

# ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U UPRAVLJANJU RAZVOJEM TURIZMA: PRIMJER GRADA SPLITA

---

**Popović, Marin**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2020**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:567879>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-27**

*Repository / Repozitorij:*

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



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**DIPLOMSKI RAD**  
**ULOGA LOKALNE ZAJEDNICE U**  
**UPRAVLJANJU RAZVOJEM TURIZMA:**  
**PRIMJER GRADA SPLITA**

**Mentor :**  
**Prof. dr. sc. Lidija Petrić**

**Student: Marin Popović**  
**Broj indeksa: 2172070**

**Split, travanj 2020.**

## SADRŽAJ:

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1. Definicija problema istraživanja.....	1
1.2. Predmet istraživanja .....	4
1.3. Istraživačke hipoteze .....	5
1.4. Ciljevi istraživanja .....	5
1.5. Metode istraživanja .....	6
1.6. Doprinos istraživanja .....	8
1.7. Struktura rada.....	8
<b>2. LOKALNA ZAJEDNICA – TEORIJSKI OSVRT .....</b>	<b>10</b>
2.1. Pojam i definicija lokalne zajednice .....	10
2.2. Pristupi tumačenju lokalne zajednice.....	11
2.3. Načini participacije lokalne zajednice .....	13
2.4. Lokalna zajednica i turizam.....	17
2.4.1. Ekonomski učinci turizma na lokalnu zajednicu .....	17
2.4.2. Društveno – kulturni učinci turizma na lokalnu zajednicu.....	21
2.4.3. Prostorno – ekološki učinci turizma na lokalnu zajednicu .....	22
<b>3. UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURIZMA .....</b>	<b>23</b>
3.1. Uloga turizma u razvoju.....	23
3.1.1. Ekonomske funkcije turizma .....	23
3.1.2. Društvene funkcije turizma.....	24
3.2. Akteri turističkog razvoja .....	26
3.2.1. Javni akteri.....	26
3.2.2. Civilni akteri .....	28
3.2.3. Oblici i metode sudjelovanja aktera u donošenju odluka u turizmu .....	30
3.2.4. Posljedice sudjelovanja stanovništva u donošenju odluka .....	34
3.3. Integralno upravljanje razvojem .....	35
3.3.1. Pojam integralnog razvoja .....	35
3.3.2. Teorijska podloga integralnog upravljanja .....	37
<b>4. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA .....</b>	<b>40</b>
4.1. Problemi upravljanja turizmom u gradu Splitu s obzirom na aktualne razvojne trendove.....	40
4.2. Metode istraživanja .....	45
4.3. Uzorak istraživanja .....	46

4.4. Rezultati istraživanja i ovjera hipoteza .....	49
4.5. Nedostatci istraživanja .....	89
<b>5. ZAKLJUČAK, RAZMATRANJA I PREPORUKE .....</b>	<b>90</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>93</b>
<b>PRILOZI .....</b>	<b>98</b>
<b>SAŽETAK .....</b>	<b>108</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>108</b>

# 1. UVOD

## 1.1. Definicija problema istraživanja

Lokalna zajednica se definira kao skupina ljudi sa zajedničkim identitetom koji mogu biti uključeni u široki spektar povezanih dijelova svakodnevnog života. Lokalne zajednice imaju uobičajena prava koja se odnose na određeno područje i resurse koji se nalaze na tom području. Također, lokalna zajednica ima čvrstu vezu s područjem kulturno, društveno, ekonomski i duhovno.<sup>1</sup> Nadalje, lokalna zajednica se može definirati kao grupa individualaca koji žive ili rade unutar istog geografskog područja i dijele određenu kulturu i zajedničke interese.<sup>2</sup> Konačno, lokalna zajednica se može definirati kao stanovništvo koje je geografski fokusirano na određeno područje, ali koje postoji i kao diskretni društveni entitet, s lokalnim kolektivnim identitetom i korporativnom svrhom.<sup>3</sup>

Brojni su razlozi zašto je važno da lokalna zajednica sudjeluje u procesu donošenja odluka u turizmu, a među glavne spada činjenica što se direktno ili indirektno lokalna zajednica suočava s povoljnim i nepovoljnim učincima turizma, te baš zato je njena participacija ključna kako bi se bolje upravljalo učincima turizma te kako bi se maksimizirali benefiti ostvareni kroz turističke aktivnosti.<sup>4</sup> Također, građani su oni koji moraju živjeti s akumuliranim rezultatima turističkog razvoja i upravo zato moraju imati veći utjecaj na način „prodaje“ njihove zajednice kao turističkog proizvoda. Pošto se turizam oslanja na uključenost lokalne zajednice kao elementa turističkog proizvoda, ako se želi ostvariti samo-održivi turistički sektor, lokalna zajednica mora biti uključena u proces donošenja odluka.<sup>5</sup>

Uključenost lokalne zajednice u turizam se može razmatrati s najmanje dva različita stajališta, a to su:

---

<sup>1</sup> Scherl i Edwards (2007.), prema Muganda M., Sirima A., Ezra P. M., (2013.) The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania, *Journal of Human Ecology*, vol. 41 (1), str 54.

<sup>2</sup> Aref et. al. (2010.) prema Muganda M., Sirima A., Ezra P.M., op.cit., str 54.

<sup>3</sup> Manderson L., Valencia B.L., Thomas B., (1991.) Bringing the people in: Community participation and the control of tropical diseases, *UNDP/World Bank/WHO Special programme for research and training in tropical diseases*, vol. 1, str. 3.

<sup>4</sup> Cole S., (2006.) Information and Empowerment: The Keys to Achieving Sustainable Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 14 (6), str. 629.

<sup>5</sup> Murphy P.E. (1985.) prema Bahaire T., Elliott White, M. (1999.) Community participation in tourism planning and development in the historic City of York, England, *Current Issues in Tourism*, vol 2, str. 248

- 1) S obzirom na proces donošenja odluka koji podrazumijeva participaciju lokalne zajednice
- 2) S obzirom na uključenost lokalne zajednice u koristi od turističkog razvoja, kao što su zapošljavanje i poslovne prilike.<sup>6</sup>

Općenito se može identificirati pet različitih oblika participacije lokalne zajednice:

- 1) Privatni biznis kojeg vodi osoba koja ne pripada toj zajednici, ali zapošljava ljude iz te zajednice,
- 2) Poduzeće ili operacije poduzeća kojima upravlja osoba koja pripada toj zajednici,
- 3) Poduzeće koje pripada zajednici,
- 4) Javno-privatno partnerstvo između zajednice i privatnika,
- 5) Participacija u tijelima za planiranje razvoja turizma.<sup>7</sup>

U fokusu ovoga rada je participacija u tijelima za planiranje razvoja turizma. Cilj je otkriti na koje načine lokalna zajednica može participirati u tijelima za planiranje razvoja turizma, koliko je lokalna zajednica uopće spremna na to, zašto je važno da bude uključena u cijeli proces, te koji pozitivni učinci se očekuju od sudjelovanja lokalne zajednice.

Tosun<sup>8</sup> navodi kako velika većina prethodnih istraživanja i literature potvrđuje ideju da je uključenost i integriranost lokalne zajednice u proces donošenja odluka u turizmu nužna ukoliko je cilj da lokalna zajednica ima koristi od turizma. Kao glavne pozitivne učinke uključenosti lokalne zajednice u proces donošenja odluka u turizmu, moguće je istaknuti:

- 1) Ekonomski učinci – iako su turistički poslovi često vrlo naporni, loše plaćeni, na pola radnog vremena ili sezonski, turizam nudi mnoge značajne i zadovoljavajuće poslovne prilike za veliki broj ljudi, kao što su mladi bez radnog iskustva, koji dobivaju iskustvo na tim poslovima.<sup>9</sup>
- 2) Socio-kulturni učinci – povećana razina turizma dozvoljava lokalnoj zajednici da uživa od koristi sličnih usluga i sadržaja koje podržavaju turizam. Također, lokalna zajednica

---

<sup>6</sup>Tosun, C., (2000.) Limits to community participation in the tourism development process in developing countries, *Tourism management*, vol. 21 (6), str. 613.

<sup>7</sup> Ashley, C., Roe, D. (1998.) Enhancing community involvement in wildlife tourism: Issues and challenges, *IIED wildlife and development series*, vol. 11, str. 8.

<sup>8</sup> Tosun, C., (2000). op. cit. str. 613.

<sup>9</sup> Wijesundara, C.N.R., Wimalaratana, R. W. (2016.) prema Makame M. K., Boon E.K. (2008.) Sustainable Tourism and Benefit-Sharing in Zanzibar: The Case of Kiwengwa-Pongwe Forest Reserve, *Journal of human ecology*, vol. 24 (2), str. 94.

i poduzetništvo obično imaju koristi od povećanih prihoda koji se potom transformiraju u veći broj i veličinu poduzeća i usluga koje stoje na raspolaganju zajednici.<sup>10</sup>

- 3) Okolišni učinci - turizam može staviti veći naglasak na očuvanje i zaštitu prirodnih resursa kroz prezentaciju važnosti tih resursa turistima uz povećanu ekonomsku korist. Također, turističke aktivnosti mogu educirati turiste o vrijednosti prirodnih ekosistema i važnosti da ih se zaštiti, tako da se usputno to znanje i svijest mogu prebaciti i na same članove lokalne zajednice.<sup>11</sup>

Prema *Društvu za međunarodni razvoj*<sup>12</sup>, sam pojam razvoja se definira kao proces koji stvara rast, napredak, pozitivnu promjenu ili dodatak fizičkih, ekonomskih, okolišnih, društvenih i demografskih komponenti. Svrha razvoja je povećanje kvalitete života stanovništva i stvaranje povećanih lokalnih prihoda i mogućnosti zapošljavanja, bez oštećenja resursa okoliša. Razvoj je vidljiv i koristan, ali ne mora se nužno dogoditi odmah, te uključuje promjenu kvalitete i stvaranje uvjeta za daljnju promjenu kvalitete. Međunarodna agenda se počela fokusirati na razvoj početkom druge polovice 20. stoljeća. Počelo se shvaćati da ekonomski razvoj sam za sebe ne dovodi nužno do povećanja kvalitete života za stanovništvo – pojavila se potreba da se stavi naglasak na druge aspekte života koji će omogućiti društvenu i ekonomsku mobilnost za sve slojeve populacije.

U kontekstu općeg razvoja, turizam se nameće kao važan čimbenik. Prema Edgellu i suradnicima<sup>13</sup> turistički razvoj je od velikog ekonomskog značaja, na što ukazuju brojne studije. Njegova uloga se ogleda prije svega u rastu prihoda i zapošljavanja, zbog čega je u fokusu interesa mnogih država.

Kroz sposobnost turizma da promovira ekonomski razvoj, identificiraju se brojni pozitivni učinci kao što su: privlačenje financijskog kapitala, podizanje svijesti o određenoj državi, poboljšanje infrastrukture i omogućavanje novih radnih prilika. Zemlja u cjelini može imati

---

<sup>10</sup>Chok, S., Macbeth, J., Warren, C., (2007.) Tourism as a Tool for Poverty Alleviation: A Critical Analysis of 'Pro-Poor Tourism' and Implications for Sustainability, *Current Issues in Tourism*, vol. 10 (2-3), str. 148.

<sup>11</sup> Wijesundara, C.N.R., Wimalaratana, R. W. (2016.) Community participation in tourism benefits sharing schemes od Sri Lanka: A case study of Arugam Bay destination. *Proceedings of ISER 26th International Conference, Bangkok, Thailand*, str. 60.

<sup>12</sup> Society for International Development, dostupno na: <https://www.sid-israel.org/en/Development-Issues/What-is-Development> [15.08.2019.]

<sup>13</sup> Edgell D.L.Sr., Allen M.D., Smith G., Swanson J.R., (2008.) *Tourism policy and planning – Yesterday, today and tomorrow*, chapter 4, str. 103.

koristi od turističkog razvoja kroz efekt multiplikatora, stvarajući kretanje u lokalnom, regionalnom i nacionalnom razvoju.<sup>14</sup> No, razvojem treba upravljati, i to na integralan, holistički način.

Krajnji cilj integralnog pristupa jest razrada plana kojim se procjenjuju efekti mogućih akcija zainteresiranih subjekata (elemenata sustava) na razvojne resurse. Integralno upravljanje razvojem složenih društvenih (organizacijskih) sustava pa tako i razvojem turizma kao složenog (pod)sustava može se definirati kao kontinuirana aktivnost koja istovremeno uključuje akciju koordinacije kratkoročnih ciljeva i instrumenata upravljanja koji dolaze s lokalne razine, s dugoročnim ciljevima i politikom razvoja koji dolaze s nacionalne i internacionalne razine.<sup>15</sup> Drugim riječima, integralno upravljanje razvojem definiramo kao kontinuirani, interaktivni i prilagodljivi proces koji je usmjeren na upravljanje vezama između različitih subjekata i aktivnosti radi postizanja strateških ciljeva.<sup>16</sup> Ispravnom primjenom integralnog upravljanja, postiže se kvalitetno uključivanje svih aktera na određenom području, te koordinacija ciljeva na svim razinama upravljanja.

## **1.2. Predmet istraživanja**

Iz samog problema istraživanja se može identificirati predmet istraživanja. Primarni cilj istraživanja je otkriti što je to lokalna zajednica, na koje načine može sudjelovati u procesu donošenja odluka u razvoju turizma, te zašto je izrazito važno da je lokalna zajednica uključena u cijeli proces. Nadalje, želi se istražiti pojam i sadržaj razvoja, te značenje integralnog pristupa u upravljanju razvojem. Konačno, želi se ispitati i saznati kako lokalna zajednica u gradu Splitu percipira svoju ulogu u procesu donošenja odluka o razvoju turizma, koliko se smatra uključenom u proces donošenja razvojnih odluka, te je li zadovoljna s uključenošću u cijeli proces i reperkusijama koje proizlaze iz tog procesa. Unutar glavnog predmeta istraživanja, cilj je otkriti pomoću kojih metoda i u kojim oblicima lokalna zajednica sudjeluje u upravljanju razvojem turizma.

---

<sup>14</sup> Edgell D.L.Sr., Allen M.D., Smith G., Swanson J.R., (2008.) op. cit. str. 103.

<sup>15</sup> Petrić, L. (2011.). Upravljanje turističkom destinacijom, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split, str. 27.

<sup>16</sup> Ibid



### **1.3. Istraživačke hipoteze**

S obzirom na postavljeni problem i predmet istraživanja ovog rada, mogu se identificirati sljedeće istraživačke hipoteze:

**H1... Postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i stavova prema općim učincima turizma**

**H2... Postoji statistički značajna veza između duljine življenja u Splitu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu**

**H3... Stanovnici Splita koji su osobno angažirani u turizmu pokazuju veću razinu potpore razvoju turizma u gradu Splitu**

**H4... Postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i povezanosti sa mjestom**

**H5... Lokalna zajednica pretežito ne iskazuje povjerenje u turističke potporne institucije**

**H6... Lokalna zajednica pretežito smatra da nema stvarnu moć u procesu donošenja odluka u turizmu**

**H7... Postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma**

### **1.4. Ciljevi istraživanja**

Samim radom se želi postići nekoliko ciljeva. Primarni cilj rada je istražiti ulogu lokalne zajednice u procesu upravljanja razvojem turizma. Osim glavnog cilja, moguće je identificirati i sporedne ciljeve. Jedan od sporednih ciljeva ovog rada je teorijski obraditi pojam lokalne zajednice, identificirati koji su mogući načini participacije lokalne zajednice, te koje učinke turizam može generirati na lokalnu zajednicu. Nadalje, cilj je teorijski objasniti upravljanje razvojem turizma, saznati koja je uloga turizma u razvoju, te koji sve akteri postoje u turizmu, kao i utvrditi sadržaj integralnog upravljanja razvojem turizma. Konačno, cilj je empirijskim istraživanjem (anketom) istražiti kako lokalna zajednica percipira svoju ulogu u procesu upravljanja razvojem turizma na području grada Splita, koliko je lokalna zajednica uistinu uključena u taj proces, te na koje načine participira u cijelom procesu.

## 1.5. Metode istraživanja

Rad se sastoji od teorijskog i empirijskog dijela. Što se tiče teorijskog dijela, cjelokupno istraživanje će se temeljiti na prikupljanju sekundarnih podataka iz različitih sekundarnih izvora podataka koji se bave tematikom rada ili tematikom na neki način povezanom s ovim radom. Navedeni sekundarni izvori podataka će se prikupljati iz razne literature kao što su knjige, časopisi, članci, internet materijali fakultetskih predmeta, prethodno objavljeni diplomski radovi i ostale baze podataka.

U prethodnim koracima su definirani problem, predmet i ciljevi istraživanja i postavljene su istraživačke hipoteze, te će se u skladu s njima koristiti iduće znanstvene metode:

- induktivna metoda (sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi se do općih zaključaka).
- deduktivna metoda (deduktivna metoda je sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci).
- metoda analize (postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente).
- metoda sinteze (postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije).
- metoda klasifikacije (najstarija i najjednostavnija znanstvena metoda; klasifikacija je sistematska i potpuna podjela općega pojma na posebne, u okviru opsega pojma).
- metoda deskripcije (metoda deskripcije je postupak jednostavnog opisivanja ili očitavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza).<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> “Metode znanstvenih istraživanja”, internet nastavni materijali, predmet “Metodologija”, sveučilište u Zadru, dostupno na:  
[http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni\\_mat/1\\_godina/metodologija/metode\\_znanstvenih\\_istrazivanja.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf)  
[15.08.2019.]

- metoda komparacije (metoda koja se vrlo često pojavljuje u svakodnevnom životu, a sastoji se od promatranja dvije pojave, te utvrđivanja njihove sličnosti i različitosti s ciljem donošenja određenih zaključaka).<sup>18</sup>

Što se tiče empirijskog dijela rada, u radu će se koristiti metoda anketiranja koja se može definirati kao sistematska procedura realizacije upitnika u kojem se postavljaju unaprijed definirana pitanja i bilježe se odgovori.<sup>19</sup> Također se može definirati kao oblik istraživanja koji kao osnovni izvor podataka koristi osobni iskaz o mišljenjima, uvjerenjima, stavovima i ponašanju, pribavljen odgovarajućim nizom pitanja.<sup>20</sup> Ova metoda je odabrana iz razloga što je izrazito ekonomična i novčani trošak skoro da i ne postoji, a s druge strane u kratkom vremenskom roku se može prikupiti velik broj odgovorenih upitnika. Također, ovom metodom se smanjuje pristranost i utjecaj ispitivača, tako da ispitanici mogu bez ikakvog pritiska kvalitetno ispuniti anketni upitnik i dati svoje iskrene odgovore i razmišljanja. Svi prikupljeni podaci iz anketnih upitnika će biti obrađeni u statističkom programu SPSS. Sva pitanja će imati koncept zatvorenih pitanja iz razloga što je kvantitativne rezultate puno jednostavnije obraditi, te shodno tome, izvučeni zaključci su smisleniji i razumljiviji. Svi dobiveni rezultati će biti prikazani pomoću tablica i grafova, te će se na temelju dobivenih rezultata donijeti sud o prihvaćanju ili odbacivanju postavljenih hipoteza.

Anketni upitnik će se izraditi uz pomoć računala i platforme „google docs“, te će se distribuirati preko interneta, maila i društvenih mreža. Ta je metoda odabrana zato što je na taj način mnogo lakše napraviti anketu, distribuirati je i skupiti veći broj popunjenih upitnika nego što je to moguće klasičnim putem tiskanja. Također, niži su troškovi provođenja ankete digitalnim putem. Anketa će se provoditi na način da se pokuša skupiti što veći broj ispunjenih anketnih upitnika, ali uz kriterij da sve osobe koje popune anketu moraju imati stalnu adresu prebivališta na prostorima grada Splita. Također, uložiti će se naponi kako bi se pokrile sve dobne skupine kako rezultati istraživanja ne bi bili narušeni zbog dominacije jedne dobne skupine.

---

<sup>18</sup> “Método comparativo”, internet nastavni materijali, sveučilište u Madridu, dostupno na: [http://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo\\_a.htm](http://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo_a.htm) [15.08.2019.]

<sup>19</sup> Janićijević, N., “Istraživanje putem anketiranja” internet nastavni materijali, predmet “Metode i tehnike naučnog istraživanja i analize”, sveučilište u Beogradu, dostupno na: <http://www.ekof.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2014/05/Anketiranje-intervju-i-upitnik1.pdf> [15.08.2019.]

