Wilcoxon test je pokazao da postoji statistički značajna razlika u percepciji pozitivnih i negativnih učinaka turizma u populaciji mladih jer je empirijska razina signifikantnosti manja od 5 % ($p \approx 0$). Dakle, populacija mladih percipira negativne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego pozitivne, stoga se H.4. odbacuje.

### 4.4. Osvrt na rezultate istraživanja

Na temelju provedenog istraživanja putem anketnog upitnika, prihvatila se hipoteza koja se odnosila na percepciju utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva koja je u svezi ostvarivanja prihoda od turizma. Mladi grada Splita koji zarađuju od turizma percipiraju utjecaje turizma na kvalitetu života pozitivnije od onih koji ne zarađuju od turizma. Nadalje, preostale hipoteze nisu se prihvatile, odnosno provedeni testovi su pokazali da ne postoji statistički značajna razlika, stoga su se te hipoteze odbacile.

Pokazalo se da percepcija utjecaj turizma na kvalitetu života mladih varira s obzirom na njihovu dob, dok isto ne vrijedi za preostala socio-demografska obilježja (spol, stupanj obrazovanja, radni status, mjesečna primanja te s kime stanuju).

Provedeni testovi su također pokazali kako mlada populacija percipira negativne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego pozitivne učinke. Nadalje, pokazalo se kako percepcija utjecaja turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva ne varira s obzirom na udaljenost boravišta od centra/povijesne jezgre. Ne postoji razlika u kvaliteti života mladih s obzirom na mjesto stanovanja.

Mladi su danas suočeni s neizvjesnim mogućnostima zapošljavanja, sporijim ekonomskim osamostaljivanjem, kasnijim zasnivanjem obiteljskih odnosa što potvrđuje ovo istraživanje u kojem se pokazalo kako većina mladih živi s roditeljima.

Mladi se slažu s tvrdnjom da je turizam dobar za lokalno gospodarstvo, da je unaprijedio kvalitetu usluga u trgovinama, hotelima, restoranima te da je trenutačna razina turizma poboljšala mogućnosti zapošljavanja u Splitu. Također, većina ih se slaže da su se prometne gužve i problem parkinga pogoršale zbog turizma, da je turizam povećao troškove života te da lokalno stanovništvo treba imati veći doprinos u razvoju turizma. Kvaliteta života se smanjila zbog turizma što potvrđuje većina ispitanika, kao i tvrdnju da je glavni problem turizma u gradu što nema dovoljno mogućnosti da se nosi s velikim brojem turista i da je sve teže održavati čistoću javno prometnih površina u gradu Splitu.

Većina ispitanika ne slaže se da turizam ima malo štetnih utjecaja na okoliš, da su plaće i radni uvjeti općenito vrlo dobri te da imaju više novca za potrošnju kao rezultat turizma u gradu Splitu.

### 4.5. Preporuke za buduće djelovanje

Iako turizam svake godine bilježi nove rekorde i brojne pozitivne učinke, ne mogu se zanemariti negativni učinci turizma s kojima se suočava i grad Split. Zahvaljujući istraživanju koje se provelo u svrhu ovoga rada, mogu se dati daljnje preporuke za buduća djelovanja.

Ovo istraživanje temelji se na stavovima mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu njihova života te su rezultati pokazali kako mladi imaju pozitivne i negativne stavove o učincima turizma ovisno o kojem području je riječ.

U ovom istraživanju došlo se do spoznaje da kvaliteta života ne ovisi o mjestu stanovanja, odnosno da nema razlike među stanovništvom koji živi u užem centru grada ili u širem centru grada. Svejedno, može se zaključiti kako kvaliteta života nije ista u centru grada i na širem području grada zbog kulturne baštine koja se nalazi u samom centru grada i zbog stanovnika tog područja koji osjećaju sve veći pritisak na infrastrukturu, okoliš, promet i na druge popratne aktivnosti.