<sup>20</sup> Pikić, A., “Metodologija anketnog istraživanja” internet nastavni materijali, sveučilište u Zagrebu, dostupno na: [https://www.academia.edu/1194241/Metodologija\\_anketnog\\_istra%C5%A3ivanja](https://www.academia.edu/1194241/Metodologija_anketnog_istra%C5%A3ivanja) [15.08.2019.]

## **1.6. Doprinos istraživanja**

Istraživanja koja su provedena u ovom radu doprinose boljem i lakšem shvaćanju što je lokalna zajednica uopće, te zašto je važno da se uključi u proces donošenja odluka o razvoju turizma u nekom području. Osim toga, pružit će se pregled na koji način lokalna zajednica participira u procesu donošenja odluka, te koje su pozitivne reperkusije tog procesa. Također, saznat će se zašto je proces integralnog upravljanja razvojem važan i koji akteri sudjeluju u cijelom procesu. Unutar empirijskog dijela, anketom i istraživanjem će se saznati kako lokalna zajednica percipira svoju ulogu u upravljanju razvojem turizma u gradu Splitu, koliko je lokalna zajednica uistinu uključena u proces donošenja odluka u turizmu, te na koje načine su uključeni u proces.

## **1.7. Struktura rada**

U uvodnom dijelu rada će biti predstavljena problematika ovog rada, te predmet istraživanja. Potom, na temelju spomenutog će se sastaviti istraživačke hipoteze. Zatim će biti navedeni ciljevi istraživanja, a za njima i metode pomoću kojih je cijelo istraživanje napravljeno. Za kraj uvodnog dijela, bit će prikazani doprinos istraživanja, te struktura rada.

U drugom dijelu rada će se prikazati definicija pojma lokalne zajednice, te koji su pristupi tumačenju tog pojma. Potom, identificirat će se načini participacije lokalne zajednice u procesu donošenja odluka, te kako funkcionira odnos između lokalne zajednice i turizma. Konačno, prikazat će se zašto je važno da lokalna zajednica sudjeluje u procesu donošenja odluka, te koje pozitivne reperkusije to može imati.

U trećem dijelu rada će se definirati pojam i sadržaj razvoja, te će se identificirati ključni akteri u procesu razvoja – javni i privatni. Također, definirat će se pojam integralnog upravljanja razvojem, te će biti objašnjeno zašto je taj proces izrazito važan, te kako se primjenjuje.

U četvrtom dijelu rada će se provesti empirijsko istraživanje pomoću anketnog upitnika. Otkrit će se stvarno stanje u gradu Splitu, te će se procjenjivati u kojoj mjeri je lokalna zajednica uključena u proces donošenja odluka u gradu Splitu, na koji način lokalna zajednica participira u spomenutom procesu, kako percipira svoju ulogu i na koji način se može popraviti stanje na korist svih aktera.

U petom dijelu rada će biti predstavljena pitanja koja su korištena u anketnom upitniku, te će se na temelju dobivenih rezultata donijeti zaključci i odgovori na istraživačke hipoteze koje su postavljene u uvodnom dijelu rada.

Konačno, u zadnjem dijelu rada bit će prikazani svi zaključci i činjenice koji su prethodno spoznati u radu. Također, na kraju rada će biti popis korištene literature, popis svih slika, grafova, prikaza i priloga.

## 2. LOKALNA ZAJEDNICA – TEORIJSKI OSVRT

### 2.1. Pojam i definicija lokalne zajednice

U svom radu iz 1975., Gusfield <sup>21</sup> razlikuje dva glavna načina definiranja pojma zajednica. Prvi se odnosi na teritorijalni i geografski pojam zajednice – susjedstvo, naselje ili grad. Drugi način je više fokusiran na odnose i analizira kvalitetu ljudskih odnosa, bez naglaska na lokaciju. Također, autor ističe da ova dva pristupa ne moraju biti u potpunosti različita i isključena.

U nastavku svog rada, McMillan i Chavis<sup>22</sup> predlažu definiciju zajednice koja će imati četiri ključna elementa. Prvi element je članstvo, odnosno pripadnost. Pod tim se podrazumijeva osjećaj pripadnosti nekoj zajednici ili dijeljenja osjećaja osobne povezanosti. Drugi čimbenik je utjecaj, osjećaj važnosti ili stvaranja razlike za tu zajednicu i važnosti zajednice za njene članove. Treći element je integracija i osjećaj zadovoljenja potreba. To je osjećaj i saznanje da će se potrebe članova zadovoljiti stvarima i resursima koje pojedinac dobije zato što je član neke zajednice. Posljednji čimbenik je dijeljenje emocionalne povezanosti, predanost i vjerovanje da su članovi te zajednice dijelili i da će dijeliti povijest, zajednička mjesta, vrijeme i slična iskustva. Zaključno, autori predlažu sljedeću definiciju zajednice: „Smisao zajednice je osjećaj pripadnosti njenih članova, osjećaj da su članovi važni jedni drugima međusobno i grupi, te zajednička vjera da će se potrebe članova zadovoljiti kroz njihovu predanost da budu zajedno i dio te zajednice”.

U svom radu iz 2006., James<sup>23</sup> kategorizira zajednice na sljedeći način:

- 1) Kao „zajednice mjesta“ koje mogu varirati od susjedstva, mjesta, naselja, grada, regije pa sve do planeta kao cjeline;
- 2) Kao „zajednice koje se temelje na identitetu“ koje okupljaju pojedince na temelju njihove etničke pripadnosti, religije ili kulture i
- 3) Kao „zajednice temeljene na organizaciji“ koje uključuju različite vrste formalnih i neformalnih udruženja i mreža.

---

<sup>21</sup> McMillan, W. D., Chavis, D. (1986.) Sense of Community: A Definition and Theory, *Journal of Community Psychology*, vol. 14, str. 8.

<sup>22</sup> Ibid. str. 9

<sup>23</sup> James, P. (2006.) prema Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) Community based tourism development – insights from Split, Croatia, *Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings* str. 295

## 2.2. Pristupi tumačenju lokalne zajednice

U svom radu iz 2003., Delanty<sup>24</sup> identificira 4 pristupa na koje se pojam lokalne zajednice može opisati i primjenjivati.

Prvi pristup je većinom prihvaćen od strane sociologa i geografa, a odnosi se na socijalno i prostorno formiranje društvenih organizacija u male grupe kao što su četvrti, mali gradovi ili drugi oblici prostorno ograničenih lokaliteta. U posljednje vrijeme, ovaj pristup je istraživao u brojnim studijama te se sve više govori o važnosti osnaživanja zajednice (tzv. „empowerment“) za djelovanje u nepovoljnim (kriznim) okolnostima.

Drugi pristup, većinom prihvaćen od strane ljudi koji se bave kulturološkim studijama i antropologijom, shvaća pojam zajednice kroz ideju pripadanja i identitet. Za razliku od prvog pristupa, ovaj pristup podržava postulat da se zajednica ne može definirati isključivo prostornom komponentom, već da ulogu igraju i druge značajke te zajednice, a među glavnim značajkama je identitet.

Treći pristup prepoznaje zajednicu kao oblik političke mobilizacije, odnosno pokreta koju inspirira radikalna demokracija, te potiče tu zajednicu na djelovanje i izvršavanje akcija kako bi se suprotstavila društvenoj nepravdi. Dakle, ovaj pristup više zagovara radikalnije pokrete, te smatra da zajednicu povezuje zajednička želja pripadnika da se suprotstave određenom obliku nepravde.

Posljednji Delantyevev pristup se temelji na rastu i razvoju globalnog društva i zajednice, te procesima kao što su međunarodna mobilnost, razvoj dijaspore i tehnološki razvoj pod koji spadaju razvoj globalne komunikacije i napredak interneta. Ovaj moderni pristup tumačenju lokalne zajednice zahtijeva razmišljanje o temeljima statičkog koncepta zajednice kao što su blizina i fokusiranost na jedno mjesto. Razlog tome je što su društveni kontakti u modernom društvu rasprostranjeni preko cijelog svijeta, pa se društveni odnosi preoblikuju i prestaju ovisiti

---

<sup>24</sup> Delanty G. (2003.) prema Clark A. (2007.) *Understanding community: a review of networks, ties and contacts*, University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds, str. 3

o tradicionalnim statičkim mjestima. Svijet je postao globalno selo i zajednice poprimaju sasvim drukčije oblike nego što su ih imale u prošlosti.<sup>25</sup>

Iz prethodnih pristupa, jasno se da zaključiti kako se pojavljuje sukob, odnosno konflikt između dva ekstremna pogleda. Na jednom kraju se nalaze teorije koje smatraju da zajednicu veže isključivo prostor i geografska orijentacija, te da ljudi koji žive u određenom području i koji su blizu jedni drugima, automatski tom činjenicom čine zajednicu.

S druge strane, smatra se da prostorni faktor ne igra nikakvu ulogu u stvaranju zajednice, već da su presudan faktor zajednička obilježja koja dijele, identitet, osjećaj pripadnosti, te uvjerenja i vrijednosti koja su im zajednička,

Tradicionalni pogledi na zajednice utemeljene na lokalitetu se obično temelje na činjenici da se one prikazuju kao prostorno ograničene, usko vezane mreže koje djeluju kao strukturni oslonac za prijateljstvo, srodstvo i privrženost mjestu.

Zbog prethodno navedenih činjenica, ideja teritorijalno utemeljenih zajednica se smatra sve manje važnom i relevantnom za suvremeni društveni život. To što ljudi žive u istom zemljopisnom prostoru ne znači da imaju bilo kakve veze s tim prostorom ili drugim ljudima oko njih - zemljopisna blizina ne znači funkcionalnu i povezanu društvenu zajednicu. Česta je pojava da su povezanije osobe koje su udaljene jedne od drugih od onih koji se nalaze na istom geografskom području. Iz tog razloga, moderne studije se sve više fokusiraju na društveni i vrijednosni aspekt zajednica, a sve manje na prostorni okvir u kojem se nalazi.<sup>26</sup>

Veza između pojma lokalne zajednice i turističke destinacije je kompleksna budući je i destinacija kao i zajednica višeznačan pojam. Najčešće poimanje turističke destinacije jest da je to geografsko područje koje turisti posjećuju zbog njenih resursa i atrakcija, a to je od prethodnih definicija najbliže Jamesovu pojmu „zajednice mjesta“.

---

<sup>25</sup> Delanty G. (2003.), prema Clark A. (2007.) op. cit. str. 3

<sup>26</sup> Clark A. (2007.) Understanding community: a review of networks, ties and contacts, *University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds*, str. 6



S druge strane, Murphy-jevo<sup>27</sup> poimanje destinacije usko je vezano uz identitet lokalne zajednice koja živi na određenom teritoriju koji se smatra destinacijom. Osim na identitetu, destinacija kao zajednica mora se promatrati i kao zajednica temeljena na organizaciji.

Prema Beeton,<sup>28</sup> zajednica neke turističke destinacije je specifična, orijentirana na turizam i temelji se na osnaživanju, postojanju zajedničke međuovisnosti između članova, osjećaju pripadnosti, povezanosti, vjeri, povjerenju, zajedničkim očekivanjima, jednakim vrijednostima i ciljevima, ili takozvanom „osjećaju zajednice“. U takvoj zajednici, turizam bi trebao biti duboko ugrađen u svijest lokalne zajednice, te bi ga rezidenti trebali prihvatiti kao dio svakodnevnog života.<sup>29</sup>

### 2.3. Načini participacije lokalne zajednice

Lokalna zajednica može na različite načine sudjelovati u upravljačkim procesima u lokalnoj zajednici, kako je objašnjeno u tablici 1.

**Tablica 1. Oblici participacije lokalne zajednice**

<i>Oblik participacije lokalne zajednice</i>	<i>Karakteristike participacije</i>
<b>Spontana participacija</b>	Odozdo prema gore (bottom-up), aktivno sudjelovanje, izravno sudjelovanje; sudjelovanje u cijelom procesu razvoja, uključujući donošenje odluka, provedbu, dijeljenje koristi i ocjenjivanje procesa, autentično sudjelovanje, samostalno planiranje, široka participacija
<b>Inducirana participacija</b>	Odozgo prema dolje (top-down), pasivan i formalan, uglavnom neizravan; predstavlja stupanj „tokenizma“ (simbolički, lažni pokušaj da se nekoga uključi), manipulacije i pseudo sudjelovanja; sudjelovanje u provedbi i dijeljenje prednosti; glas između predloženih alternativa i povratne informacije

<sup>27</sup> Murphy, P.E. (1985.) prema Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) Community based tourism development – insights from Split, Croatia, *Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings* str. 295

<sup>28</sup>Beeton S. (2006) prema Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) op. cit. str. 295.

<sup>29</sup> Petrić L., Mrnjavac Ž., (2003.) Tourism destination as a locally embedded system: Analogy between tourism destination and industrial district, , *Tourism, an international interdisciplinary journal*, vol. 51, no. 4, str 295.

<b>Prinudna (prisilna) participacija</b>	Odozgo prema dolje (top-down) pristup, pasivan, uglavnom neizravan i formalan; sudjelovanje u provedbi, ali ne nužno i dijeljenju koristi; izbor između predloženih ograničenih alternativa ili uopće nema izbora; predstavlja nepristranost, visoki stupanj „tokenizma“ i manipulaciju.
--	--

Izvor: Tosun C. (1999.) Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, vol. 10. no. 2, str. 118.

**Spontana participacija** - spontano sudjelovanje je dobrovoljno, te se odvija bez vanjske podrške. Predstavlja idealan način sudjelovanja, jer jasno prikazuje dobrovoljnu i autonomnu aktivnost ljudi u rješavanju njihovih problema bez pomoći vlade ili drugih vanjskih agencija. U literaturi se ovakav pristup smatra neformalnim, zagovara pristup odozdo prema gore, tj. bottom-up, te se smatra da podržava zajednice u svom razvoju.

Tosun<sup>30</sup> identificira sljedeće podtipove spontane participacije:

- 1) Aktivna participacija – događa se kada svrha i sadržaj sudjelovanja jasno potječu od samih ljudi. Ljudi osjećaju da djeluju kao nezavisne jedinice svojom voljom, a ne pod bilo kakvom prisilom, pritiskom ili kao rezultat manipulacije ili obmane. Pretpostavlja se da aktivno uključivanje ljudi na temelju njihove slobodne volje u donošenje odluka može u potpunosti doprinijeti planiranom razvoju, te da ljudi koriste svoje napore i resurse kako bi postigli zajedničke rezultate.
- 2) Izravna participacija - uključuje fizičku interakciju i odnos licem u lice između osoba ovlaštenih za donošenje odluka u zajednici i osoba na koje te odluke utječu. Izravno sudjelovanje ne mora nužno značiti da će se moć donošenja odluka delegirati na one ljude na koje će te odluke imati utjecaj, ali zajednica ima priliku izravno prenijeti svoju poruku koja se odnosi na razvojna pitanja donositeljima odluka.
- 3) Neformalna participacija – može se nazvati i neslužbenom participacijom. Odvija se u nestrukturiranim i neslužbenim svakodnevnim interakcijama između donositelja odluka u zajednici i članova lokalne zajednice. Neformalno sudjelovanje u zajednici događa se izvan formalno određene strukture sudjelovanja. Ima mnogo različitih oblika i uvelike varira u različitim zajednicama, te ih stoga nije lako odrediti i kvantificirati.

---

<sup>30</sup> Tosun C. (1999.) Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, vol. 10. no. 2, str. 119.

- 4) Autentična participacija – ovakav oblik sudjelovanja je ambiciozan i vrlo težak. Na ovom polju prepoznale su se ogromne poteškoće u potpunom uključivanju svih članova zajednice u sve aspekte razvoja i razvila se svijest o praktičnim problemima zagovaranja pune autonomije nad lokalnim interesima i problemima. Nije nametnuta odozgo i to je zahtjev zajednice da bude odgovorna za sebe i da sama odlučuje o svojim poslovima. Postavlja naglasak na to da zajednica ima veći udio u razvoju i povećava svijest sudionika o njihovoj vlastitoj sposobnosti donošenja odluka i utjecaja na sadržaj i ishode razvoja.

**Inducirana participacija** – za razliku od spontane participacije, inducirano sudjelovanje se financira, daje se autoritet lokalnoj vlasti za sudjelovanje i službeno se podržava. Ova vrsta participacije se najčešće može pronaći u zemljama u razvoju jer vlada u takvim zemljama ima središnju ulogu u pokretanju participacije i institucionalizaciji iste. Inducirana participacija se postiže strategijama kao što su motiviranje i osposobljavanje lokalnih vođa da preuzimaju vodeće uloge, izgradnja samoupravnih i kooperativnih organizacija, te davanje podrške građanskim zajednicama i udruženjima. Potaknuto sudjelovanje se smatra formalnim, zagovara pristup odozgo prema dole, većinom predstavlja pasivnu participaciju, a ponekad se naziva i pseudo-participacijom.

Tosun nadalje navodi podtipove inducirane participacije:

- 1) Pasivna participacija – cijela ideja pasivnog sudjelovanja podrazumijeva uključivanje ljudi u radnjama koje su drugi osmislili, dizajnirali i koje drugi kontroliraju. Pasivni oblici sudjelovanja događaju se tamo gdje su ljudi samo uključeni u provedbu odluke o čijem donošenju se nije konzultiralo s njima, te je stoga njihovo sudjelovanje pasivno.
- 2) Indirektna participacija – odnosi se na načine u kojima zajednica sudjeluje, ali ne doživljava osobnu interakciju i interakciju licem u lice sa službenim glasnogovornicima. Mišljenja ljudi su prenijeta onim pojedincima u zajednici koji imaju odgovornost za donošenje odluka. Postoje više vrsta indirektna participacije. S jedne strane se nalaze ekstremi, kao što su bojkoti, prosvjedi, demonstracije i drugi oblici masovnih aktivnosti. S druge strane, nalaze se ispitivanja javnog mišljenja (koja se mogu koristiti kako bi se procijenilo kako se zajednica osjeća u vezi nekih bitnih pitanja). Također, oblik neizravnog sudjelovanja događa se kada ljudi reagiraju na problematične situacije pojedinačnim pisanjem pisama, potpisivanjem peticija, sudjelovanjem na zakonodavnim i administrativnim raspravama i slično. U središtu neizravnog sudjelovanja se nalaze institucije preko kojih se zajednica grupno predstavlja putem

izabраниh zakona, sindikalnih i seljačkih saveza, interesnih skupina, političkih stranaka i slično.

- 3) Formalna participacija - službeno je strukturirana i sankcionirana. Pravila i sadržaj sudjelovanja utvrđuje vlada. Iako formalne aktivnosti sudjelovanja u zajednici imaju važan utjecaj na provedbu lokalnih programa, one imaju samo ograničen utjecaj na oblikovanje i razvoj politika.
- 4) Pseudo – participacija - odnosi se na vrstu sudjelovanja zajednice u provedbi ili ratifikaciji odluka koje su vanjska tijela već donijela. Bez obzira kakvu odluku lokalna zajednica donese, nema značaja jer su stvarne odluke već donesene od strane vladajućih organa <sup>31</sup>

**Prinudna (prisilna) participacija** – na drugom kraju ekstrema se nalazi prisilno sudjelovanje koje je obvezno, manipulirano i smišljeno. Također se smatra da je zajednica potlačena i još se naziva uskim sudjelovanjem. Prisilni oblici sudjelovanja, iako se ponekad razlikuju po obliku od inducirano tipa, mogu barem u kratkom roku dati trenutne rezultate. Dugoročno gledano, sudjelovanje zajednice koje je prisilno i u kojem nedostaje javne podrške, pokazat će se kontraproduktivnim i uništiti će interes zajednice za uključivanjem u razvojne aktivnosti.

Zaključno, jasno je da ove tri glavne kategorije sudjelovanja zajednice u procesu razvoja predstavljaju široku tipologiju načina sudjelovanja u zajednici. Kao što je prikazano ranije u tablici 1, svaka od tih kategorija sadrži različite oblike sudjelovanja zajednice. Međutim, vrlo je teško odrediti konačne granice između ovih oblika sudjelovanja zajednice u svakoj od kategorija.