Jedan od ključnih problema u gradu je infrastruktura koja nema dovoljno mogućnosti da se nosi sa sve većim brojem turista, ali i sa svakodnevnim odvijanjem života lokalnog stanovništva. Velike gužve, ali i problem parkinga koji se stvaraju prema centru grada mogu se smanjiti na način da lokalno stanovništvo više koristi javni prijevoz. U suradnji s gradskim vlastima, javni prijevoz trebao bi svojim cijenama biti dostupan većini stanovnika i na taj način ih privući da ga što češće koriste. Odličan primjer je grad Zagreb koji je smanjio cijene karata u prijevozu tramvajem, a povećao cijene parkinga automobila kako bi u što većoj mjeri potaknuo lokalno stanovništvo da koristi javni prijevoz. U nadolazećem razdoblju, a sve s ciljem smanjenja gužvi trebao bi se premjestiti glavni autobusni i željeznički kolodvor na istočnu stranu grada Splita kako bi se centar grada rasteretio.

Sa sve većim razvojem turizma, javljaju se negativni učinci koji se reflektiraju na prirodni okoliš i na sve teže probleme održavanja čistoće javno prometnih površina u gradu. S tom spoznajom, grad Split u suradnji sa Splitsko-dalmatinskom županijom treba uložiti određena sredstva u proizvodnji solarne energije, naročito veliki lanci hotela, s čime bi se smanjilo direktno opterećenje na sami okoliš. Također, bitno je uložiti u recikliranje i razdvajanje otpada kako bi se na adekvatan način pobrinulo za očuvanje okoliša i prirodnih bogatstava na ovom području, a na kojem turizam i počiva.

Nadalje, dolazi do iseljavanja stanovništva iz starogradske jezgre po kojem je i Dioklecijanova palača poznata, kao živuća palača. Način na koji se može spriječiti odlazak stanovnika iz starogradske jezgre je poboljšanje komunalne infrastrukture, poticaji za zadržavanje postojećih i naseljavanje novih stanovnika u povijesnu jezgru, povlaštene rezervacije za parking, smještanje trgovačkih sadržaja u prostore u kojima takva namjena ne ugrožava autentičnost i integritet povijesne jezgre. Turizam bi trebao pogodovati više lokalnom stanovništvu nego turistima jer je stanovništvo to koje ostaje raditi i živjeti tijekom cijele godine, a ne da je sve prilagođeno isključivo ljetnoj sezoni.

Istraživanje je pokazalo kako se lokalni stanovnici osjećaju kao stranci u vlastitom gradu što i potvrđuje činjenica da je sve više restorana, klubova, kafića prilagođeno i otvoreno upravo zbog turista, a ne lokalnog stanovništva. Uzevši u obzir navedeno, lokalna zajednica da se osjeća ponosnije i dijelom cijele priče oko turizma treba se orjentirati na prodaju autohtonih proizvoda ili neke druge aktivnosti, a sve u cilju veće angažiranosti i uključenosti u turizam.

Cilj je zadržati stanovnike u centru grada na način da i dalje budu otvorene trgovine i druge popratne aktivnosti koje su nužne za svakodnevno funkcioniranje. Nužno je osmisliti strategiju razvoja turizma u gradu te osmisliti način kako da mladi ostanu na ovom području i doprinesu svojim znanjem i sposobnostima. Jedna od mjera je poticanje i rad s mladima da im se da pravo glasa u odlukama koje su vezane za turizam, posebice mladima koji se obrazuju na turističkim smjerovima. Mladi su ključni za daljnje napredovanje i usavršavanje turizma na ovom području te su sposobni donositi prave odluke. Potrebno se uključiti u brojne klubove, udruge kako bi se mladi okupljali i iznosili svoje ideje, ali i pripremali za daljnja životna postignuća.

U turizmu su izraženi sezonski poslovi te je istraživanje pokazalo kako stanovništvo nije zadovoljno s plaćama i radnim uvjetima u gradu Splitu. Jedan od dugoročnih ciljeva treba biti produljenje sezone, na način da se unaprijedi ponuda, da se iskoriste neiskorišteni resursi i ostvari bolja marketinška promidžba od Turističke zajednica i grada Splita, kako bi poslovi trajali tijekom cijele godine.

Turizam je povećao troškove života u gradu što i potvrđuje ovo istraživanje. Cijene proizvoda i usluga su se drastično povećale što znatno utječe na standard i kvalitetu života lokalnog stanovništva kojima su primanja i dalje ostala ista. Rješenje se može očitovati u primjeni nižih cijena proizvoda i usluga za lokalno stanovništvo. Dobar je primjer stanovnika otoka koji imaju povoljnije trajektne karte u odnosu na one koji ne žive na otoku, na taj način olakšava im se povezanost s većim gradovima na kopnu i istodobno se zadržava veći broj ljudi na otoku.

Lokalno stanovništvo treba imati veći doprinos u razvoju turizma jer mogu doprinijeti u planiranju, razvoju i djelovanju razvoja turizma na ovom području. Lokalno stanovništvo je vezano za grad Split i vlastiti okoliš te ima mnogo bolji osjećaj za to što su realne potrebe ovog područja kao i jasniju viziju budućeg razvoja nego li središnja uprava. Zbog toga je potrebno imati predstavnike lokalne zajednice koji će skupa s Gradom i Turističkom zajednicom djelovati na planovima za budući razvoj grada, a ukoliko se već ovo primjenjuje, trebalo bi se dati veći naglasak. Upravo, najveća vrijednost grada Splita je način i stil života, kultura, gastronomija, povijest i ljudi koji zapravo čine ovaj grad.

# 5. ZAKLJUČAK

Turizam vrši višestruk utjecaj na gospodarstvo zemalja koje ga razvijaju. Učinci turizma mogu biti ekonomski, socio-kulturni i okolišni. Turizam može pozitivno djelovati na razvoj gospodarstva kao što je stvaranje novih radnih mjesta, povrat ulaganja za ekonomiju u nastajanju, tehnologiju i rast životnog standarda. Također, pozitivni učinci jednako pridonose stavovima lokalnog stanovništva kada je riječ o povećanju njihovog dohotka, izgradnji komunalne infrastrukture, poticanju mladih poduzetnika uslijed turističkog razvoja.

Naime, turizam ima i negativne utjecaje koji se mogu objektivno mjeriti kao što su povećanje prometne gužve, stope kriminala i niske stope plaća. Turizam povećava prometnu zagušenost i prenaseljenost u destinaciji zbog posjetitelja. S druge pak strane, negativnim stavovima dodatno doprinose problemi iseljavanja stanovništva, nemogućnost zapošljavanja van sezone, razvoj van granica prihvatnih kapaciteta posebno u jezgrama gradova te uništavanje prirodnih i kulturnih resursa.

Pozitivni socio-kulturni učinci turizma potiču lokalni ponos među stanovnicima, unaprjeđuje suradnju, razumijevanje i mir, pomaže pri izgradnji javne infrastrukture te osigurava sredstva za restauraciju i konzervaciju nasljeđa. S druge strane, negativni socio-kulturni učinci turizma su porast cijena u turističkim područjima, migratorni pritisci na turistička područja, posebno obalna te s tim povezana depopulacija ruralnih i slabije razvijenih područja te povećani porezni pritisak zbog izgradnje infrastrukture koja je prijeko potrebna turizmu.

Učinci turizma na okoliš mogu biti pozitivni kao što je zaštita i restauracija spomenika prirode i kulture, stvaranje posebnih zaštićenih područja nacionalnih parkova, parkova prirode te održavanje šuma, plaža. Međutim, negativni učinci turizma na okoliš su uočljiviji te se o njima više govori. Događa se promjena broja biljnih i životinjskih zajednica uslijed gradnje objekata, onečišćenja vode, zraka i tla, erozija tla na obalama rijeka, na planinama zbog neprimjerene izgradnje te brojni drugi učinci.

Svaka lokalna zajednica određena je kulturnim, povijesnim i tradicionalnim vrijednostima, a posebno ljudima koji tu žive i rade. Stanovnici su važni dionici koji mogu utjecati na uspjeh ili neuspjeh lokalne turističke industrije. Mogu doprinijeti dobrobiti zajednice svojim sudjelovanjem u planiranju, razvoju i djelovanju turističkih atrakcija te širenjem gostoprimstva turistima. Lokalno stanovništvo koje je vezano za neko određeno područje i vlastiti okoliš, ima mnogo bolji osjećaj za to što su realne potrebe tog područja kao i jasniju viziju budućeg razvoja nego li središnja uprava.