Kao što se može primijetiti, opseg i značenje prisilne i inducirane participacije vrlo su blizu. Sudjelovanje pod prisilom predstavlja veći stupanj tokenizma i manipuliranja od inducirano sudjelovanja. Stoga se prisilno sudjelovanje često naziva i ne-sudjelovanje. Spontano sudjelovanje zahtijeva od zajednice da sudjeluje u čitavom procesu razvojnog projekta, uključujući donošenje odluka, provedbu, dijeljenje koristi i evaluaciju, dok inducirano sudjelovanje predstavlja uključenost zajednicu u provedbi i dijeljenju koristi razvoja. Međutim, za prisilno sudjelovanje potrebno je uključiti zajednicu isključivo u postupak provedbe razvojnog projekta, ali ne nužno i dijeljenje koristi istoga. Ne postoje prave alternative za

---

<sup>31</sup> Tosun C. (1999.) op. cit. str. 120.

zajednicu u slučaju prisilnog sudjelovanja. Sudjelovanje zajednice treba smatrati fleksibilnim pojmom koji omogućava razumijevanje različitih oblika sudjelovanja zajednice u rasponu od autentičnog sudjelovanja, pa sve do totalnog izostanka sudjelovanja.<sup>32</sup>

## **2.4. Lokalna zajednica i turizam**

Turizam je jedna od najbrže rastućih gospodarskih djelatnosti na svijetu. U zadnjih nekoliko desetljeća se kao djelatnost modificirao, te je postao dostupan najširim slojevima. Prije su putovali isključivo pripadnici viših klasa i tada turizam nije bio masovan i nije imao velik utjecaj. Danas, razvojem transporta i povećanjem ponude, putovanja postaju dostupna svima, te je turizam značajan i ostavlja velik utjecaj gdje god se odvija. Među mnogobrojnim učincima turizma, za ovu temu je ključan učinak koji turizam ima na lokalnu zajednicu. Taj učinak je značajan i ne smije ga se zanemariti, jer je lokalna zajednica sastavni dio turističke destinacije, te direktno trpi učinke razvoja turizma.

Općenito, učinci turizma na lokalnu zajednicu se mogu podijeliti na:

- 1) Ekonomske učinke
- 2) Društveno – kulturne učinke
- 3) Prostorno – ekološke učinke

Svakom od navedenih učinaka će biti posvećeno posebno podpoglavlje, u kojima će se pojedinačno detaljnije objasniti.

### **2.4.1. Ekonomski učinci turizma na lokalnu zajednicu**

Ekonomski učinci turizma na lokalnu zajednicu se mogu podijeliti u iduće dvije kategorije:

#### **Pozitivni ekonomski učinci:**

- Povećanje razine zaposlenosti i stvaranje novih poslovnih prilika.
- Unaprjeđenje trgovine i povećanje prihoda
- Unaprjeđenje infrastrukture koju mogu koristiti i lokalni rezidenti
- Regionalni razvoj
- Povećanje poreznih prihoda regije ili države koji se mogu iskoristiti za unaprjeđenje života lokalne zajednice

---

<sup>32</sup> Tosun C. (1999.) op. cit. str. 121.

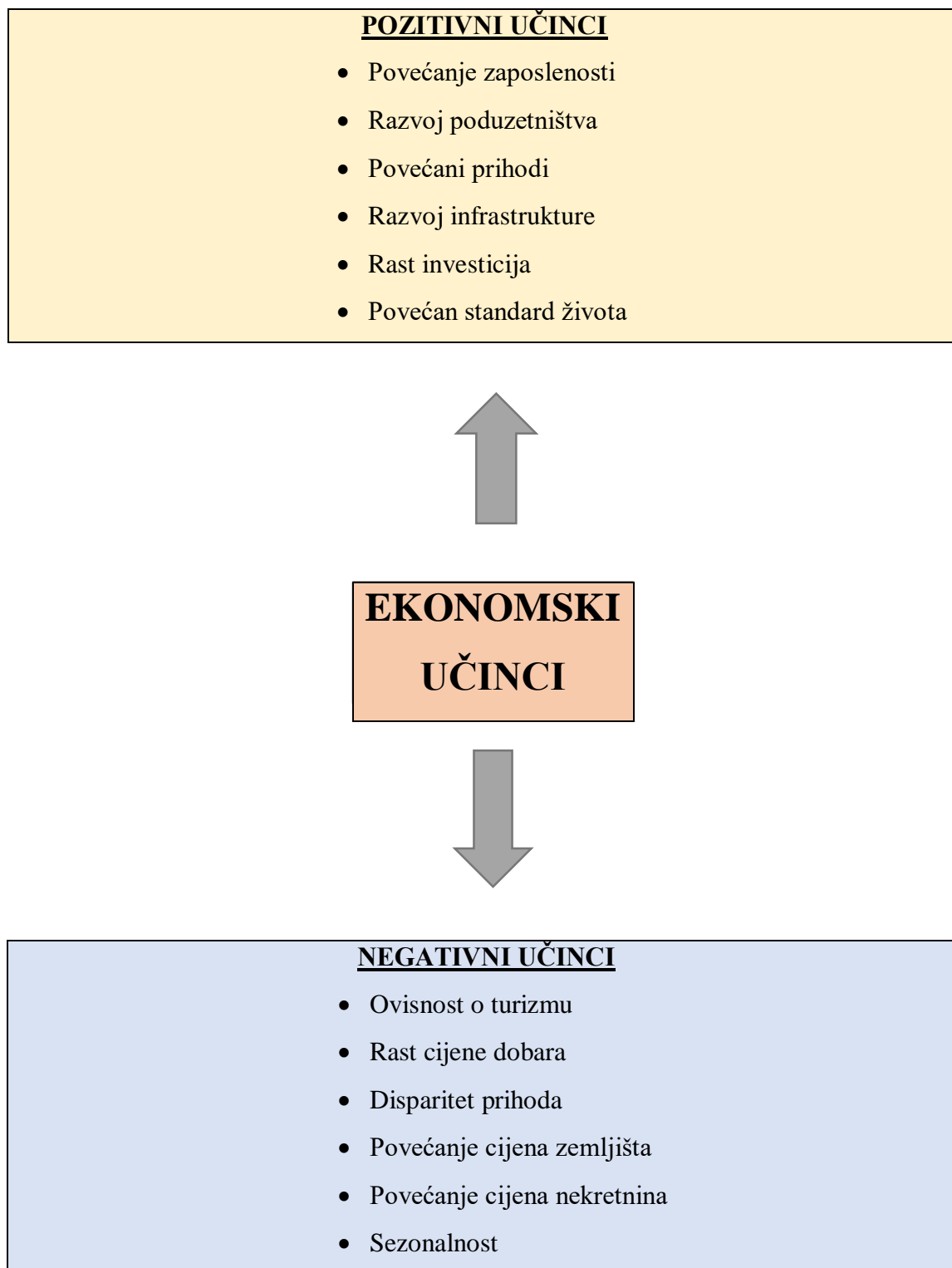
## Negativni ekonomski učinci:

- Problemi s ulaganjima stranog kapitala – turizam zahtjeva velika ulaganja, a često strani investitori nisu spremni ulagati u manje razvijene države, sve dok nisu sigurni da će ostvariti profit.
- Problem sezonalnosti – pogotovo u pogledu sezonskog zapošljavanja.
- „Leakage“, odnosno curenje zarade turizma. To je pojava u kojoj turisti potroše novac u određenoj destinaciji, ali većina zarade ode izvan te zajednice jer su vlasnici glavnih atrakcija i smještaja strani investitori.
- Inflacija - turizam povećava cijene nekretnina. Također, turisti vrše veliki pritisak na lokalne resurse. Ta situacija uzrokuje podizanje cijena svakodnevnih proizvoda poput mlijeka, povrća, voća, jaja i benzina. Također se stvara inflacija i demonstracijski učinak jer lokalno stanovništvo prihvaća utjecaj turista i želi živjeti poput turista, izvan svojih mogućnosti.<sup>33</sup>
- Kroz turizam se povećava zaposlenost osoba iz drugih područja, koje privučene novim poslovima dolaze u područja gdje se razvija turizam. Iako je zapošljavanje samo po sebi dobro, za lokalnu zajednicu nije dobro konstantno zapošljavanje ljudi iz drugih područja jer se s time gube koristi za lokalno stanovništvo.
- Ljudi iz drugih regija dolaze u turistički razvijena područja zbog posla, a to rezultira nedostatkom radne snage u malim sredinama, većinom seoskim.
- Izrazito sezonske turističke destinacije imaju velikih problema sa vodoopskrbom, električnom strujom i prijevozom.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Kartik C. R. i Clement. A.T., (1998.) prema Slavov S. (2015.) Impacts of tourism on the local community, *Scientific Review of Physical Culture*, volume 5, issue 3, str. 51

<sup>34</sup> Slavov S. (2015.) Impacts of tourism on the local community, *Scientific Review of Physical Culture*, volume 5, issue 3, str. 59



**Slika 1. Ekonomski učinci turizma**

Izvor: Slavov S. (2015.) Impacts of tourism on the local community, *Scientific Review of Physical Culture*, volume 5, issue 3, str. 59

U svezi ekonomskih učinaka, važno je osigurati da postoji održivi turistički razvoj kako bi se osiguralo da se pozitivni ekonomski učinci osjete u svim sferama ekonomije. Također, da bi svi akteri bili zadovoljni turističkim razvojem i njegovim ekonomskim rezultatima, mora postojati jasna poveznica između turističkog razvoja i drugih povezanih industrija. Osim samih direktnih pozitivnih ekonomskih učinaka koje turizam ostvaruje, turizam ima sposobnost poticanja ekonomske diverzifikacije, te može poslužiti kao alternativa da se cjelokupna ekonomija ne oslanja isključivo na manufakturu i proizvodnju.<sup>35</sup>

Kako bi se poboljšao turistički razvoj i standard života lokalnog stanovništva, postoji širok raspon strategija koje se mogu primijeniti. Te strategije su iduće:

- Privlačenje turističkih niša sa većim prinosima.
- Osmišljavanje turističkih sadržaja koji potiču turiste da produlje svoj boravak.
- Poboljšanje kvalitete turizma i diverzifikacija turističkih proizvoda radi povećanja potrošnje posjetitelja.
- Dijeljenje benefita razvoja turizma među turističkim destinacijama i dionicima.
- Unapređenje infrastrukture i planiranje što napraviti i kako raspodijeliti ostvarenu dobit.
- Lokalno upravljanje razvojem i razvoj partnerstva u turističkom sektoru.
- Razvoj malog i srednjeg poduzetništva.
- Smanjenje turističke sezonalnosti.
- Ulaganje u ljudske resurse i njihovo daljnje usavršavanje.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Dritsakis, N., (2004.) prema Eraqi, M. I., (2007.) Local communities' attitudes towards impacts of tourism development in Egypt, *Tourism Analysis*, vol. 12 str. 192.-193.

<sup>36</sup> Murphy, P., Pritchard, M. P. i Smith, J.B. (2000.) prema Eraqi, M. I., (2007.) op. cit. str. 193.



#### 2.4.2. Društveno – kulturni učinci turizma na lokalnu zajednicu

Kao i u prethodnom slučaju, društveno – kulturni učinci se također mogu klasificirati kao pozitivni i negativni.

##### ➤ **Pozitivni društveno – kulturni učinci**

- Seoska i zaostala područja će naučiti kako funkcionira moderna kultura i kako ju primijeniti, te će naučiti prakse modernog društva koje će im pomoći da izađu iz svojih tradicionalnih vjerskih uvjerenja, morala i vrijednosti.
- Turizam pomaže u podizanju edukacijskih standarda zajednice i zdravstvenih standarda lokalnog stanovništva.
- Razvoj turizma ima tendenciju da potiče zdraviji način života.
- Turizam pomaže da se održavaju povijesne zgrade, spomenici, muzeji, galerije i slično.
- Turizam pomaže da se očuvaju stari običaji, festivali, karnevali, narodne tradicije i kulturna ostavština.

##### ➤ **Negativni društveno – kulturni učinci**

- Loše isplaniran turizam može negativno utjecati na tradiciju i kulturne običaje lokalnog stanovništva
- Turizam može dovesti do toga da se neke regije previše razviju, dok ostale mnogo zaostaju
- Turizam može povećati tenzije, neprijateljstvo, sukobe i poticati sumnju
- Povećava se ovisnost prema stranim turistima, a to može dovesti do rasističke i nacionalističke mržnje
- Unutar negativnih društveno-kulturnih učinaka, kao podskupina se mogu identificirati i negativni politički učinci, a kao glavni se navode:
  - Povećan rizik od terorizma i narušavanje sigurnosti
  - Vjerska netrpeljivost
  - Pretjerano agresivne marketinške kampanje raznih tvrtki
  - Negativne vladine politike sa poreznim oslobođenjima i stranim ulaganjima
  - Narušeni odnosi sa susjednim državama<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Slavov S. (2015.) op. cit. str. 61

### 2.4.3. Prostorno – ekološki učinci turizma na lokalnu zajednicu

Prostorno – ekološki učinci turizma, kao i ostali oblici će biti klasificirani kao pozitivni i negativni, a među njima se mogu identificirati:

#### ➤ **Pozitivni prostorno – ekološki učinci**

- Turizam kroz svoje aktivnosti može privući kapital i velik dotok novca, a ako se ti novci kvalitetno upotrijebe, može se značajno financijski pridonijeti zaštiti i očuvanju prostora
- Kvalitetnim turističkim planiranjem i koordiniranim aktivnostima turističkih ponuditelja, može se postići pozitivan utjecaj na okoliš koji će pridonijeti zaštiti osjetljivih područja
- Turizam ima potencijal da poveća javno poštovanje i probudi svijest prema okolišu. Također, turizam može proširiti svijest o ekološkim problemima kada ljude dovodi u bliži kontakt s prirodom i okolinom.
- Turizam može značajno pridonijeti zaštiti okoliša, očuvanju i obnovi biološke raznolikosti, te održivom korištenju prirodnih resursa. Zbog svoje atraktivnosti, netaknuta prirodna područja su prepoznata kao vrijedna, te se javlja potreba da se te atrakcije zaštite, a to dovodi do stvaranja zaštićenih područja
- Zbog turizma se donose regulatorne odluke i propisi koji pridonose očuvanju atraktivnih područja, te minimiziraju negativne učinke turizma.

#### ➤ **Negativni prostorno - ekološki učinci**

- Prekomjerno korištenje vodnih resursa
- Prekomjerno korištenje lokalnih resursa kao što su energija i hrana
- Degradacija i erozija tla
- Zagađenje zraka i prekomjerna buka
- Prekomjerno stvaranje i nekvalitetno zbrinjavanje otpada
- Preopterećenost kanalizacijskih sustava
- Sječa šuma zbog turističkih aktivnosti
- Prekomjerna i neplanirana izgradnja
- Gubitak biološke raznolikosti
- Pridonošenje uništenju ozonskog omotača zbog štetnih turističkih aktivnosti.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Sunlu U. (2003.) Environmental impacts of tourism, *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*, CIHEAM, Options Méditerranéennes n. 57, str. 263. – 269.

### 3. UPRAVLJANJE RAZVOJEM TURIZMA

#### 3.1. Uloga turizma u razvoju

Učinci/doprinosi turizma mogu biti gospodarski i negospodarski (na razini društva i na razini pojedinca).

Također, uloga turizma u razvoju se može sagledati kroz njegove ekonomske i društvene funkcije.

##### 3.1.1. Ekonomske funkcije turizma

Doprinos turizma gospodarskom razvoju nekog područja očituje se u njegovu utjecaju na investicije, dohodak ili zaposlenost, uzrokujući njihov porast, a time u pravilu i porast životnog standarda pojedinca i zajednice u kojoj se odvija. On utječe i na poboljšanje platne bilance te razvoj nedovoljno razvijenih regija. Ove doprinose ili učinke turizma možemo definirati i kao razvojne ciljeve društvenog sustava unutar kojeg se turizam razvija.

Turizmu se pripisuje multiplikatorska, akceleratora i konverzijska funkcija ali i mnoge druge, kao npr. funkcija zapošljavanja, poticanja međunarodne razmjene dobara, apsorpcijska funkcija, funkcija uravnoteženja platne bilance, razvoja gospodarski nedovoljno razvijenih područja te integracijska funkcija.

- Multiplikatorska funkcija se manifestira u činjenici da svaka dodatna novčana jedinica turističke potrošnje dovodi, tijekom svoga prolaska/prelijevanja kroz privredu do višestrukog rasta dohotka od turizma. Tako prelivena turistička potrošnja vrlo brzo izaziva znatne pozitivne promjene koje proizlaze iz povećane i usavršene proizvodnje i koje mogu povećati dohodak (induktivna funkcija).
- Konverzijska funkcija se sastoji u tome da, zahvaljujući turizmu mnoga dobra, naročito prirodna dobra, koja inače nemaju proizvodni karakter postaju ekonomska dobra (proizvode dohodak).<sup>39</sup>
- Induktivna funkcija - kroz turističku ponudu turizam inducira rast prihoda u nizu pratećih gospodarskih djelatnosti;
- Akceleratora funkcija predstavlja ubrzan gospodarski rast i opći napredak

---

<sup>39</sup> Petrić, L. (2007.) Osnove turizma, *Ekonomski fakultet Split*, str. 168.

- Funkcija poticanja razvoja nerazvijenih područja - preko ove ekonomske funkcije, turizam ubrzava gospodarski razvoj turističke destinacije;
- Funkcija povećanja zapošljavanja: osigurava rast zapošljavanja u gotovo svim djelatnostima gospodarskog sustava;
- Funkcija usklađenja robno-novčanih odnosa: turizam utječe na rast nacionalnog dohotka kao posljedica ostvarenja dotoka deviza iz razvijenih u manje razvijene države
- Apsorpcijska funkcija turizma: doprinosi poboljšanju platne bilance države kroz „nevidljivi izvoz“ . Ova ekonomska funkcija očitava se i kroz antiinflacijska kretanja. Uvoz za potrebe turističkih usluga kod razvijenih država često nije veći od 5%, uključujući i izgradnju i opremanje turističkih objekata, te na taj način turizam ostvaruje neto devizni prihod u vrlo visokom postotku. <sup>40</sup>

Osim toga, turizam vrši ekonomsku funkciju aktivirajući i pojedine neprivredne djelatnosti, npr. zdravstvo i kulturu, koje putem turizma jačaju svoju materijalnu osnovicu kako za egzistenciju određenog broja ljudi, tako i za sam razvoj tih djelatnosti. <sup>41</sup>

### 3.1.2. Društvene funkcije turizma

Društvena funkcija turizma jedna je od osnovnih funkcija turizma jer se odnosi prvenstveno na čovjekovu potrebu da u svom slobodnom vremenu zadovolji potrebu za odmorom, rekreacijom, upoznavanjem novih destinacija, kultura, ljudi, običaja itd. U vremenu globalizacije, kada čovjek u utrci za postignućima i zaradom ima sve manje slobodnog vremena, ono preostalo želi iskoristiti na zadovoljavanje svojih potreba i na aktivnosti koje će mu povećati razinu kvalitete života. Upravo ta činjenica dovodi do spoznaje da ponuda „sunca i mora“ više nije dostatna. Najznačajnije se humanističke vrijednosti turizma ogledaju u obogaćivanju čovjeka novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima. Značajnije društvene funkcije turizma su: zdravstvena, rekreacijska, kulturno - obrazovna i socijalno – politička. <sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Šćurla K., završni rad (2018.) prema Vidučić, V. (2007.) Pomorski turizam: prometne razvojne i ekološke dileme, Pomorski fakultet Split, str. 24. – 25.

<sup>41</sup> Petrić, L. (2007.) op. cit., str. 169.

<sup>42</sup> Šćurla K., završni rad (2018.) prema Bartoluci, M. (2013.) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, školska knjiga, Zagreb, str. 23.

- Zdravstvena funkcija: izravno utječe na zdravlje i kondiciju čovjeka. Povoljna klima, mjesta uz termalne izvore ljekovitih voda i drugi prirodni djelotvorni čimbenici koji djeluju na pozitivno čovjekovo zdravlje.
- Rekreativna funkcija: rekreacija i sport pozitivno utječu na zdravlje čovjeka i glavni su motiv turističkih putovanja suvremenog turista. Ublažava sezonski karakter turizma jer je zastupljeniji u predsezoni i posezoni.
- Kulturno – obrazovna funkcija: povećava opću naobrazbu i kulturu ljudi upoznavanjem određene kulturne vrijednosti u turističkoj destinaciji. Ne samo putovanje u prošlost, nego i upoznavanje sa suvremenim životom nekog turističkog prostora.
- Socijalno – politička funkcija: važna društvena uloga koja pridonosi miru i razumijevanju među ljudima, smanjenju socijalnih i klasnih razlika, te zbližavanju među narodima. <sup>43</sup>

Osim pozitivnih, važni su i negativni učinci kako bi ih se kvalitetno moglo identificirati i na vrijeme planski minimizirati i ukloniti.

Najčešći negativni učinci turizma su upravo u eko-prostornoj i infrastrukturnoj domeni. To se odnosi u prvom redu na posljedice koje turizam izaziva kroz pretjeranu gradnju objekata za potrebe turizma u neposrednim obalnim zonama, kroz prekomjernu gradnju vikendica i kuća za odmor, kroz onečišćenje mora i kopna raznim vrstama otpada, kroz zaklanjanje pristupa obali, kroz preopterećenost vodoopskrbnih i kanalizacijskih mreža itd.

U socio - demografskoj domeni turizam dovodi do pretjeranog priliva sezonske radne snage, do neravnoteže dobnog spolne strukture, do depopulacije zaleđa, te do pretjerane orijentacije na uslužne djelatnosti.

U ekonomskoj domeni turizam dovodi do smanjenja zaposlenosti u primarnim aktivnostima, do stvaranja turističke monokulture, do reduciranja poljoprivrednog zemljišta i do sezonskog porasta cijena.

U kulturnom smislu turizam dovodi do nestanka autohtone kulture, do komercijalizacije autohtonih proizvoda, do uništavanja spomenika kulture i slično. <sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Šćurla K., završni rad (2018.) prema Čavlek, N; Kesar, O; Prebežac, D; Bartoluci, M. (2011.) Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 23.

<sup>44</sup> Petrić L. (2007.) op.cit., str. 170.

## 3.2. Akteri turističkog razvoja

Turizam je fenomen koji uvelike mijenja svako područje na kojem se odvija, te posljedice i učinke tog razvoja trpe razni akteri. Upravo iz tog razloga je važno da različiti akteri zajedno planiraju taj razvoj, kako se kasnije ne bi dogodilo da određeni akteri uživaju blagodati tog razvoja, a drugi trpe negativne posljedice istoga. Brojni akteri koji mogu sudjelovati u procesu donošenja odluka u turističkom razvoju se mogu podijeliti u dvije podskupine – javne i civilne aktere. U nastavku rada će svakoj od podskupina biti posvećeno zasebno poglavlje kako bi ih se kvalitetnije definiralo.

### 3.2.1. Javni akteri

Javni akteri se općenito bave javnim i administrativnim poslovima i to kroz nadležne jedinice lokalne samouprave, u skladu sa zakonom, te se njihov posao najčešće odnosi na planiranje, upravljanje, koordiniranje i strateški razvoj turizma.

Među javne aktere se ubrajaju tijela iz državnog, regionalnog odnosno lokalnog ustroja, razne nevladine organizacije te brojne međunarodne organizacije koje vrše utjecaj na funkcioniranje nacionalnih turističkih sustava.<sup>45</sup>

Općenito, kao uloge javnih aktera se navode:

- sudjelovanje u donošenju odluka svih predstavnika značajnijih aktera u destinaciji, izradu analize konkurentne situacije i provođenje konkurentne strategije
- razvoj i oblikovanje ponude, koordinaciju ponude u destinaciji i stvaranje aranžmana te iniciranje novih ponuda i kontrolu kvalitete
- izradu marketinških strategija i stvaranje zaštitne marke, poboljšanje prodaje sustavom rezervacija i promidžbom, te informiranje potencijalnih gostiju
- zastupanje interesa i pobuđivanje interesa stanovništva za turizam, koordinaciju interesa struke te lobiranje za turističke interese pred institucijama i javnosti.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Petrić L. (2007.) op.cit. str. 71. – 74.

<sup>46</sup> Magaš, D., (2008.) prema Rudančić, A., (2018.) Značaj i uloga destinacijskog menadžmenta - Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, Acta Economica Et Turistica, vol. 4., no. 1., str. 103

Službenu organizaciju turizma u Republici Hrvatskoj na vrhovnoj razini čine Hrvatski sabor i Vlada Republike Hrvatske. Zadatak države je da korigira, usmjerava i nadzire djelovanja ostalih dionika u turističkom sektoru, ali i u povezanim djelatnostima. Odredbe vrhovne razine izvršavaju Odbor za turizam, Županijski odbori za turizam, Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica sa svojim poslovnica.

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske primarno donosi i provodi zakone, pa se Ministarstvo može smatrati nositeljem strategije turističkog razvoja. Osim zakona, Ministarstvo je odgovorno i za deklaracije, međunarodne konvencije, odluke, pravilnike, uzance i slično.

Ministarstvo je zaduženo i za definiranje i promicanje mjera turističke politike, za predstavljanje Hrvatske u inozemstvu u smislu promicanja suradnje na području turizma.

Turistička zajednica Hrvatske za cilj ima što bolju komunikaciju između svih poduzeća i organizacija uključenih u turizam.

Hrvatska turistička zajednica ima neprofitni karakter rada i brine o kvaliteti turističke ponude Hrvatske, o stvaranju identiteta hrvatskog turizma i o promociji tog identiteta. Hrvatska turistička zajednica ima i 21 županijsku turističku zajednicu te veliki broj turističkih zajednica gradova, općina i mjesta.<sup>47</sup>

Također, pojam koji se počeo sve više upotrebljavati je Destinacijska Menadžment Organizacija, odnosno skraćeno DMO. Destinacijski menadžment zahtijeva suradnju mnogih organizacija i dionika koji rade na zajedničkom cilju. Uloga DMO-a trebala bi biti vođenje i koordinacija aktivnosti u skladu sa zajednički donesenom strategijom. DMO ne kontrolira aktivnosti svojih partnera, već okuplja resurse i znanja te uz određeni stupanj neovisnosti i objektivnosti ima za cilj ostvarivanje planiranog napretka. DMO mora razviti visoku razinu vještine u razvoju i upravljanju partnerstvom. Iako su dosad DMO-i obično upravljali isključivo marketinškim aktivnostima, njihova zadaća postaje sve šira, te se sve više nameće njihova uloga da postanu strateški lideri u razvoju destinacije.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Petrić L. (2007.) op.cit. str. 71. – 74.

<sup>48</sup> UNWTO (2007.) A Practical Guide to Tourism Destination Management, str. 2.

DMO potiče lokalnu zajednicu na participaciju raznim načinima, među kojima su najučestaliji:

- Organiziranje radionica i seminara na kojima mogu sudjelovati poduzetnici sa svojim djelatnostima, ali isto tako i zainteresirana lokalna zajednica.
- Poticanje lokalne svijesti o vrijednostima i posebnostima koji taj prostor čine posebnim.
- Poticanje razvoja mrežnih partnerstava i na taj način osiguravanje da su svi dionici uključeni u proces oblikovanja turističke ponude.
- Pokretanje zajedničkih akcija za stvaranje lokalnih proizvoda i ostvarivanje marketinških aktivnosti koje će pomoći tim proizvodima u pozicioniranju.
- Poticanje prodaje lokalnih proizvoda u info centrima i u turističkim poduzećima.
- Poticanje tour operatora da u svoje paket proizvode uključuju i lokalne atrakcije.<sup>49</sup>

S druge strane, pojavljuju se i određene poteškoće prilikom primjene participacije lokalne zajednice, a najizraženiji problemi koji se javljaju su:

- Javnost obično nije dovoljno educirana, te ne razumije tehnička i planska pitanja koja se pojavljuju, te ne razumije način na koji se donose odluke i kako proces funkcionira u praksi.
- Javlja se problem što svaka interesna skupina ima svoje primjedbe i ciljeve, te je jako teško uvažiti svačija mišljenja prilikom donošenja odluka.
- Kod većine građana postoji apatija, odnosno nezainteresirani su.
- Proces dovodi do porasta troškova i potrebnog osoblja, te cijeli proces traje puno duže ako se uključi lokalna zajednica.
- Ukupna efikasnost se smanjuje.<sup>50</sup>

### 3.2.2. Civilni akteri

Lokalna zajednica i civilni akteri se smatraju važnim resursom i ključnim faktorom u turističkom razvoju, iz razloga što se turističke aktivnosti odvijaju unutar prostora gdje ti isti civilni akteri provode svoj život i svakodnevnicu. Također, smatra se kako postoji opravdana i moralna potreba da lokalna zajednica sudjeluje u turističkom razvoju jer njihovi interesi utječu

---

<sup>49</sup> Petrić, L., Organizacijska struktura destinacije, online nastavni materijali, poglavlje 11 i 12, *Menadžment turističke destinacije*

<sup>50</sup> Ibid.



na proces donošenja odluka o razvoju turizma, a isto tako učinci tog razvoja direktno utječu na lokalnu zajednicu.<sup>51</sup>

Razvoj turizma na lokalnoj razini zahtijeva da ljudi koji su direktno pod utjecajem učinaka turizma budu uključeni u proces planiranja i u provedbu politika i akcijskih planova. Pristup koji se u tom slučaju najviše zastupa je „odozdo prema gore“ pristup koji prilikom planiranja naglašava važnost doprinosa zainteresiranih rezidenata, stvaranje planove s lokalnim ljudima i uzima u obzir lokalne potrebe. To osigurava da razvoj zadovoljava uočene potrebe lokalne zajednice. Ovakav pristup participativnim planovima povećava vjerojatnost da će se takvi planovi održavati puno duže, jer se ljudi poistovjećuju s projektom i preuzimaju vlasništvo nad njim.<sup>52</sup>

Aktivna uključenost civilnih aktera je temeljna za razvoj lokalnog turizma, jer je odnos stanovnika prema turizmu jedan od ključnih elemenata u postizanju održivog turizma. U planiranje moraju biti uključene različite skupine koje su na neki način pod utjecajem projekta razvoja turizma. Ta bi se uključenost trebala odvijati u svim fazama, a posebno u fazi planiranja, jer pristup nastoji razviti turizam koji pridonosi dobrobiti lokalnih zajednica, a posebno naglašava potrebu da nastale koristi i blagodati uglavnom ostanu u zajednici. To potvrđuje da je participacija ključna komponenta planiranja i provođenja projekata, te je postala osnovna komponenta planiranja i provedbe razvoja kako za vladine tako i za nevladine organizacije. Iako se u teoriji ova misao već duže vrijeme provlači kroz istraživanja, još se nije postigla dovoljna razina uključenosti lokalne zajednice. Često se isključuju oni koji najviše trpe posljedice tog razvoja, te je idući važan korak prenijeti u praksu sva znanja koja su stečena teorijskim putem.<sup>53</sup>

Osim klasičnih civilnih aktera, odnosno lokalne zajednice, postoji još jedan važan tip aktera koji mnogo toga određuje, a to su privatni akteri, odnosno poduzetnici. Oni su ti koji direktno kreiraju turistički proizvod, te ga prodaju i nude turistima koji posjećuju određenu destinaciju. Koliko god je važno uključiti javni sektor i lokalnu zajednicu u cijeli proces, jednako je važno uključiti i poduzetnike. Oni se bave raznim djelatnostima iz područja turizma i djelatnostima povezanih s turizmom. Poduzetnici su obično udruženi u razne udruge i asocijacije, a na taj način ostvaruju dvije primarne koristi:

---

<sup>51</sup> Muganda M., Sirima A., Ezra P., M. (2017.) The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania, *Journal of Human Ecology*, vol 41, issue, 1, str. 55

<sup>52</sup> Pongponrat K., (2011.) Participatory Management Process in Local Tourism Development: A Case Study on Fisherman Village on Samui Island, Thailand, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 16, str. 60

<sup>53</sup> Zimmermann, W., Mayer, B. (2001). prema Pongponrat K., (2011.) op.cit., str. 61

- 1) Zajedničkim nastupom mogu vladajućim strukturama prikazati svoje želje, planove, stvari kojima su nezadovoljni i stvari koje žele promijeniti. Svakako su poduzetnici puno moćniji kada su udruženi i zajednički nastupaju, nego kada svatko zasebno daje svoje ideje i želje.
- 2) Zajedno kreiraju turistički proizvod, te na taj način kvalitetnije mogu provoditi predviđenu strategiju i nuditi gostima kvalitetan i unaprijed određen turistički proizvod.

Udruge za cilj imaju promicanje poslovnih ciljeva, stvaranje povoljnijih uvjeta poslovanja, unaprjeđivanje poslovanja, te objedinjavanje i promicanje ponude.

Neki ogledni primjeri udruženja poduzetnika u Republici Hrvatskoj su:

- Udruga hrvatskih putničkih agencija (UHPA)
- Udruženje hotelijera Hrvatske (HUH)
- Udruga mailh i obiteljskih hotela Hrvatske
- Udruga privatnih iznajmljivača
- Gospodarske komore <sup>54</sup>

### 3.2.3. Oblici i metode sudjelovanja aktera u donošenju odluka u turizmu

Moguće je identificirati sljedeće razine sudjelovanja aktera:

- Pasivna participacija – ljudi sudjeluju samo na način da im se kaže što se događa ili što se već dogodilo. To se smatra kao jednostavna najava administracije ili projektnog menadžmenta, bez ikakvog slušanja odgovara ljudi. Informacija koja se dijeli, pripada samo profesionalcima koji sudjeluju u donošenju odluka.
- Sudjelovanje u davanju informacija – ljudi sudjeluju na način da daju odgovore na pitanja koja postavljaju razni istraživači i voditelji projekata koristeći upitnike, ankete ili slične pristupe. Ljudi nemaju mogućnost da utječu na postupak, jer se rezultati istraživanja ne dijele, niti se provjerava točnost tih informacija.
- Sudjelovanje konzultacijom – ljudi sudjeluju na način da ih se konzultira i sluša njihovo mišljenje, a to rade eksterni agenti. Oni definiraju probleme i rješenje na te probleme, a svoje pronalaskе i razmišljanja mogu mijenjati uzevši u obzir odgovore lokalnog

---

<sup>54</sup> Petrić L. (2007.) op.cit. str. 70

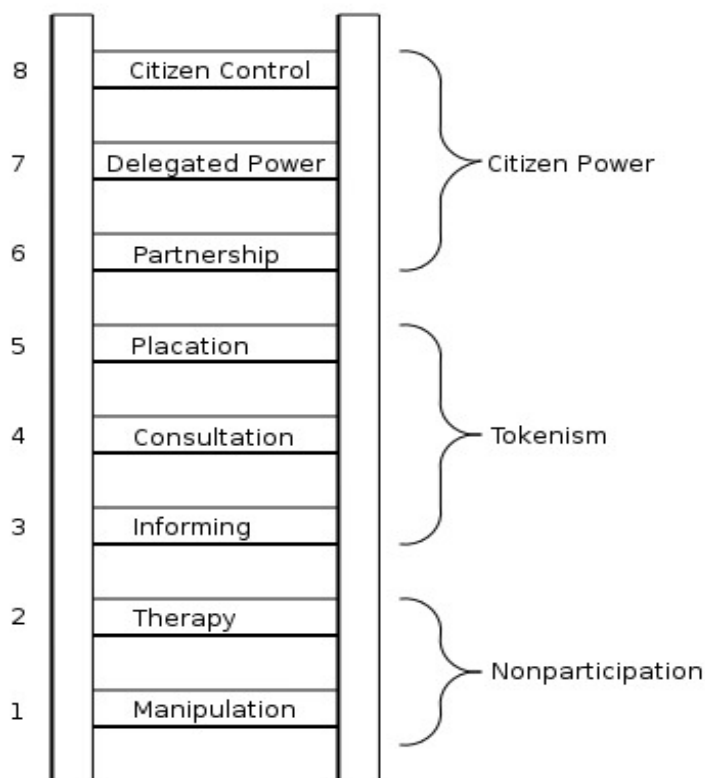
stanovništva. Ovakav „konzultantski“ proces ne daju nikakvu stvarnu mogućnost odluke lokalnoj zajednici, te profesionalci koji donose odluke nemaju nikakvu obvezu da uzmu u obzir razmišljanja stanovništva.

- Sudjelovanje za materijalne poticaje – stanovništvo sudjeluje na način da pruža resurse (poput rada), a zauzvrat dobije hranu, novac ili neke druge materijalne poticaje. Vrlo često se može vidjeti ovaj oblik sudjelovanja, ali ljudi nemaju udjela u produženju tih aktivnosti kada poticaji prestanu.
- Funkcionalno sudjelovanje – ljudi sudjeluju tako da formiraju grupe da izvrše unaprijed utvrđene ciljeve, koji mogu biti razvoj i promocija društveno uređene organizacije i slično tome. Ovakvo sudjelovanje se jako rijetko odvija u ranim fazama projekta, a mnogo češće se odvija nakon što su već donesene glavne odluke.
- Interaktivno sudjelovanje – ljudi sudjeluju u zajedničkim analizama, koje dovode do kvalitetnih akcijskih planova. Često se uključuju interdisciplinarnе metode koje favoriziraju pogled iz više perspektiva, te korištenje sistematskih i strukturiranih procesa učenja.
- Osobna mobilizacija ili aktivno sudjelovanje – stanovništvo sudjeluje tako da preuzima inicijativu nezavisno od vanjskih institucija kako bi promijenili sustave. Ovakva samoinicijativna mobilizacija i kolektivno djelovanje mogu, ali ne moraju dovesti u pitanje i promijeniti postojeću raspodjelu bogatstva i moći.<sup>55</sup>

Nadalje, kvalitetan prikaz mogućnosti sudjelovanja prikazuju Arnsteinove „ljestve participacije stanovništva“, koje će biti prikazane u nastavku odlomka.

---

<sup>55</sup> Chirenje L. I., Giliba R. A. i Musamba E. B., (2013.) Local communities' participation in decision-making processes through planning and budgeting in African countries, *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, vol. 11, no. 1, str. 12.



## Slika 2. Ljestve participacije stanovništva

Izvor: Arnstein, S. R. (1969) A Ladder Of Citizen Participation, *Journal of the American Planning Association*, vol. 35, no. 4, str. 217.

Kao što se može vidjeti na slici, Arnstein navodi da postoji osam razina sudjelovanja lokalnog stanovništva. Na dnu ljestvi se nalazi manipulacija, te ona predstavlja najlošiji oblik sudjelovanja stanovništva, odnosno na toj razini ljudi imaju najmanje utjecaja na cijeli proces donošenja odluka. Na vrhu ljestava se nalazi kontrola stanovništva, a to predstavlja najbolji oblik sudjelovanja stanovništva. Tu ljudi imaju najviše stvarnog utjecaja na cijeli proces.

Dakle, što se neki oblik nalazi niže u Arnsteinovim ljestvama, to znači da je to lošiji oblik sudjelovanja. Što se penje više, to predstavlja bolji oblik sudjelovanja. Tako da redom navodi sljedeće oblike, poredane od najgoreg oblika sudjelovanja prema najboljem: manipulacija, terapija, informiranje, konzultiranje, smirivanje, partnerstvo, delegiranje moći i kontrola stanovništva.

Ovih osam oblika je Arnstein podijelio u tri podskupine:

- Manipulaciju i terapiju smatra „neparticijom“, odnosno smatra da tu stanovništvo zapravo ne sudjeluje.

- Informiranje, konzultiranje i smirivanje smatra „tokenizmom“, odnosno smatra da se tu stanovništvu daje samo površna i simbolična mogućnost sudjelovanja. Stanovništvo je prisutno prilikom donošenja odluka, njihovi predstavnici su prisutni, ali nemaju stvarnu moć pri donošenju odluka.
- Partnerstvo, delegiranje moći i kontrolu stanovništva smatra kvalitetnim oblicima sudjelovanja, te navodi kako u ova tri oblika, stanovništvo ima stvarnu moć sudjelovanja u procesu donošenja odluka.

Značenje gore navedenih pojmova je sljedeće:

- Manipulacija – nositelji moći educiraju ljude kako oni žele i dobivaju potporu ljudi
- Terapija – ljudi su „izliječeni“ od strane nositelja moći kako bi promijenili vrijednosti i stavove stanovništva prema određenom pitanju
- Informiranje – samo je jedan smjer protoka informacija i to od donositelja odluke put građana, ne postoji mogućnost povratne informacije ili mogućnost pregovaranja.
- Konzultiranje – stanovništvo se konzultira uz obećanje da će se njihovi problemi i ideje uzeti u obzir
- Smirivanje – stanovništvo počinje imati utjecaj, iako je „tokenizam“ još jako prisutan
- Partnerstvo – redistribucija moći kroz pregovaranje između ljudi i nositelja moći
- Delegiranje moći – ljudi ostvaruju dominantan autoritet donošenja odluka u vezi određenog plana ili programa
- Kontrola stanovništva - ljudi mogu upravljati programom ili institucijom, te biti zaduženi za aspekte politike i upravljanja.<sup>56</sup>

Što se tiče metoda i tehnika uključivanja raznih dionika destinacije u proces donošenja odluka, identificiraju se idući mogući pristupi:

- diseminacija informacija
- javni skupovi
- uzimanje komentara u obzir
- upitnici
- obuka i tehnička podrška
- fokusne grupe

---

<sup>56</sup> Arnstein, S. R. (1969) A Ladder Of Citizen Participation, *Journal of the American Planning Association*, vol. 35, no. 4, str. 217.