Zbog toga je potrebno uključiti vizije, želje, potrebe lokalnog stanovništva u planove za budući razvoj destinacije. Pri tome je ključna uloga mladih jer su oni temelj budućnosti i razvoja svake lokalne zajednice pa tako i grada Splita. Mladi su danas suočeni s neizvjesnim mogućnostima zapošljavanja, sporijim ekonomskim osamostaljivanjem, kasnijim zasnivanjem obiteljskih odnosa, itd. Premda su statistički gledano najobrazovanija generacija koja je ikad izlazila na tržište rada te u pravilu imaju čitav niz specifičnih kompetencija potrebnih za uspješno funkcioniranje poslovnih sustava u uvjetima dinamičnosti i kompetitivnosti. U Hrvatskoj prevladava strukturna nezaposlenost koja je posljedica neprilagođenosti radnika zahtjevima tržišta. Problem je kada radnici posjeduju vještine koje se ne traže na tržištu, a hrvatsko tržište rada svakako pokazuje znakove nepodudaranja između vještina i zahtijeva hrvatskog gospodarstva. Međutim, na neke faktore država teško može utjecati. Hrvatsko društvo ima snažne obiteljske veze i nije neuobičajeno da roditelji uzdržavaju odraslu djecu, barem dok ne pronađu „pravi" posao. Zbog „zaleđa" koje mladima pružaju njihovi roditelji, mladi se odlučuju na kasniji ulazak na tržište rada i tu država teško može nešto kratkoročno promijeniti. To ipak ne znači kako na osnaživanje i osamostaljivanje mladih ne treba djelovati kroz koherentnu i dobro koordiniranu politiku za mlade. Postoji velik broj mladih koji želi započeti samostalan život, a to trenutno nisu u mogućnosti.

Glavni cilj ovog rada bio je istražiti stavove mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu života. U svrhu testiranja postavljene su istraživačke hipoteze te je provedeno anketno istraživanje među mladom populacijom grada Splita. Rezultati istraživanja su pokazali da mladi koji zarađuju od turizma percipiraju utjecaje turizma na kvalitetu života pozitivnije od onih koji ne zarađuju od turizma. Provedeni testovi su pokazali kako mlada populacija percipira negativne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego pozitivne učinke te da ne postoji razlika u kvaliteti života mladih s obzirom na udaljenost od centra/povijesne jezgre. Nadalje, pokazalo se da percepcija utjecaj turizma na kvalitetu života mladih varira s obzirom na njihovu dob, dok isto ne vrijedi za preostala socio-demografska obilježja (spol, stupanj obrazovanja, radni status, mjesečna primanja te s kime stanuju).

## LITERATURA:


1. Aman, O., Manap, A.,A., Ismail, A.,F., Kudus, N., Rahmiati, F., 2013. The impact of tourism innovation on quality of life of residents in the community: A case study of Sungai Melaka, Vol.6., No.1., str.27-39.
2. Andereck, K. L., K. M. Valentine, R. C. Knopf, and C. A. Vogt ,2005. Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. Annals of Tourism Research, Vol.32., No.4., str.1056-1076.
3. Andereck, K. L., Nyaupane, G. P., 2010. Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. Journal of Travel Research, str.1-13.
4. Ap, J., 1992. Resident"s perceptions on tourism impacts. Annals of Tourism Research, Vol.19, str. 665-690.
5. Aref, F., 2011. The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, Iran. Life Science Journal, Vol.8.,No. 2., str.26-30.
6. Blažević, B., Vuković, T., 2001. Mogućnosti turizma u rješavanju problema nezaposlenosti. Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Vol.1-2., str.21-36.
7. Bužinkić, E., Buković, N., 2009. Politika za mlade – hrvatska i europska praksa. Mreža mladih Hrvatske, dostupno na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/MMHknjigaWeb.pdf, preuzeto 10.06.2018.
8. CEDRA, 2016. Izvještaj: Istraživanje provedeno u svrhu izrade Gradskog programa za mlade Grada Splita za razdoblje od 2017. do 2020, mimeo.
9. Dropulić, Ružić, M., 2017. Što ako mladi žele raditi u turizmu? Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč, str.1-86.
10. Državni zavod za statistiku, 2011a. Popis stanovništva 2011.godine, dostupno na: https://www.dzs.hr/, preuzeto 12.06.2018.
11. Državni zavod za statistiku, 2011b. Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, popis 2011, dostupno na: https://www.dzs.hr/, preuzeto 16.06.2018.
12. Dulčić, A., Petrić, L., 2001. Upravljanje razvojem turizma. Mate, Zagreb.
13. Grad Split, 2016. Gradski program za mlade Grada Splita za razdoblje od 2017. do 2020.godine, dostupno na: http://www.split.hr/lgs.axd?t=16&id=18513, preuzeto 5.05.2018.
14. Haralambopoulos, N., Pizam, A., 1996. Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. Annals of Tourism Research, Vol. 23, No. 3, str. 503-526.