- radionice
- radne skupine
- proces planiranja u velikim skupinama.<sup>57</sup>

Ipak, mogu se javiti razni problemi i prepreke tijekom provođenja navedenih različitih metoda, zato što se zahtijevaju različite mjere angažiranja, te je općenito vrlo teško pomiriti interese različitih dionika, sa različitim interesima i ciljevima. Najveći izazovi tijekom procesa uključivanja aktera su:

- nerazumijevanje između skupina aktera
- osiguravanje pravednosti i jednakopravnosti
- problematika među institucijama
- manjak sredstava i vremena
- kompleksnost u mjerenju učinaka.<sup>58</sup>

#### 3.2.4. Posljedice sudjelovanja stanovništva u donošenju odluka

Zajedničke intervencije i djelovanje u procesu donošenja odluka mogu biti odličan način za uklanjanje prijetnji lokalnom (životnom) okruženju, održavanje i poboljšanje lokalnih uvjeta, odupiranje nestajanju lokalnih usluga i objekata i privlačenje resursa za stvaranje kvalitetnijeg okruženja za život, te općenito povećanje blagostanja lokalne zajednice.

Identificirani pozitivni efekti mogu biti: unaprjeđenje zdravlja i dobrobiti stanovništva, povećanje kvalitete fizičkih uvjeta u kojima ljudi žive, unaprjeđenje društvenih odnosa, fizičkog i mentalnog zdravlja pojedinaca, zdravlja zajednice, dobrobiti pojedinaca i općenito unaprjeđenje kvalitete života.

S druge strane, mogu se pojaviti i razni negativni učinci.

Ti negativni učinci mogu nastati zbog problema u procesu uključivanja lokalne zajednice, a ti problemi mogu biti:

- Sudionici nisu pravilno informirani o tome kako je njihova uključenost utjecala na konačni dizajn i provedbu projekta.

---

<sup>57</sup> Chase et al (2012.) prema Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018.) Menadžment turističke organizacije i destinacije, *Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci*, str. 61.

<sup>58</sup> Ibid

- Nesuglasice i sukobi unutar i između sudionika ili između sudionika i sudionika iz širih zajednica

Razni negativni učinci koji mogu nastati su: frustracija, razočaranje, gubitak povjerenja, umor od konzultacija, psihološku napetost i razne druge nevolje.

S pozitivne strane, uzroci ovih nepovoljnih ishoda mogu se promijeniti i poboljšati detaljnijim i pažljivijim dizajnom i provedbom zajedničkih postupaka odlučivanja.<sup>59</sup>

Inače, uključivanje lokalne zajednice i svih njenih predstavnika u procese donošenja odluka, jedan je od glavnih zahtjeva procesa integralnog upravljanja.

### **3.3. Integralno upravljanje razvojem**

Prilikom razvoja nekog područja, od presudne je važnosti uključiti sve aktere i zadovoljiti sve elemente i činitelje tog područja kako bi se razvoj kvalitetno odradio. Na taj način će svi biti zadovoljni i uključeni u proces razvoja i donošenja odluka. U suprotnom, postoji mogućnost da dođe do nezadovoljstva određenog dijela populacije i raznih dionika. Koncept koji se u moderno vrijeme razvio je integralno upravljanje razvojem, koje bi trebalo zadovoljiti sve prethodno navedene kriterije. U nastavku rada će se definirati teorijska podloga i sadržaj integralnog upravljanja razvojem turizma.

#### **3.3.1. Pojam integralnog razvoja**

Po samom nazivu, može se zaključiti da je integralni razvoj koncept koji unutar sebe integrira različite pojmove, sfere i discipline.

Integralni razvoj se može definirati kao pojam koji kombinira ekonomski razvoj, društveni razvoj i zaštitu okoliša. Integralni razvoj se može ostvariti samo kada ljudska društva odluče ostvariti nužne pretpostavke i preduvjete za to - na edukacijskoj, istraživačkoj, ekonomskoj, društvenoj, političkoj, tehnološkoj i okolišnoj razini. Te pretpostavke se moraju donijeti s ciljem kreiranja boljeg svijeta, te se temeljiti na ljudskim vrijednostima mira, pravde, socijalnosti,

---

<sup>59</sup> Corcoran, R., Pennington, A. (2018.) How does community involvement in decision-making impact on wellbeing, *What works wellbeing*, technical report, str. 4.

političkoj, ekonomskoj i društvenoj demokraciji, etici, poštovanju prema prirodi i poštovanju prema raznim kulturama svih ljudskih bića.<sup>60</sup>

Integralni razvoj znači cjelokupno poboljšanje čovječanstva, a ne samo ekonomski napredak. Podrazumijeva interakciju s drugim osobama i elementima, uključujući i prirodu. U integralnom razvoju je važno slušati želje i potrebe drugih dionika, ali paziti i na prirodu i njene zakonitosti. Integralni razvoj čini da se čovjek osjeća dijelom cjeline. Integralni razvoj jest razvoj populacije u svim njenim dimenzijama, pa i razvoj svih ljudi, bez ikakvog isključivanja ili marginalizacije. Ljudski razvoj mora biti sveobuhvatan i cjelovit, te obuhvaćati sve aspekte ljudskog života. Autentičan razvoj čovjeka i društva ne može se osloniti na uobičajeno gomilanje bogatstva i veću dostupnost dobara i usluga bez odgovarajućeg razmatranja područja društvenog, kulturnog i duhovnog napretka.<sup>61</sup>

Integralni razvoj je oblik razvoja koji nastoji poštivati ljudsko dostojanstvo, ojačati obitelj i njegovati građansku i društvenu odgovornost. Zahtijeva integrirani pogled na osobu u društvu, gdje ta osoba nije samo individua koja funkcionira sama za sebe, već je dio veće cjeline. Integralni razvoj zahtijeva da se svakog pojedinca sagleda na cjelovit način u njegovoj društvenoj dimenziji.<sup>62</sup>

U sferi turističke destinacije, integralni razvoj turističke destinacije označava cjelovit razvoj, koji će biti dugoročno održiv i koji će podrazumijevati razvoj svih podsustava te destinacije. Brojni su podsustavi destinacije, a kao glavni se identificiraju ekonomski, društveni, prostorni i institucionalni podsustavi. Također, integralni razvoj destinacije podrazumijeva uključenost svih elemenata destinacije, odnosno participaciju svih zainteresiranih dionika tog prostora. Izuzetno je važno da je cilj razvoja destinacije integralni razvoj svih dijelova sustava. Sustav će biti puno efikasniji i polučiti željene efekte ukoliko je planiran integralno, koordinirajući razvoj svih elemenata sustava.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Koroneos, C. J., Rokos, D., (2012.) Sustainable and Integrated Development — A Critical Analysis, *Sustainability*, vol. 4. no. 1. str. 141.

<sup>61</sup> Żukowska, J., (2017.) Integral human development, *Annals of Marketing Management & Economics*, vol. 3., no. 2., str 138.

<sup>62</sup> Aguirre M. S., (2013.) An Integral Approach to an Economic Perspective: The Case of Measuring Impact, *Journal of Markets & Morality*, vol. 16. no. 1., str. 53.

<sup>63</sup> Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018.) Menadžment turističke organizacije i destinacije, *Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, sveučilište u Rijeci*, str. 97.



### 3.3.2. Teorijska podloga integralnog upravljanja

Prema velikoj većini teoretičara, osnovne funkcije upravljanja ili menadžmenta su:

1. Planiranje
2. Organiziranje
3. Kadrovanje
4. Vođenje i donošenje odluka
5. Kontroliranje

*Planiranje* je prva funkcija menadžmenta i definira se kao proces koji je kreativan i uključuje ključne odluke o ciljevima, sredstvima, ponašanju i rezultatima. Planiranje je zapravo definiranje vizije poduzeća iz koje proizlazi misija poduzeća, a nakon njih i ciljevi koje je potrebno ostvariti. U skladu sa ciljevima, izrađuje se strategija koja se zatim ostvaruje putem planova i budžeta. Planiranje odgovara na tri ključna pitanja: gdje se određena organizacija nalazi, gdje želi doći u budućnosti i kako će tamo stići. Planiranje se može vršiti na tri različite razine, a to su: strateška, taktička i operativna.<sup>64</sup>

*Organiziranje* je proces formalnih odnosa između ljudi i resursa kako bi se postigli ciljevi organizacije. Funkcija organiziranja je vrlo važna i rezultat cijelog procesa je organizacija. Organizacija se definira kao aktivnost dvoje ili više ljudi koje rade zajedno da bi ostvarili zajedničke ciljeve.

Ključni procesi organizacije su:

- racionalno koordiniranje aktivnosti
- koordiniranje aktivnosti određenog broja ljudi
- usmjerenost na zajedničku svrhu
- podjela rada
- hijerarhija autoriteta i odgovornosti.<sup>65</sup>

*Kadrovanje* je funkcija u kojoj se prethodno utvrđena organizacija dovodi u realnost, odnosno ona se materijalizira i ljudima se daju stvarne uloge u organizaciji. Zadaća kadrovanja je

---

<sup>64</sup> Buble, M., (2006.) Menadžment, *Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet*, str. 85-86.

<sup>65</sup> Sikavica, P., Bahtijarević – Šiber, F., Pološki Vokić, N. (2008.) Temelji menadžmenta, *Sveučilište u Zagrebu, Školska knjiga*, str. 293.

pokušati dodijeliti uloge konkretnim ljudima koji će ih najbolje obavljati u određenim uvjetima. To se može ostvariti identifikacijom raspoloživih kadrova, regrutiranjem novih kadrova, selekcijom i profesionalnom orijentacijom, promocijom, planiranjem, kompenzacijama, te osposobljavanjem i usavršavanjem. Kadroviranje se smatra izrazito važnom funkcijom jer općenito ljudski kapital predstavlja najveću snagu svake organizacije. Ukoliko određena organizacija ima kvalitetne postavke, a loš kadar, rezultati će izostati. Iz tog razloga je važno posvetiti dužnu pažnju kadroviranju kako bi se maksimizirali potencijalni učinci organizacije.

Četvrta funkcija menadžmenta je *vođenje*, koje označava fazu menadžmenta u kojoj je potrebno da se svi akteri određenog procesa usmjere prema željenom cilju i zajednički djeluju da bi ga ostvarili. Nakon što su zadovoljene prve tri funkcije, ključno je da se odabrane kadrove ispravno vodi i usmjerava kako bi se ostvarili planirani ciljevi određene organizacije. Vrlo teško je postići da različiti ljudi s različitim željama, planovima i motivacijama sami prate određeni cilj i pokušavaju ga ostvariti. Zato je važno koristiti razne metode koje će motivirati ljude i dati im osjećaj da su dio cjeline.

Posljednja funkcija menadžmenta je *kontroliranje*, odnosno evaluacija. Kontroliranje je postupak u kojem se mjeri koliko su ostvareni predviđeni ciljevi, te se poduzimaju korektivne akcije da se ti ciljevi ostvare. Kontroliranje je usporedba onog što je isplanirano s onim što je ostvareno. Cijeli proces menadžmenta se završava funkcijom kontroliranja, te se u njoj analiziraju ostvareni rezultati, koji se uspoređuju sa početno definiranim planom. Skoro nikada se ne ostvari sve što je planirano, te je potom važno poduzeti sve što se može kako bi se taj razmak smanjio ili eliminirao. Proces kontroliranja je jako kompleksan, te se trebaju uložiti znatni naponi unutar organizacije kako bi se kvalitetno proveo.<sup>66</sup>

Što se tiče integralnog menadžmenta destinacije, općenite postavke ostaju vrlo slične, jedino što se manje javljaju treća i četvrta funkcija, odnosno kadroviranje i vođenje budući su one fokusirane na pojedinačne resurse poslovnog subjekta. Mnogo više su zastupljene funkcije planiranja, organiziranja i kontroliranja, te su one ključne za kvalitetan destinacijski menadžment.

Integralno upravljanje razvojem turizma, odnosno kvalitetan destinacijski menadžment podrazumijeva uključivanje različitih aktera, dionika i industrija, među koje spadaju javni i civilni dionici.

---

<sup>66</sup> Buble, M., (2006.), op. cit. str. 85.-89.

Destinacijski je menadžment moguće definirati kao poslovnu aktivnost koja spaja i koordinira rad različitih poslovnih i drugih subjekata u kreiranju i realizaciji turističkog proizvoda u cilju ostvarenja njegove optimalne kvalitete, konkurentnosti i postizanja optimalnih ekonomskih učinaka na turističkom tržištu.<sup>67</sup>

Također, destinacijski menadžment se definira kao organizacija turističkih proizvoda povezanih s tržišnim segmentima koji su ciljani na osnovi razvojnih strategija turizma. Destinacijski menadžment je rezultat uključivanja različitih sektora, grupa dionika i partnera, poput državnih agencija, lokalnih zajednica, poslovnih klubova i udruženja, koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realiziraju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Sveobuhvatni destinacijski menadžment podrazumijeva profesionalno planiranje, implementaciju, redovito revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti.<sup>68</sup>

Nadalje, razumije se da se na destinacijski menadžment treba gledati kao na turističke aktivnosti koje angažiraju lokalne interese unutar smislene poslovne suradnje s nositeljima ponude u svrhu stvaranja kvalitetnog destinacijskog proizvoda.<sup>69</sup>

Iz svih prethodno navedenih teorijskih postavki, jasno se razumije kako je sudjelovanje javnosti i svih drugih aktera od presudne važnosti za kvalitetno integralno upravljanje razvojem. Svaka interesna skupina ima svoje želje, probleme, primjedbe, motive i ciljeve koje se treba uzeti u obzir. Cijeli proces integralnog upravljanja razvojem je kompleksan, dug i težak, te oduzima mnogo vremena, sredstava i zahtijeva mnogo napora. Ipak, jako je važno provoditi taj proces. Turizam utječe na sve dionike nekog područja gdje se razvija, direktno ili indirektno. Kao što je u prethodnim poglavljima rada navedeno, turizam ima mnoge prednosti i koristi, ali isto tako, ukoliko se ne primjeni kvalitetan destinacijski menadžment, može polučiti mnoge negativne učinke. Upravo zbog toga je važno uključiti sve aktere i kvalitetno odraditi proces menadžmenta, kako bi se minimizirali potencijalni negativni učinci, te kako bi se ostvarene koristi ravnomjerno raspodijelile na sve dionike i interesne skupine. Tek tada se postiže kvalitetno (integralno) upravljanje razvojem turizma, koje poštuje mišljenja svih dionika i subjekata. Takav razvoj turizma je dugoročno održiv i omogućava kvalitetan razvoj turizma i popratnih djelatnosti.

---

<sup>67</sup> Rudančić, A., (2018.) Značaj i uloga destinacijskog menadžmenta - Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, *Acta Economica Et Turistica*, vol. 4., no. 1., str. 102

<sup>68</sup> Cerato, M., Manete, M. (1999.) prema Rudančić, A. (2018.) op. cit. str. 101.

<sup>69</sup> Magaš, D. (2008.) prema Rudančić, A. (2018.) op. cit. str. 102.

## 4. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

### 4.1. Problemi upravljanja turizmom u gradu Splitu s obzirom na aktualne razvojne trendove

U primarnom fokusu ovog istraživanja je lokalna zajednica grada Splita, tako da će se u nastavku prikazati trenutno stanje turizma u gradu Splitu i dosadašnja uloga lokalne zajednice u procesu razvoja turizma u gradu.

O konkretnom stanju turizma u gradu Splitu i utjecaju lokalne zajednice na cijeli proces razvoja turizma, mogu se identificirati brojni pozitivni učinci, ali i mnogo više ograničavajućih faktora i problema. Uvidom u relevantne radove i Prijedlog nacрта Plana upravljanja povijesnom jezgrom grada Splita iz 2015. godine, identificirat će se spomenuti pozitivni i negativni učinci.<sup>70</sup>

Turizam je djelatnost koja svoje korijene na prostoru Splita vuče još od konca 19. stoljeća, zahvaljujući povoljnim klimatskim uvjetima te iznimnoj kulturno-povijesnoj baštini. Trend njegova intenzivnog razvoja očigledan je posebno posljednja dva desetljeća, s tim da se zadnje desetljeće uočava takva ekspanzija potražnje koja dovodi do tzv. „overturizma“, što posljedično turizam stavlja na mjesto najznačajnije djelatnosti u ekonomiji grada. Analizirajući statističke podatke objavljene na službenoj stranici turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, vrlo lako je uočiti rastući trend turističkih pokazatelja.<sup>71</sup> U 2016. godini, grad Split je ostvario 586.821 dolazaka i 1.770.087 noćenja, a u 2017. godini 732.296 dolazaka i 2.196.461 noćenja, što predstavlja rast od 25% u dolascima i 24% u noćenjima. Nadalje, u 2018. je ostvareno 861.927 dolazaka i 2.509.586 noćenja, što predstavlja rast od 18% u dolascima i 16% u noćenjima. Konačno, u 2019. godini je ostvareno 944.240 dolazaka i 2.756.931 noćenja, što predstavlja rast od 10% u obe kategorije. Prema podacima Turističke zajednice grada Splita, smještajni kapaciteti grada Splita su se također rapidno povećali. Prema posljednjim dostupnim podacima, u periodu od 2010. do 2016. broj smještajnih kapaciteta se povećao za 2.68 puta. Time je značajno povećan indeks turističke funkcionalnosti destinacije, koji pokazuje broj raspoloživih kreveta na 100 stanovnika. Navedeni indeks je u 2015. iznosio 10,22 a u 2016.

---

<sup>70</sup> Internet stranica Grada Splita (2015.) Plan upravljanja gradskom jezgrom, analiza stanja, dostupno na: <https://www.split.hr/ukljuci-se/plan-upravljanja-gradskom-jezgrom> [13.04.2020.]

<sup>71</sup> Internet stranica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, dostupno na: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike> [14.04.2020.]

13,11 i taj broj kroz godine prikazuje trend rasta.<sup>72</sup> To je uistinu vrlo visok rast u posljednjih nekoliko godina i za očekivati je kako će se turizam nastaviti razvijati i unaprjeđivati u gradu, te samim time će se multiplicirati njegovi pozitivni učinci.

Resursi grada Splita i njegove okolice su uistinu bogati, te se može pronaći široka lepeza različitih resursa i atrakcija, koji čine grad poželjnom destinacijom. Najvrjedniji resurs od svih je stara gradska jezgra, zaštićena od strane UNESCO-a koja svake godine privlači velik broj posjetitelja.

Osim materijalne i prirodne kulturne baštine, područje grada Splita je bogato nematerijalnom kulturnom baštinom, tradicijom i običajima koji preslikavaju način života predaka na ovom području, a takve manifestacije i događaji su vrijedan dio kulturnog naslijeđa i turističke ponude.

Osim samih kulturnih resursa, Split ima odličan geografski smještaj i položaj, te su zadovoljeni svi preduvjeti za razvoj kvalitetnog turizma. S mnogo sunčanih sati i prekrasnih plaža, grad je atraktivan mnogim tradicionalnim emitivnim tržištima, a posljednjih godina i onim prekomorskim (Japan, Južna Koreja, Kina, SAD, itd.)

Usprkos obilju prirodnih i kulturnih datosti, turizam se u gradu ne razvija kako bi trebao zbog raznih problema i ograničavajućih faktora.

Općenito, najveći problem prilikom razvoja u gradu Splitu je činjenica što je malo toga planski napravljeno, a većina razvoja se događa stihijski i nekontrolirano. Oskudna je komunikacija među raznim nadležnim tijelima, suradnja nije ni približno dostatna, te kao rezultat ne postoji plan i zajednička vizija daljnjeg razvoja turizma u gradu.

Grad ne posjeduje javno dostupnu i kvalitetno objašnjenu strategiju upravljanja razvojem turizma. Potrebno je spomenuti ipak da je 2018. godine za potrebe Turističke zajednice izrađen Strateški marketing plan razvoja turizma<sup>73</sup> u Splitu, no usprkos tome, ključni pomaci u smislu podizanja kvalitete upravljanja ključnim turističkim i ostalim razvojnim procesima u gradu,

---

<sup>72</sup> Pivčević, S., Dragnić, D., Mikulić, D., Najev Čačija, L.J., Petrić, L. (2018.), Strateški marketing plan razvoja turizma destinacije Split 2017-2022, *Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu*

<sup>73</sup> Pivčević, S., Dragnić, D., Mikulić, D., Najev Čačija, L.J., Petrić, L. (2018.) op.cit.

nisu evidentni. Konceptija razvoja splitskog turizma ostvaruje se kroz niz parcijalnih, izoliranih projekata, objekata i manifestacija. Ipak, nema smislenog plana i svaki subjekt djeluje u svom smjeru bez koordinirane aktivnosti. Unatoč tome što je turizam u gradu Splitu važan i vrlo dugo vremena prisutan, široj javnosti i raznim dionicima očekivani smjer razvoja turizma nije poznat i jasan.

Republika Hrvatska je jedna od zemalja koja je najviše pod pritiskom birokracije, a ta činjenica uništava poduzetnički duh i ne dozvoljava razvijanje turizma i pripadajućih djelatnosti na kvalitetan način. Također, grad Split oskudijeva ljudskim kapitalom, koji je presudan za daljnji razvoj turizma. Kao velik problem se nameće iznimno visoka ovisnost Splita o turizmu, te se može reći kako turizam pokreće velik dio gradske ekonomije. Kao što je poznato iz teorije, turistička djelatnost je jako osjetljiva i razni čimbenici mogu negativno utjecati na njega. Upravo sada se događa takva jedna situacija, gdje je zbog svjetske pandemije turistički promet pao za preko 90%, a to može biti kobno za regije koje su pretjerano ovisne o turizmu. Kao javno mišljenje se učvrstila slika turizma kao jedine razvojne mogućnosti grada, a to je iznimno rizično i dugoročno neodrživo.

Budući je u fokusu rada lokalna zajednica i njena uloga u upravljanju razvojem turizma, potrebno je nešto reći o problemima koji se prepoznaju prilikom uključivanja lokalne zajednice u taj proces.

Jedan od ograničavajućih faktora, jest činjenica nepostojanja razrađenog plana komunikacije gradske uprave s lokalnom zajednicom. Dakle, ne postoji obrazac ili službeni kanal (osim posredstvom stranačkih predstavnika u gradskom vijeću, koji su najčešće instrumentalizirani od strane svojih stranaka te nisu stvarni predstavnici svoje baze), pomoću kojeg lokalna zajednica može komunicirati s gradom, a to jasno govori kako lokalna zajednica ima malo manevarskog prostora i mogućnosti za izjašnjavanje svoga mišljenja.

S obzirom na ključnu ulogu i osobitu važnost lokalne zajednice za identitet Splita, izrazito je nepovoljno što ne postoji sustavna i organizirana diseminacija informacija o problematici povezanoj s upravljanjem razvojem turizma. Lokalna zajednica nije upoznata s planovima, problemima, vizijama i ciljevima razvoja, te ostaje slabo i nimalo uključena u cijeli proces. To je negativno jer lokalna zajednica direktno trpi učinke turističkog razvoja, a ne donosi nikakve odluke o njemu i turizam ne pridonosi blagostanju zajednice kako bi trebao.

Nadalje, sustav koordinacije i suradnje različitih aktera u gradu Splitu u procesu upravljanja razvojem turizma nije uspostavljen, te izostaje participacija i suradnja svih dionika. Bez kvalitetne participacije, ne postoji mogućnost razvoja kvalitetnog i dugoročno održivog turizma.

Nadalje, identificira se niska razina povjerenja i tolerantnosti među različitim akterima u gradu Splitu. Svako zastupa svoje interese i ciljeve, te je vrlo teško pomiriti različite strane. Potrebna je uloga gradskog tijela koje će koordinirati aktivnosti i poticati suradnju, ali nažalost grad Split nema takvo tijelo. Ova činjenica je velika prijetnja budućem razvoju turizma u gradu Splitu, te postoji velika opasnost da se turizam nastavi razvijati neplanirano i bez javnog konsenzusa o tome gdje taj razvoj vodi i što se očekuje od razvoja turizma. Također, sve dok se ne uspostavi mehanizam koji će osigurati uključenost i zajedničko djelovanje svih zainteresiranih dionika u gradu Splitu, ne može se očekivati kvalitetan i dugoročno održiv razvoj turizma.

Lokalna zajednica je u svakoj destinaciji izrazito vrijedna i važna, pa tako i u Splitu. Ljudi su na ovom području poznati po svojoj temperamentnosti i izrazitoj emocionalnoj povezanosti za grad. Upravo zato je važno da građanstvo bude uključeno u cijeli proces donošenja odluka u turizmu. Lokalna zajednica u gradu Splitu je kroz povijest dokazala da je spremna na djelovanje kada prepozna da se radi o važnoj stvari. Jedan od primjera je projekt „Contarini“ kojega je srušila upravo građanska inicijativa Split. Naime, plan tog projekta je bila izgradnja objekata u samom centru grada Splita, u neposrednoj blizini Dioklecijanove palače. Projekt bi bio jako štetan za centar grada, te se čak dovodilo u pitanje hoće li zbog toga stara gradska jezgra grada Splita moći ostati na UNESCO-voj listi svjetske baštine. Lokalna zajednica je reagirala i izrazila svoje nezadovoljstvo i neslaganje tom idejom, te cijela ideja nije izvedena u svom izvornom obliku. Nadalje, veliki spor se vodio oko bespravno izgrađenih objekata u park šumi Marjan. Vlasnici tih objekata i određeni vijećnici grada su htjeli da se ti objekti legaliziraju s objašnjenjem kako te kuće predstavljaju tradicijske naseobine kako bi mogle biti legalizirane na Marjanu. Stav arhitekata i društva Marjan je da su te kuće bespravno sagrađene. U tom slučaju je lokalna zajednica jasno izrazila svoje mišljenje, javno se pobunila i zauzela stav kako je park šuma Marjan prirodno dobro grada i da se ne smije legalizirati bespravna gradnja, te su građani i uspjeli u svom naumu. Konačno, lokalna zajednica je još jednom pokazala svoju snagu 2011. godine, nakon što je otkriveno kako tadašnji gradonačelnik Kerum planira izgraditi restoran i sportske terene na Prvoj vodi, plaži koja se nalazi u park šumi Marjan. Tek nakon burnih reakcija udruga za zaštitu okoliša i građanskog prosvjeda na samoj lokaciji, urbanistički inspektori donijeli su zaključak

da radovi na toj lokaciji neće biti mogući prije negoli se donose prostorni plan za cijeli Marjan, te je konačno onemogućena gradnja ikakvih objekata na toj plaži. Posljednje građanske inicijative odnosile su se na devastaciju park šume Marjan od agresivnog kukca (potkornjaka) koji je uništio dvije trećine šume, a što je bila posljedica višegodišnje nebrige gradske javne ustanove.

Ovo su samo neki od primjera u kojima je lokalna zajednica građanskim neposluhom pokazala svoju snagu i ustrajnost prilikom rušenja projekata koje smatra lošima.

Konkretno, sve navedene situacije reakcije lokalne zajednice u Splitu su povezane s prostornim uređenjem grada. Općenito, postoji kodeks savjetovanja sa zainteresiranom javnošću u postupcima donošenja zakona, drugih propisa i akata, a sam Zakon o prostornom uređenju kaže da „javnost ima pravo sudjelovati u postupcima izrade i donošenja prostornih planova u skladu sa zakonom.“<sup>74</sup>

Također, Zakon o prostornom uređenju navodi kako „država i tijela jedinica lokalne i regionalne samouprave moraju o stanju u prostoru obavještavati javnost, omogućiti i poticati njezino sudjelovanje razvijanjem društvene povezanosti i jačanjem svijesti o potrebi zaštite prostora te upravljanjem sudjelovanja.“<sup>75</sup>

Kao što je jasno vidljivo iz prethodnih navedenih situacija u gradu Splitu, ove odredbe zakona se nisu ispoštovale, te javnost nije uključena u izradu prostornih planova.

Problem je što se sve odluke donose bez lokalne zajednice, te se građani grada Splita moraju pobuniti i napraviti prosvjed da bi se njihov glas čuo i da bi spriječili neke događaje koje smatraju štetnima. Kada se građani uključuju u proces nakon donošenja strateških dokumenata i planova u javne rasprave, većina njihovih zahtjeva i sugestija se ne uvažava, te građani često svoje zahtjeve pokušavaju iskazati putem javnih prosvjeda. Lokalna zajednica mora biti u mogućnosti reći da se ne slaže s nekom idejom u samim začecima te ideje, a ne prilikom idejne provedbe. U gradu Splitu je bilo nekih inicijativa i ideja da se uključi lokalna zajednica, ali je izostala realizacija. Tako je naprimjer prije dvije godine zabilježen poziv javne uprave da se

---

<sup>74</sup> Zakon o prostornom uređenju, NN 153/13, 65/17, 114/18, 39/19, 98/19, čl. 14. st.1.

<sup>75</sup> Zakon o prostornom uređenju, NN 153/13, 65/17, 114/18, 39/19, 98/19, čl. 14. st.2.



građani izjasne putem ankete koje bi sadržaj htjeli vidjeti na prostoru tvrđave Gripe i rečeno je da će se mišljenje lokalne zajednice imati u vidu, ali još uvijek se ništa nije dogodilo.

Tek kada lokalna zajednica i svi ostali zainteresirani dionici budu uključeni u proces donošenja odluka o razvoju turizma od samog početka donošenja planova i odluka, tada će se tek moći pričati o kvalitetnom integralnom razvoju turizma koji će biti dugoročno održiv i efikasan.

#### 4.2. Metode istraživanja

Kao što je prethodno u radu navedeno, metoda istraživanja koja će se koristiti je anketni upitnik. Razlog odabira te metode je što je pogodna za ovo istraživanje, te omogućava prikupljanje velikog broja odgovora u kratkom vremenskom periodu bez velikih troškova. Anketni upitnik je u online obliku izrađena u alatu google docs. Jedini preduvjet ovog istraživanja je da u njemu sudjeluju isključivo stanovnici grada Splita. Anketni upitnik su konačno ispunile 183 osobe (n=183), za koje je sve prethodno utvrđeno kako žive u gradu Splitu.

Prvotno je postavljeno sedam početnih hipoteza i ovim anketnim upitnikom se nastojalo dati odgovor na svaku od njih, radi prihvaćanja ili odbacivanja hipoteza.

Program u kojem se analiziralo podatke je *IBM SPSS*, statistički program koji je najpogodniji za analiziranje ovakvih podataka. Svi rezultati su potkrijepljeni tablicama iz programa, te objašnjenjima autora.

Anketni upitnik je preuzet i prilagođen prema istraživanju Petrić i Pivčević<sup>76</sup> (prilog 1). Inače, upitnik je strukturiran uvažavajući temeljna načela tzv. Social Exchange Theory (SET), koja se definira kao opća sociološka teorija koja se bavi razumijevanjem razmjene resursa između pojedinaca i grupa prilikom međusobne interakcije.<sup>77</sup>

Primjenjujući ovu teoriju u turizmu, smatra se da će stavovi stanovnika prema turizmu, te cjelokupna podrška stanovnika turizmu u njihovoj zajednici biti pod utjecajem njihovih procjena stvarnih i opaženih učinaka koje turizam proizvodi u njihovoj zajednici.<sup>78</sup>

---

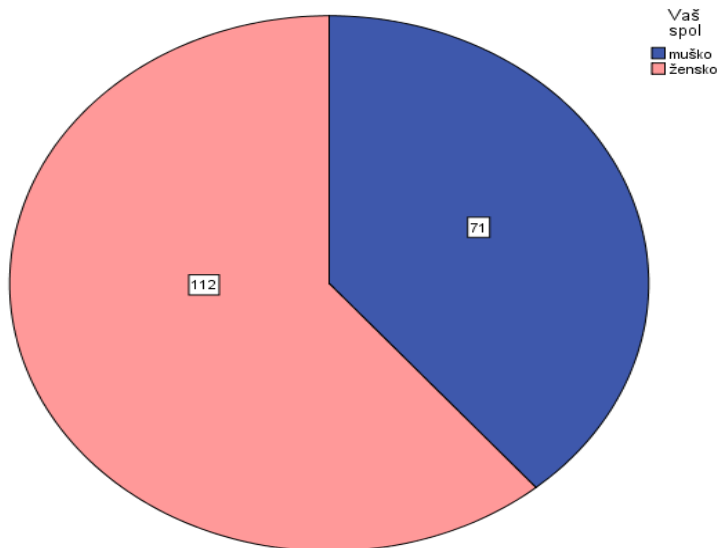
<sup>76</sup> Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) Community based tourism development – insights from Split, Croatia, *Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings* str. 300. – 304.

<sup>77</sup> Ap, J. (1992.) prema Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) op.cit. str. 296.

<sup>78</sup> Andereck et.al. (2005.) prema Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) op.cit. str. 296.

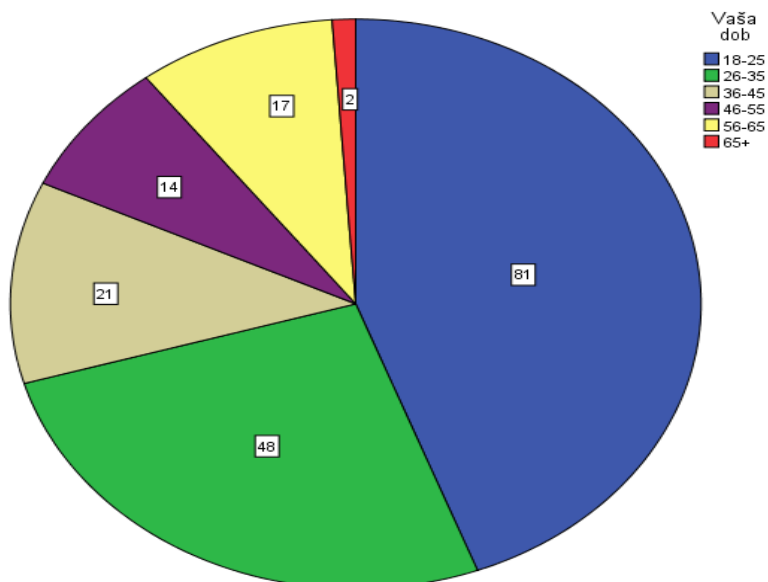
### 4.3. Uzorak istraživanja

Kao što je prethodno i navedeno, populacija koja se istražuje u ovom radu su građani grada Splita. Ukupno su prikupljena 183 odgovora (n=183). U nastavku će biti prikazani osnovni demografski podaci ispitanika uz pomoć grafikona.



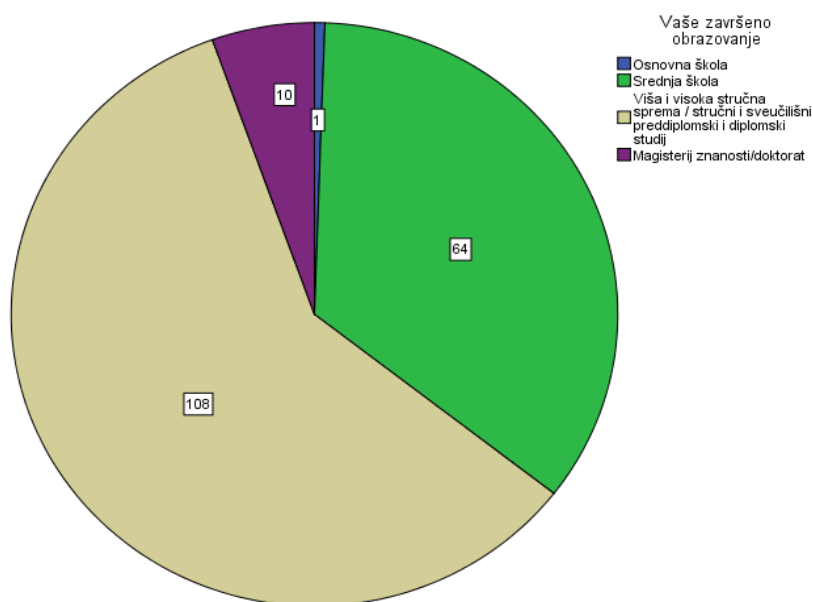
**Grafikon 1. Podjela ispitanika prema spolu**

Kao što je vidljivo u grafikonu 1, od ukupno 183 ispitanika, 112 je žena i 71 muškarac.



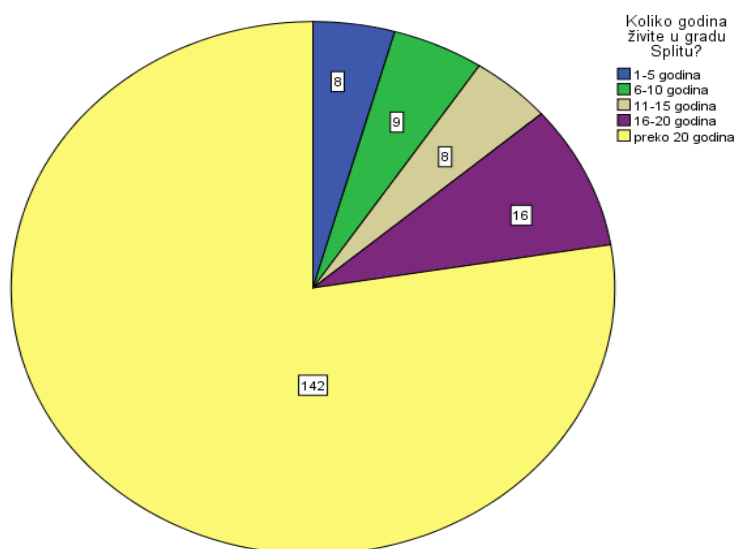
**Grafikon 2. Podjela ispitanika prema dobnoj strukturi**

Nadalje, prema grafikonu 2, 18-25 godina ima 81 ispitanik, 26-35 godina ima 48 ispitanika, 36-45 godina ima 21 ispitanik, 46-55 godina ima 14 ispitanika, 56-65 godina ima 17 ispitanika, te konačno preko 65 godina imaju 2 ispitanika.



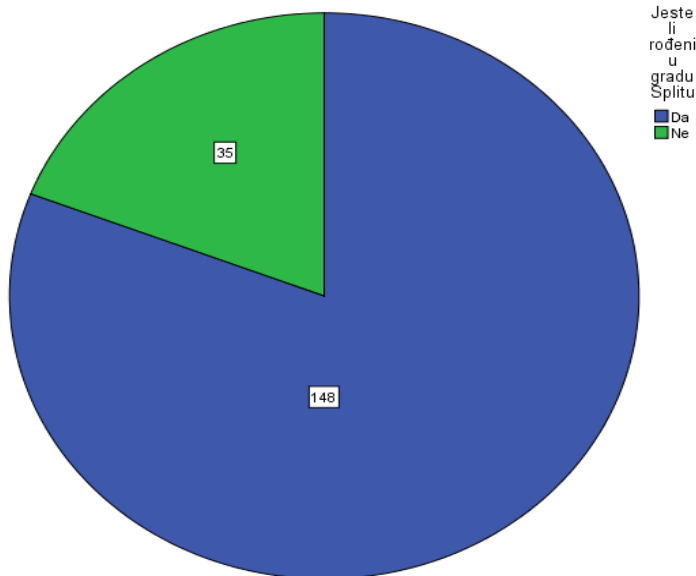
**Grafikon 3. Podjela ispitanika prema obrazovnoj strukturi**

Prema grafikonu 3, završeno osnovno školsko obrazovanje ima 1 ispitanik, 64 ispitanika imaju završeno srednje školsko obrazovanje, 108 ispitanika ima višu i visoku stručnu spremu, te 10 ispitanika ima magisterij znanosti ili doktorat.



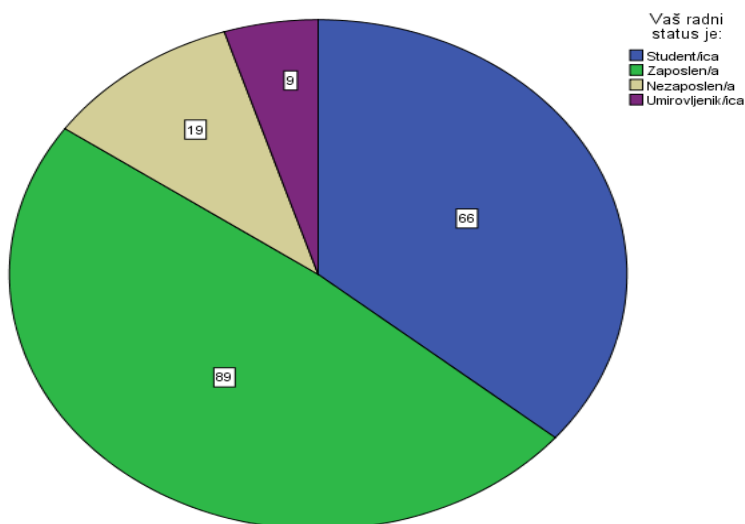
**Grafikon 4. Podjela ispitanika prema duljini života u gradu Splitu**

Prema grafikonu 4, 1-5 godina u gradu Splitu živi 8 ispitanika, 6-10 godina živi 9 ispitanika, 11-15 godina živi 8 ispitanika, 16-20 godina živi 16 ispitanika, te 142 ispitanika žive u gradu Splitu preko 20 godina.