15. Hartwell, H., Fyall, A., Willis, C., Page,S., Ladkin, A.,Hemingway, A., 2016. Progress in tourism and destination wellbeing research, Current Issues in Tourism. str.1-63.
16. Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A., Potočnik, D., 2013. Mladi u vremenu krize. Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Zagreb, dostupno na: https://www.idi.hr/images/stories/publikacije/mladi_uvk.pdf, preuzeto 16.06.2018.
17. Institut za poljoprivredu i turizam, 2016. Održan forum o mladim djelatnicima u turizmu. Dostupno na: http://www.iptpo.hr/index.php/en/news/506-odrzan-forum-o-mladim-djelatnicima-u-turizmu ,preuzeto 20.5.2018.
18. Jelinčić, D.A., 2006. Turizam vs. Identitet Globalizacija i tradicija. Etnološka istraživanja, No.11., str.161-183.
19. Jovičić, Ž., Jovičić, D., Ivanović, V., 2005. Osnove turizma-Integralno-fenomenološki pristup. Beograd.
20. Jutarnji List, 2017. Svi poslodavci hvale se postignutim turističkim rekordima, dok radnicima nikada nije bilo gore. *Jutarnji List*. dostupno na: https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/svi-poslodavci-hvale-se-postignutim-turistickim-rekordima-dok-radnicima-nikada-nije-bilo-gore/6606393 , preuzeto 20.06.2018.
21. Kaliterna Lipovčan, Lj., Burušić, J., Tadić, M. 2012. Indikatori kvalitete življenja, Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/234110276_Indikatori_kvalitete_zivljenjaQuality_of_life_indicators, preuzeto 10.06.2018.
22. Kilipiris, F., 2005. Sustainable tourism development and local community involvement. Tourism and Hospitality Management, Vol. 11, No. 2, str. 27-39.
23. Kim, K., 2002. The effects of tourism impacts upon quality of life residents in the community. Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.
24. Klempić, S., 2004. Utjecaj imigracije na strukture stanovništva Splita, Institut za migracije i narodnosti, Zagreb , str.79–110.
25. Ljubičić, D., 2016. Analiza održivog razvoja turističke destinacije. NAŠE MORE: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol.63., No.1., str.29-35.
26. Mataga Tintor, A., 2007. Razlike u percepciji lokalne zajednice i prevencije poremećaja u ponašanju između ključnih ljudi s obzirom na spol, Izvorni znanstveni rad, str.83-100.