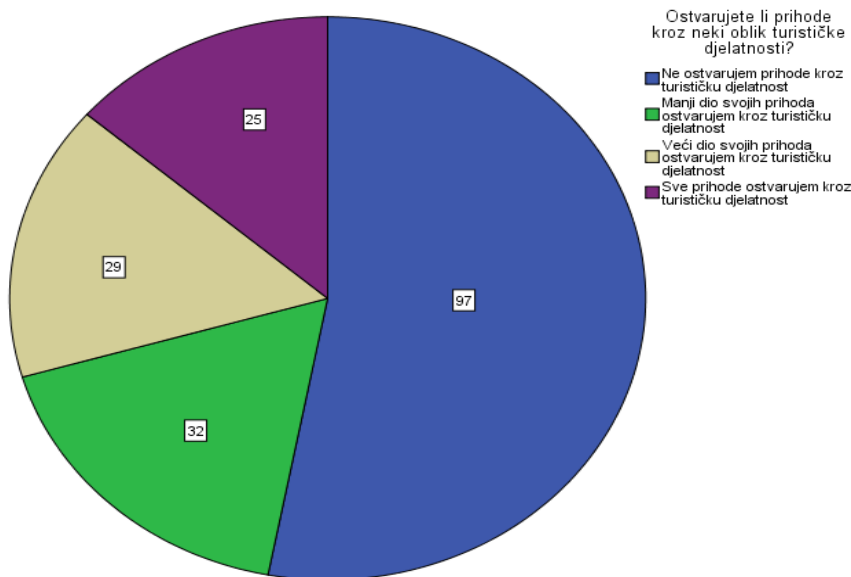
**Grafikon 5. Podjela ispitanika prema tome jesu li rođeni u gradu Splitu**

U grafikonu 5 se može vidjeti kako je od 183 ispitanika, njih 148 rođeno u gradu Splitu, dok njih 35 nije rođeno u gradu Splitu



**Grafikon 6. Podjela ispitanika prema radnom statusu**

Grafikon 6 pokazuje da je među ispitanicima 9 umirovljenika, 19 nezaposlenih, 66 studenata i 89 zaposlenih.



**Grafikon 7. Podjela ispitanika prema tome ostvaruju li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti**

Konačno, u grafikonu 7 se može vidjeti da među ispitanicima njih 97 ne ostvaruje prihode kroz turističku djelatnost (53%), 32 ispitanika (17%) ostvaruju manji dio svojih prihoda kroz turističku djelatnost, 29 (16%) ostvaruje veći dio svojih prihoda kroz turističku djelatnost, te konačno njih 25 (14%) ostvaruje sve prihode kroz turističku djelatnost.

#### 4.4. Rezultati istraživanja i ovjera hipoteza

Prije samog provođenja postupka valorizacije hipoteza, u tablici će biti prikazane prosječne ocjene pojedinih učinaka u anketnom upitniku, te će se onda prijeći na same rezultate istraživanja i ovjeru prethodno postavljenih hipoteza. Za slijedeće varijable, rezultati su dobiveni korištenjem Likertove ljestvice u kojoj su modaliteti išli od 1 do 5. U tablicama 2 i 3 su prikazane prosječne vrijednosti koji su dobivene za svaku varijablu. U tablici 2, vrijednosti idu od „U potpunosti se ne slažem“ što predstavlja broj 1 do „U potpunosti se slažem“ što predstavlja broj 5. Dakle, što neka varijabla ima veću prosječnu ocjenu, to znači da se ispitanici više slažu s tom izjavom.

**Tablica 2. Prosječni rezultati varijabli iz anketnog upitnika**

Varijabla	Prosječan rezultat
U Splitu se osjećam kao kod kuće	4,16
Upoznat(a) sam sa svime što se dešava u Splitu	3,38
Bilo bi mi žao kada bih morao/la odseliti iz Splita	3,63
Zadovoljan/na sam Splitom kao zajednicom	3,07
Turizam je doveo do povećanja potrošnje u Splitu	4,05
Turizam je stvorio nova radna mjesta u Splitu	4,13
Turizam je privukao investicije u Split	3,86
Turizam je donio brojne ekonomske koristi lokalnom stanovništvu i malim poduzetnicima	3,90
Životni standard lokalnog stanovništva u Splitu značajno se povećao zbog turizma	3,51
Turizam je promijenio tradicionalnu kulturu u Splitu	3,40
Visoko platežni turisti negativno utječu na naš lokalni način življenja	2,63
Lokalno stanovništvo trpi zbog toga što živi u turističkom području	3,17
Ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca poreznih obveznika	2,55
Turizam je potaknuo različite kulturne aktivnosti lokalnog stanovništva u Splitu	3,50
Turizam je doveo do veće kulturne razmjene između turista i lokalnog stanovništva	3,52
Upoznavanje turista iz drugih regija je vrijedno iskustvo za bolje razumijevanje njihove kulture i društva	3,86
Turizam je proizveo pozitivne učinke na kulturni identitet naše zajednice	3,34
Turizam je doveo do porasta vandalizma u Splitu	2,52
Turizam je doveo do prometne zagušenosti i onečišćenja okoliša u Splitu	3,99
Turizam je doveo do neugodnih gužvi na plažama, šetnicama, parkovima i ostalim vanjskim prostorima grada Splita	3,96

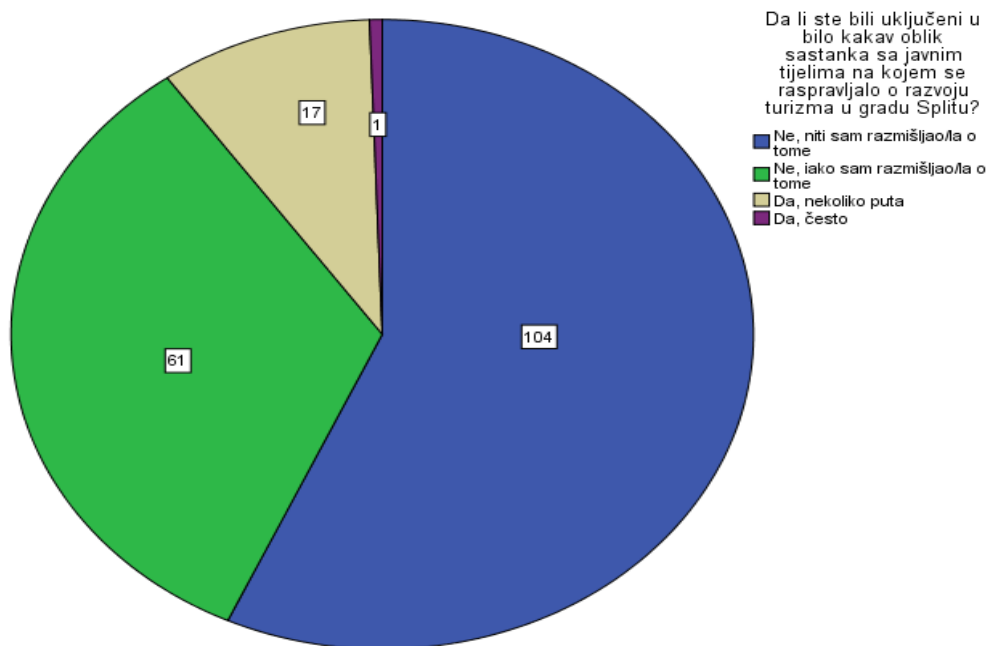
Gradnja hotela i turističkih sadržaja uništila je prirodni okoliš Splita	3,36
Turizam je najvažnija gospodarska „djelatnost“ u Splitu	3,81
Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	3,26
Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	3,67
Ponosan sam što turisti dolaze u Split	3,81
Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	2,44
Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu	2,45

U tablici 3, vrijednosti idu od „Nemam povjerenje“ što predstavlja broj 1 do „Visoko povjerenje“ što predstavlja broj 5. Dakle, što neka varijabla ima veću prosječnu ocjenu, to znači da ispitanici imaju veću razinu povjerenja u tu instituciju.

**Tablica 3. Prosječni rezultati potpore turističkim potpornim institucijama iz anketnog upitnika**

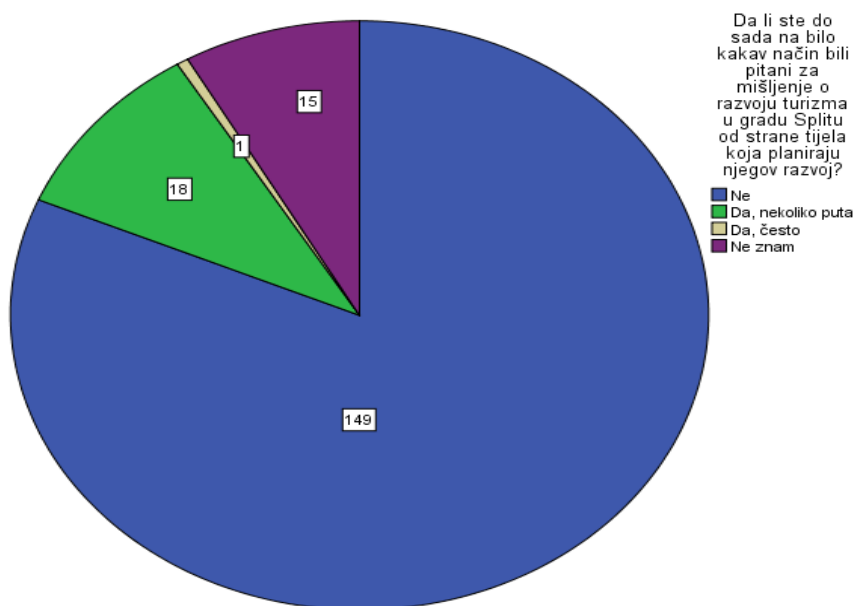
Institucija	Prosječan rezultat
Ministarstvo turizma	2,96
Ministarstvo zaštite okoliša i prirode	2,67
Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja	2,44
Županijska vlast	2,33
Gradska vlast	2,35
Županijska turistička zajednica	2,71
Turistička zajednica grada Splita	2,86

Za posljednjih osam varijabli (v42-v49) je nemoguće prikazati prosječne rezultate jer nisu u obliku Likertove ljestvice kao i prethodne varijable, tako da će se za njih odgovori prikazati u obliku grafikona, kao i za socio-demografska obilježja, odnosno prvih sedam varijabli.



**Grafikon 8. Podjela ispitanika prema tome jesu li ikada bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu**

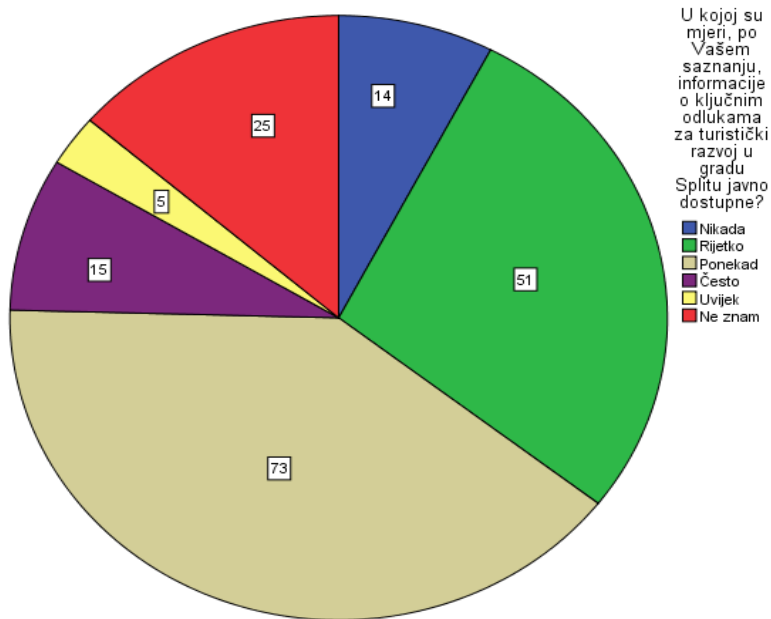
Prema grafikonu 8, može se vidjeti kako 104 ispitanika nikad nisu niti razmišljali o tome, niti bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu. Njih 61 nije bilo uključeno, iako su razmišljali o tome. 17 ispitanika je bilo uključeno nekoliko puta, dok je 1 ispitanik često uključivan u taj proces.



**Grafikon 9. Podjela ispitanika prema tome jesu li ikada bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj**

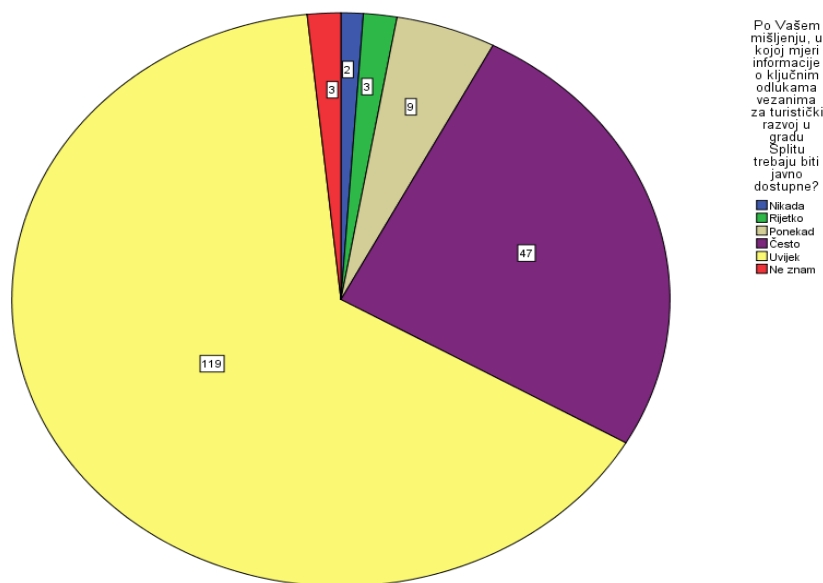


Prema grafikonu 9, 149 ispitanika nikad nije bilo pitano za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj. Njih 18 je bilo pitano nekoliko puta, jedan ispitanik je pitan često, dok 15 ispitanika ne zna.



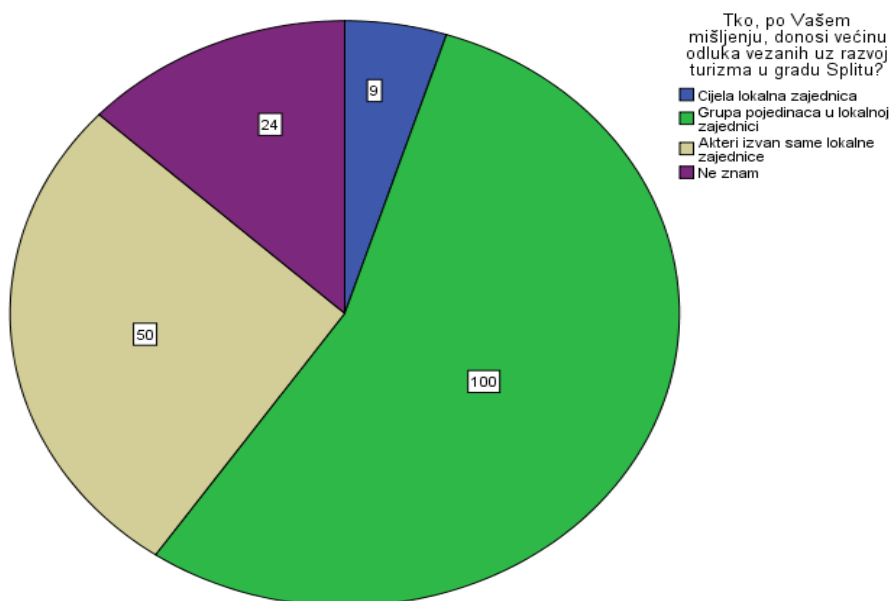
**Grafikon 10. Podjela ispitanika prema mišljenju u kojoj su mjeri informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu javno dostupne**

Prema grafikonu 10, 14 ispitanika smatra da informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu nikada nisu javno dostupne. Njih 51 smatra da se to događa rijetko, dok 71 ispitanik smatra da je to slučaj ponekad. 15 ih smatra da se to događa često, dok ih 5 smatra da se to uvijek događa. 25 ispitanika se izjasnilo da ne zna.



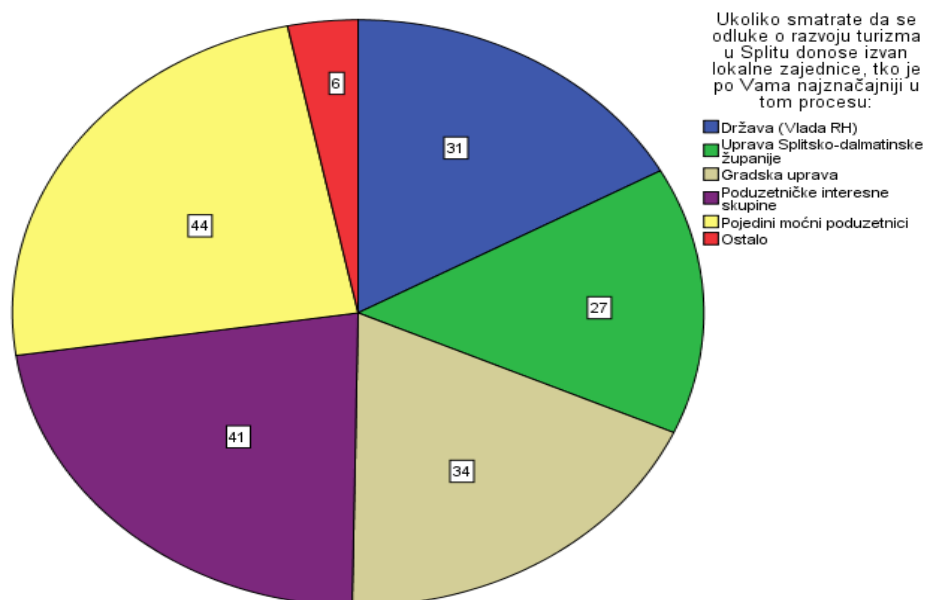
**Grafikon 11. Podjela ispitanika prema mišljenju u kojoj mjeri informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu trebaju javno dostupne**

Prema grafikonu 11, 119 ispitanika smatra da bi informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu trebale biti uvijek javno dostupne, dok ih 47 misli da bi to trebalo biti često. 9 ih smatra da bi to trebalo biti ponekad, 3 da bi to trebalo biti rijetko, a 2 smatra da bi trebalo biti nikada. 3 ispitanika se izjasnilo da ne zna.



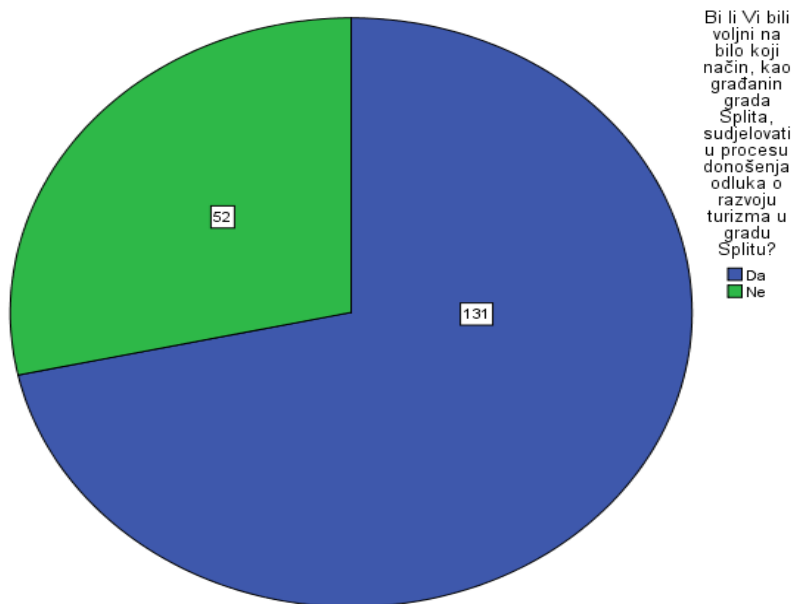
**Grafikon 12. Podjela ispitanika prema mišljenju tko donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu**

Prema grafikonu 12, 9 ispitanika smatra da većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu donosi lokalna zajednica. Njih 50 smatra da odluke donose akteri izvan same lokalne zajednice, dok njih 100 smatra da odluke donosi grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici. 24 ispitanika su se izjasnila da ne znaju.