27. Mreža mladih Hrvatske, 2010. Zapošljavanje mladih i reforme tržišta rada, dostupno na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/2010-12-17-OPD-ZAPOSLJAVANJE.pdf, preuzeto 14.06.2018.
28. Müller, H., 2004. Turizam i ekologija. Povezanost i područja djelovanja, MASMEDIA, Zagreb
29. Pivac, S., 2010. Statističke metode- e nastavni materijal. Split.
30. Petrić, L., 2013/2014. Uvod u turizam. Nastavni materijali. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
31. Petrić, L., 2013. Osnove turizma. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
32. Petrić, L., Pivčević, S., 2016. Community based tourism development: Insights from Split, Croatia, Tourism and Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings, str.294-307.
33. Petrić, L., Pranić, Lj., 2010. The attitudes of the island local community towards sustainable tourism development: The case study of Stari Grad, island Hvar, Ekonomski fakultet Split, str.77-88.
34. Petrić, L., Šimundić, B., Pivčević, S. 2013. Ekonomika turizma. Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split
35. Petrić, L. 2011.Upravljanje turističkom destinacijom, Ekonomski fakultet, Split.
36. Pivčević, S., Dragnić, D., Najev Čačija, Lj, Mikulić, D., Petrić, L. 2017, Strateški marketing plan destinacije Split 2017-2022, TZ Split, dostupno na www.visitsplit.com/hr/3136/strateski-marketing-plan, preuzeto 01.06.2018.
37. Rudan, E., 2012. Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. Tranzicija: časopis za ekonomiju i politiku tranzicije, Vol.14., No.29., str.58-67.
38. Sedlić, B., 2011. Pokreni se, poveži i reci. Slavonski Brod, Europski dom, dostupno na: http://europski-dom-sb.hr/publikacije/pokreni-se-povezi-i-reci/, preuzeto 15.06.2018.
39. Štifanić, M., 2005. Sociološki aspekti turizma. Društvena istraživanja, Vol.14., No.4-5., str. 807-825.
40. TOMAS Ljeto 2017. Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Zagreb.
41. Tomljenović, R.,Krešić, D., Boranić Živoder, S., Kunst, I., Čorak, S., 2018. Glavni plan razvoja turizma Splitsko- dalmatinske županije 2017.–2027. sa strateškim i operativnim planom marketinga. TZ Splitsko-dalmatinske županije, Institut za turizam, dostupno na: https://www.dalmatia.hr/hr/priopcenja/glavni-plan-razvoja-

turizma-splitsko-dalmatinske-zupanije/download/glavni-plan-razvoja-turizma-sdz-pdf, preuzeto 05.06.2018.

42. Turistička zajednica Grada Splita, 2018a ,*Ultra Europe*, mimeo.
43. Turistička zajednica Grada Splita, 2018b, Statistika turizma 2016.- 2017., mimeo.
44. Vujić,V.,(ure), 2005. Održivi razvoj turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija.
45. Vuletić, G., 2011. Kvaliteta života i zdravlje. Filozofski fakultet Sveučilišta u Osijeku, dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/592441.KVALITETA_IVOTA_I_ZDRAVLJE.pdf, preuzeto 10.06.2018.
46. Williams, J., Lawson, R., 2001. Community issues and resident opinions of tourism. Annals of Tourism Research, Vol. 28, No.2, str.269-290.
47. Zelenika, R., 2000. Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Struktura mlade populacije grada Splita prema udaljenosti od centra grada……46

## POPIS TABLICA

Tablica 1: Smještajni kapaciteti od 2010. do 2017. godine……..……37

Tablica 2: Dolasci i noćenja u Splitu od 2012. do 2016. godine…….……..…38

Tablica 3: Broj hotela po kategorijama u gradu Splitu…….……38

Tablica 4: Dolasci i noćenja u gradu Splitu od 2016. do 2017. godine……...…….39

Tablica 5: Motivi dolaska u Splitsko-dalmatinsku županiju……..……..40

Tablica 6: Socio-demografska struktura mlade populacije.....……..45

Tablica 7: Distribucija mlade populacije grada Splita prema tome zarađuju li od turizma i s kime stanuju ……46

Tablica 8: Distribucija mlade populacije grada Splita prema udaljenosti od centra grada…..46

Tablica 9: Prosječna, medijalna, najčešća ocjena slaganja i prosječno odstupanje slaganja ispitanika s tvrdnjama……47

Tablica 10: Distribucija i struktura mlade populacije s navedenim tvrdnjama…….48

Tablica 11: Koeficijent Cronbach"s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života mladih…….50

Tablica 12: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na spol……51

Tablica 13: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na spol…….51

Tablica 14: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na dob…….51

Tablica 15: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na dob……52

Tablica 16: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na stupanj obrazovanja……..52

Tablica 17: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na stupanj obrazovanja…….53

Tablica 18: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na radni status…….53

Tablica 19: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na radni status…….53

Tablica 20: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na mjesečna primanja……54

Tablica 21: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na mjesečna primanja……..54

Tablica 22: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na s kime stanuju…….55

Tablica 23: Rezultati Kruskal-Wallis testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na s kime stanuju……55

Tablica 24: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na udaljenost od centra grada……..……56

Tablica 25: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na udaljenost od centra grada……..56

Tablica 26: Medijalna ocjena percepcije utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na to zarađuju li od turizma……57

Tablica 27: Rezultati Mann-Whitney testa razlike u percepciji utjecaja turizma na kvalitetu života s obzirom na to zarađuju li od turizma……57

Tablica 28: Koeficijent Cronbach“s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji pozitivnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih……..58

Tablica 29: Koeficijent Cronbach“s Alpha slaganje ispitanika s tvrdnjama o percepciji negativnih učinaka turizma na kvalitetu života mladih…….58

Tablica 30: Medijalna ocjena percepcije pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života……..59

Tablica 31: Rezultati Wilcoxon testa razlike u percepciji pozitivnih i negativnih učinaka turizma na kvalitetu života……59

## PRILOG 1: Anketni upitnik korišten u istraživanju

STAVOVI MLADE POPULACIJE O UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA- PRIMJER GRADA SPLITA

Poštovani,

ovaj upitnik dio je istraživanja koje se provodi u svrhu pisanja diplomskog rada pri Ekonomskom fakultetu u Splitu.

Upitnik je u potpunosti anoniman, a ispunjavanje traje do 5 minuta.

Ukoliko imate između 18 i 34 godine, ljubazno molim da ispunite upitnik.

Unaprijed se zahvaljujem.

Srdačan pozdrav

Zdenka Perajica, univ.bacc.oec

Spol

- Muško
- Žensko

Dob

- 18-24
- 25-34

Stupanj obrazovanja

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša/visoka škola
- Magisterij/doktorat

Radni status

- Zaposlen/a preko student servisa
- Zaposlen/a na određeno vrijeme
- Zaposlen/a na neodređeno vrijeme
- Zaposlen/a honorarno
- Nezaposlen/a

Kolika su Vaša mjesečna primanja?

- Do 1500 kn
- 1501 do 3500 kn
- 3501 do 5000 kn
- 5001 i više

Zarađujete li Vi ili netko iz Vaše uže obitelji od turizma?

- Da
- Ne

S kime stanujete?

- S roditeljima
- Sa širom obitelji
- U svojoj obitelji (samostalno)
- S cimerom/icom
- U izvanbračnoj zajednici
- Sam/a

U kojem kotaru grada Splita živite?

- Bačvice
- Blatine-Škrape
- Bol
- Brda
- Donje Sitno
- Gornje Sitno
- Grad
- Gripe
- Kamen
- Kman
- Kocunar
- Lovret
- Lokve
- Lučac- Manuš
- Meje
- Mejaši
- Mertojak
- Neslanovac
- Plokite
- Pujanke
- Ravne njive
- Sirobuja
- Slatine
- Split 3
- Srinjine
- Stobreč
- Sućidar
- Spinut
- Šine
- Trstenik
- Varoš
- Visoka
- Žnjan
- Žrnovnica
- Ništa od navedenog

Molim zaokružite odgovor za koji smatrate da najbolje opisuje Vaše stajalište:

1-uopće se ne slažem

2-djelomično se ne slažem

3-niti se slažem niti se ne slažem

4-djelomično se slažem

5-u potpunosti se slažem

Turizam je unaprijedio kvalitetu usluga u trgovinama, restoranima i hotelima

1 2 3 4 5

Turizam je dobar za lokalno gospodarstvo

1 2 3 4 5

Želim vidjeti povećanje broja turista u Splitu

1 2 3 4 5

Shopping u gradu (kao što je izbor trgovina i duže radno vrijeme) je bolji zbog turizma

1 2 3 4 5

Trenutačna razina turizma poboljšala je mogućnosti zapošljavanja u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Turizam potiče razne kulturne aktivnosti (poput obrta, umjetnosti i glazbe) u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Turizam ima malo štetnih utjecaja na prirodni okoliš

1 2 3 4 5

Plaće i radni uvjeti u turizmu općenito su vrlo dobri

1 2 3 4 5

Imam više novca za potrošnju kao rezultat turizma u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Prometne gužve i problem parkinga pogoršale su se zbog turizma

1 2 3 4 5

Turizam je povećao troškove života u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Lokalno stanovništvo trebalo bi imati veći doprinos u razvoju turizma

1 2 3 4 5

Izbjegavam mjesta na kojima je velika cirkulacija turista

1 2 3 4 5

Zbog turizma povećala se stopa zločina u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Zbog turizma, ponekad se osjećam kao stranac u svom gradu

1 2 3 4 5

Izgled centra grada i Dioklecijanove palače se promijenio na gore zbog turizma

1 2 3 4 5

Kvaliteta života u gradu se smanjila zbog turizma

1 2 3 4 5

Turizam stvara preveliku buku u gradu Splitu

1 2 3 4 5

Grad Split ima više noćnog života (kao što su noćni klubovi, kafići i restorani) zbog turizma

1 2 3 4 5

Glavni problem turizma u gradu je što nema dovoljno mogućnosti (npr.infrastruktura) da se nosi s velikim brojem turista

1 2 3 4 5

Način života u Splitu se promijenio tako da više odgovara turistima nego lokalnom stanovništvu

1 2 3 4 5

Turizam poboljšava toleranciju lokalnog stanovništva  prema drugim kulturama

1  2  3  4  5

Turizam doprinosi da se lokalno stanovništvo osjeća ponosnije u svom gradu

1  2  3  4  5

Zbog turizma, sve je teže održavati čistoću javno prometnih površina u gradu Splitu

1  2  3  4  5

# SAŽETAK

Cilj ovog diplomskog rada i istraživanja koje je provedeno bio je ispitati stavove mlade populacije o utjecaju turizma na kvalitetu života u gradu Splitu.

Teorijski dio diplomskog rada sistematizirao je pojmove kvalitete života, uloge lokalne zajednice u razvoju turizma, obilježja mlade populacije i utjecaj turizma na njihovu kvalitetu života. Analizirani su ključni podaci o gradu Splitu, turističkoj ponudi i potražnji te razvojne smjernice turizma iz strateških dokumenata. Potom, naglasak je bio na ulozi mladih u odlučivanju o razvoju turizma u gradu Splitu.

Anketnim istraživanjem koje je provedeno na mladoj populaciji u gradu Splitu, ustanovljeno je da mladi koji zarađuju od turizma percipiraju utjecaje turizma na kvalitetu života pozitivnije od onih koji ne zarađuju od turizma. Provedeni testovi su pokazali kako mlada populacija percipira negativne učinke turizma na kvalitetu njihova života izraženijima nego pozitivne učinke te da ne postoji razlika u kvaliteti života mladih s obzirom na udaljenost od centra/povijesne jezgre. Nadalje, pokazalo se da percepcija utjecaj turizma na kvalitetu života mladih varira s obzirom na njihovu dob, dok isto ne vrijedi za preostala socio-demografska obilježja (spol, stupanj obrazovanja, radni status, mjesečna primanja te s kime stanuju).

**Ključne riječi: mladi, kvaliteta života, turizam**

## SUMMARY

The aim of this thesis was to analyze the attitudes of young people about the impact of tourism on the quality of life in the city of Split.

The theoretical part systematizes the concepts of quality of life, the role of the local community in the development of tourism, the characteristics of the young population and how tourism influences their quality of life. Key data about the city of Split, it"s tourism supply and demand, as well as tourism development guidelines from strategic documents were analyzed. Then, the emphasis was on the role of young people in deciding on future development of tourism in the city of Split.

A survey conducted on young population in the city of Split revealed that young people who generate income from tourism perceive the impact of tourism on quality of life more positively than those who do not. The conducted tests have shown that the young population perceives the negative effects of tourism on the quality of their lives stronger than the positive ones and that no difference in the quality of life of young people regarding the living distance from the center/ historical core is found. Furthermore, the survey showed that the percieved impact of tourism on quality of life is found only regarding the respondents age and not for other socio-demographic characteristics (gender, level of education, working status, monthly income and living situation).



**Keywords: young people, quality of life, tourism**