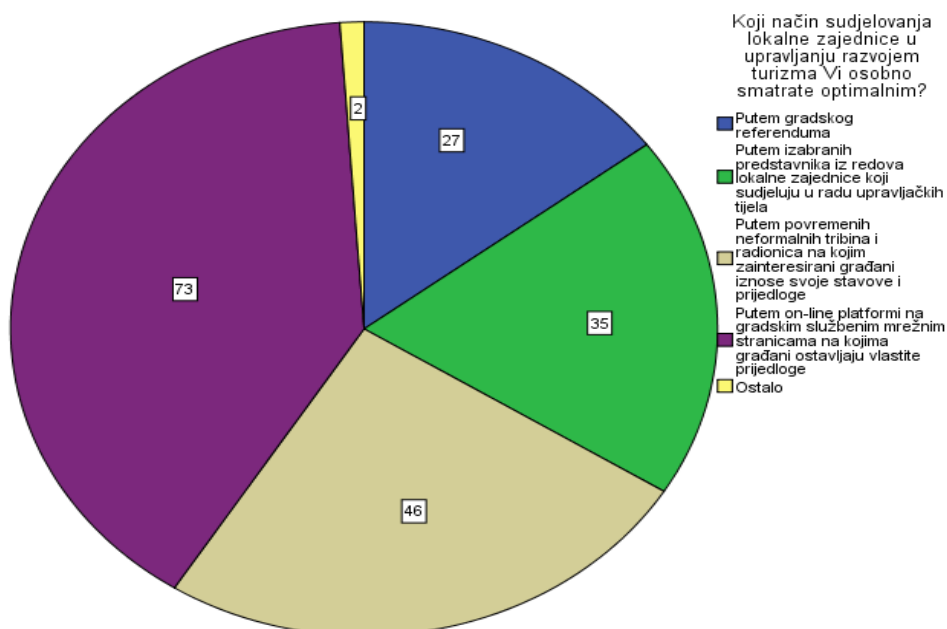
**Grafikon 13. Podjela ispitanika prema mišljenju tko donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu izvan lokalne zajednice**

U grafikonu 13 se može vidjeti da 31 ispitanik smatra da većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu izvan lokalne zajednice donosi vlada RH, njih 27 smatra da to radi uprava Splitsko-dalmatinske županije, dok njih 34 smatra da to radi gradska uprava. 41 ispitanik smatra da odluke donose poduzetničke interesne skupine, 44 smatra da to rade pojedini moćni poduzetnici, dok 6 ispitanika ne zna.



**Grafikon 14. Podjela ispitanika prema voljnosti za sudjelovanje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu**

Grafikon 14 prikazuje da je 131 ispitanik voljan za sudjelovanje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu, dok 52 ispitanika nisu voljna za sudjelovanje.



**Grafikon 15. Podjela ispitanika prema tome koji način sudjelovanja lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma osobno smatraju optimalnim**

Konačno, u grafikonu 15 se može vidjeti kako 27 ispitanika preferira gradski referendum kao optimalan način sudjelovanja lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma, njih 35 preferira da lokalna zajednica ima izabrane predstavnike koji sudjeluju u radu upravljačkih tijela, dok 46 ispitanika preferira povremene neformalne tribine i radionice. 73 ispitanika žele on-line platformu na gradskim službenim stranicama, dok njih 2 ne zna.

Nakon što su grafički prikazane sve varijable i tekstualno pojašnjeni njihovi rezultati, slijede rezultati istraživanja i ovjera prethodno postavljenih hipoteza

U prvoj hipotezi, cilj je otkriti postoji li statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja ispitanika i stavova o općim učincima turizma. U anketi je šest socio-demografskih obilježja, a to su redom: spol (v1), dob (v2), obrazovanje (v3), duljina življenja u Splitu (v4), jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5) i radni status (v6). Stavova o općim učincima turizma je ukupno 17 (sve varijable od v12 do v28.)

Kako bi se donio valjan zaključak o prihvaćanju ili odbacivanju prve hipoteze, analizirat će se statistička značajnost veze između svakog socio-demografskog obilježja sa svakim stavom o općim učincima turizma. Nakon toga će se utvrditi rezultati za svaki pojedini slučaj i donijeti ukupan zaključak za svako socio-demografsko obilježje. Naprimjer, za obilježje spol će biti 17 različitih rezultata utjecaja jer postoji 17 varijabli stavova o općim učincima turizma. Potom će se analizirati svih 17 rezultata i donijet će se ukupan zaključak. Dakle, ako se zaključi da spol statistički značajno utječe na 9 (više od polovine) ili više stavova o učincima turizma, zaključit će se kako spol ukupno statistički značajno utječe na stavove o općim učincima turizma. S druge strane, ako se zaključi da spol značajno utječe na 8 (manje od polovine) ili manje stavova o učincima turizma, zaključit će se kako ukupno spol ne utječe statistički značajno na stavove o općim učincima turizma. Navedena procedura će se odraditi za sva socio-demografska obilježja, te će se nakon toga donijeti zaključak o utjecajima tih obilježja. Što se tiče vrsta testova koji će se provoditi za prvu hipotezu, važno je uzeti u obzir da su svi stavovi o općim učincima turizma u obliku Likertove ljestvice od 1 do 5, tako da sve te varijable predstavljaju rangove i to je važno uzeti u obzir prilikom odabira metode. Dva statistička testa koja će se provoditi su Mann-Whitney U test i Kruskal Wallis test. Mann-Whitney U je pogodan za testiranje rangova, ali kada nominalna varijabla ima samo dva modaliteta. To će biti pogodno za varijablu spol (muško ili žensko) i za varijablu jesu li ispitanici rođeni u Splitu (da ili ne). U

ostalim slučajevima kada nominalna varijabla ima više od dva modaliteta, pogodan je Kruskal Wallis test.

U prvom slučaju, analizira se statistička značajnost veze između spola i stavova o općim učincima turizma. U slijedećoj tablici, bit će prikazani pojednostavljeni rezultati Mann-Whitney U testa. Granična razina signifikantnosti iznosi 5%.

**Tablica 4. Pojednostavljeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu**

Varijabla	Stav o općim učincima turizma	Rezultat (Asymp. Sig. 2-tailed)
v12	Turizam je doveo do povećanja potrošnje u Splitu	0,898
v13	Turizam je stvorio nova radna mjesta u Splitu	0,270
v14	Turizam je privukao investicije u Split	0,170
v15	Turizam je donio brojne ekonomske koristi lokalnom stanovništvu i malim poduzetnicima u Splitu	0,214
v16	Životni standard lokalnog stanovništva u Splitu značajno se povećao zbog turizma	0,346
v17	Turizam je promijenio tradicionalnu kulturu u Splitu	0,231
v18	Visoko platežni turisti negativno utječu na naš lokalni način življenja	0,117
v19	Lokalno stanovništvo trpi zbog toga što živi u turističkom području	0,236
v20	Ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca poreznih obveznika	0,367
v21	Turizam je potaknuo različite kulturne aktivnosti lokalnog stanovništva u Splitu	0,049
v22	Turizam je doveo do veće kulturne razmjene između turista i lokalnog stanovništva	0,838
v23	Upoznavanje turista iz drugih regija je vrijedno iskustvo za bolje razumijevanje njihove kulture i društva	0,378
v24	Turizam je proizveo pozitivne učinke na kulturni identitet naše zajednice	0,890
v25	Turizam je doveo do porasta vandalizma u Splitu	0,565
v26	Turizam je doveo do prometne zagušenosti i onečišćenja okoliša u Splitu	0,736

v27	Turizam je doveo do neugodnih gužvi na plažama, šetnicama, parkovima i ostalim vanjskim gradskim prostorima grada Splita	0,030
v28	Gradnja hotela i turističkih sadržaja uništila je prirodni okoliš grada Splita	0,088

Kao što je navedeno, odluka se donosi prema graničnoj razini signifikantnosti od 5%. Ukoliko je empirijska signifikantnost manja od 5%, zaključujemo kako spol statistički značajno utječe na tu varijablu. Ukoliko je empirijska signifikantnost veća od 5%, zaključujemo kako spol statistički značajno ne utječe na tu varijablu.

Kao što se može vidjeti u rezultatima, pri razini signifikantnosti od 5%, spol statistički značajno utječe na varijable v21 i v27. Čak i ako se razina signifikantnosti podigne na 10%, spol bi statistički značajno utjecao na varijable v21, v27 i v28. Svakako, spol statistički značajno djeluje na manje od pola varijabli stavova o učincima turizma, tako da se zaključuje kako *varijabla spol (v1) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*

U tablici 4. su detaljno prikazane i napisana imena svih varijabla, te je s njihove lijeve strane označeno koji je navedeni broj varijable. U idućoj tablici, bit će napisana samo oznaka varijable, bez punog imena, kako bi se u istoj tablici mogli prikazati učinci ostalih socio-demografskih obilježja.

Dakle, prethodno je analiziran utjecaj spola na stavove o učincima turizma. U nastavku, ispitivat će se utjecaj dobi (v2), obrazovanja (v3), duljine življenja u Splitu (v4), jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5) i radni status (v6) na stavove o učincima turizma (v12 – v28).

Kod analiziranja varijabli dob (v2), obrazovanje (v3), duljina življena u Splitu (v4) i radni status (v6), koristit će se Kruskal Wallis test jer nominalna varijabla ima više od dva modaliteta. Kod varijable jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5), koristit će se Mann-Whitney U test kao i kod varijable spol (v1) jer nominalna varijabla ima samo dva modaliteta.

**Tablica 5. Pojednostavnjeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu**

	Rezultati (Asymp. Sig. 2-tailed)				
Varijabla	Dob (v2)	Obrazovanje (v3)	Duljina življenja u Splitu (v4)	Jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5)	Radni status (v6)

v12	0,276	0,286	0,438	0,795	0,624
v13	0,174	0,155	0,285	0,176	0,092
v14	0,246	0,291	0,702	0,158	0,598
v15	0,246	0,314	0,227	0,147	0,509
v16	0,216	0,118	0,207	0,780	0,692
v17	0,063	0,123	0,131	0,943	0,237
v18	0,274	0,007	0,381	0,789	0,672
v19	0,538	0,044	0,049	0,189	0,802
v20	0,351	0,000	0,761	0,805	0,274
v21	0,804	0,146	0,049	0,397	0,611
v22	0,387	0,024	0,813	0,690	0,042
v23	0,579	0,118	0,079	0,888	0,009
v24	0,796	0,093	0,272	0,969	0,326
v25	0,085	0,180	0,059	0,415	0,448
v26	0,010	0,326	0,529	0,474	0,408
v27	0,191	0,326	0,387	0,933	0,699
v28	0,042	0,830	0,026	0,965	0,545

Kao što se može vidjeti u prvom stupcu tablice 5, varijabla dob (v2) pri graničnoj razini signifikantnosti od 5% statistički značajno utječe na varijable v26 i v28. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, varijabla dob (v2) statistički značajno utječe na v17, v25, v26 i v28. U svakom slučaju, varijabla dob statistički značajno djeluje na manje od pola varijabli stavova o učincima turizma, tako da se zaključuje kako *varijabla dob(v2) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*

U drugom stupcu tablice 5 se analizira utjecaj varijable obrazovanja (v3) na stavove o učincima turizma. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, obrazovanje statistički značajno utječe na v18, v19, v20 i v22. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, obrazovanje statistički značajno utječe na v18, v19, v20, v22 i v24. U svakom slučaju, varijabla obrazovanje statistički značajno djeluje na manje od pola varijabli stavova o učincima turizma, tako da se zaključuje kako *varijabla obrazovanje (v3) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*



U trećem stupcu tablice 5 se analizira utjecaj varijable duljine življenja u Splitu (v4) na stavove o učincima turizma. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, duljina življenja u Splitu statistički značajno utječe na varijable v19, v21 i v28 . Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, duljina življenja u Splitu statistički značajno utječe na varijable v19, v21, v23, v25 i v28, . U svakom slučaju, varijabla duljina življenja u Splitu statistički značajno djeluje na manje od pola varijabli stavova o učincima turizma, tako da se zaključuje kako *varijabla duljina življenja u Splitu (v4) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*

U četvrtom stupcu tablice 5 se analizira utjecaj varijable jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5) na stavove o učincima turizma. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla jesu li ispitanici rođeni u Splitu ne djeluje statistički značajno ni na jednu varijablu. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, varijabla jesu li ispitanici rođeni u Splitu svakako ne djeluje statistički značajno ni na jednu varijablu. Zaključuje se kako *varijabla jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*

U posljednjem stupcu tablice 5 se analizira utjecaj varijable radni status (v6) na stavove o učincima turizma. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, radni status statistički značajno utječe na varijable v22 i v23 . Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, radni status statistički značajno utječe na varijable v13, v22 i v23. U svakom slučaju, varijabla radni status statistički značajno djeluje na manje od pola varijabli stavova o učincima turizma, tako da se zaključuje kako *varijabla radni status (v6) ne djeluje statistički značajno na stavove o učincima turizma.*

Kao što se može vidjeti iz prethodne dvije tablice i rezultata koji se u njima nalaze, analiziran je utjecaj svakog od socio-demografskih obilježja na svaki stav o učincima turizma. Ni jedna varijabla socio-demografskog obilježja ne djeluje u totalu statistički značajno na stavove o učincima turizma. Stoga se odbacuje postavljena hipoteza H1 koja govori da postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i stavova prema općim učincima turizma i zaključuje se kako **ne postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i stavova prema općim učincima turizma.**

Što se tiče druge hipoteze, želi se otkriti postoji li statistički značajna veza između duljine življenja u Splitu i razine potpore građana razvoju turizma u gradu Splitu. U ovom slučaju,

analizirat će se postoji li statistički značajna veza između varijable duljina života u gradu Splitu (v4) i varijabli koje ispituju razinu potpore o razvoju turizma u gradu Splitu. Takvih varijabli ima šest i one su redom sve varijable od v29 do v34.

Pošto su sve varijable koje ispituju razinu potpore o razvoju turizma u gradu Splitu (v29 – v34) u obliku Likertove ljestvice od 1 do 5, odnosno u obliku ranga, bit će potrebno koristiti statistički test prikladan za rangove. S druge strane, varijabla duljina života u gradu Splitu (v4) ima pet modaliteta. Kao i kod prve hipoteze, prikladan test za donošenje zaključka za drugu hipotezu će također biti Kruskal Wallis test. U slijedećim tablicama, bit će prikazani rezultati Kruskal Wallis testa. Granična razina signifikantnosti iznosi 5%.

**Tablica 6. Izrada autora u programu SPSS**

Ranks			
	Koliko godina živite u gradu Splitu?	N	Mean Rank
Turizam je najvažnija gospodarska "djelatnost" u Splitu	1-5 godina	8	89,25
	6-10 godina	9	76,61
	11-15 godina	8	107,75
	16-20 godina	16	83,78
	preko 20 godina	142	93,17
	Total	183	
Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	1-5 godina	8	87,38
	6-10 godina	9	59,22
	11-15 godina	8	97,50
	16-20 godina	16	117,47
	preko 20 godina	142	91,16
	Total	183	
Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	1-5 godina	8	87,50
	6-10 godina	9	77,61
	11-15 godina	8	91,25
	16-20 godina	16	126,94
	preko 20 godina	142	89,27
	Total	183	
Ponosan sam što turisti dolaze u Split	1-5 godina	8	93,31
	6-10 godina	9	86,11
	11-15 godina	8	110,50
	16-20 godina	16	127,72
	preko 20 godina	142	87,23

	Total	183	
Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	1-5 godina	8	102,94
	6-10 godina	9	84,83
	11-15 godina	8	83,06
	16-20 godina	16	99,66
	preko 20 godina	142	91,48
	Total	183	
Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu	1-5 godina	8	93,06
	6-10 godina	9	72,11
	11-15 godina	8	93,06
	16-20 godina	16	112,69
	preko 20 godina	142	90,81
	Total	183	

**Tablica 7. Izrada autora u programu SPSS**

Test Statistics <sup>a,b</sup>						
	Turizam je najvažnija gospodarska "djelatnost" u Splitu	Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	Ponosan sam što turisti dolaze u Split	Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu
Chi-Square	2,144	8,049	9,412	10,511	1,176	4,047
df	4	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,709	,090	,052	,033	,882	,400

Kao što se može vidjeti u tablicama 6 i 7, analizira se postoji li statistički značajna ovisnost između duljine življenja u gradu Splitu (v4) i razine potpore razvoju turizma (v29 – v34). Kao što se može vidjeti iz tablice 7, pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, duljina življenja u gradu Splitu (v4) statistički značajno utječe na varijablu „ponosan sam što turisti dolaze u Split“ (v32). Ukoliko se razina signifikantnosti poveća na 10%, duljina življenja u gradu Splitu statistički značajno utječe na varijable v30, v31 i v32, odnosno na polovinu varijabli. Iz navedenog može se zaključiti kako duljina življenja u gradu Splitu djelomično značajno utječe na razinu potpore razvoju turizma. Od navedenih skupina, s obzirom na duljinu življenja u gradu Splitu, najveću razinu potpore razvoju turizma daje skupina ljudi koji u gradu žive između 16 i 20 godina.

Što se tiče druge hipoteze, početno postavljena H2 hipoteza se djelomično prihvaća, te se zaključuje kako **postoji djelomično statistički značajna veza između duljine življenja u Splitu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu.**

Što se tiče treće hipoteze, želi se otkriti postoji li statistički značajna veza između osobne angažiranosti u turizmu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu. U ovom slučaju, analizirat će se postoji li statistički značajna veza između varijable „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ (v7) i varijabli koje ispituju razinu potpore o razvoju turizma u gradu Splitu (v29 – v34).

Jedino što se mijenja u odnosu na prethodnu hipotezu je činjenica što se umjesto varijable duljina življena u gradu Splitu (v4) koristi varijabla „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ (v7). Varijable koje ispituju razinu potpore o razvoju turizma ostaju iste. Pošto varijabla „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ (v7) ima četiri modaliteta, kao i u prethodnom slučaju koristit će se Kruskal Wallis test. U slijedećim tablicama, bit će prikazani rezultati Kruskal Wallis testa. Granična razina signifikantnosti iznosi 5%.

**Tablica 8. Izrada autora u programu SPSS**

Ranks			
	Ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti?	N	Mean Rank
Turizam je najvažnija gospodarska "djelatnost" u Splitu	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	89,25
	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	91,06
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	92,83
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	102,90
	Total	183	
Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	82,75

	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	92,59
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	102,05
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	115,46
	Total	183	
Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	86,32
	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	101,89
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	88,98
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	104,88
	Total	183	
Ponosan sam što turisti dolaze u Split	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	80,54
	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	98,30
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	98,95
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	120,36
	Total	183	
Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	87,97
	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	95,63
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	100,86
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	92,72
	Total	183	

Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu	Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost	97	76,41
	Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	32	104,39
	Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost	29	110,33
	Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost	25	115,36
	Total	183	

**Tablica 9. Izrada autora u programu SPSS**

	Turizam je najvažnija gospodarska "djelatnost" u Splitu	Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	Ponosan sam što turisti dolaze u Split	Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu
Chi-Square	1,475	9,785	4,441	13,982	1,661	19,752
df	3	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	,688	,020	,218	,003	,646	,000

Kao što se može vidjeti u tablicama 8 i 9, analizira se postoji li statistički značajna ovisnost između varijable „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ (v7) i razine potpore razvoju turizma (v29 – v34). Kao što se može vidjeti iz tablice 9, pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ statistički značajno djeluje na varijable v30, v32 i v34, odnosno na polovinu varijabli. Ukoliko se razina signifikantnosti poveća na 10%, zaključak ostaje isti kao i kod signifikantnosti od 5%. Iz navedenog može se zaključiti kako varijabla „ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti“ (v7) djelomično značajno utječe na razinu potpore razvoju turizma. S obzirom na činjenicu koju količinu osobnih prihoda ispitanici ostvaruju kroz neki oblik turističke djelatnosti, iz rezultata se zaključuje kako najveću potporu razvoju turizma daju oni ispitanici koji sve svoje prihode ostvaruju kroz neki oblik turističke djelatnosti.

Što se tiče treće hipoteze, početno postavljena H3 hipoteza se djelomično prihvaća, te se zaključuje kako **postoji djelomično statistički značajna veza između osobne angažiranosti u turizmu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu.**

Što se tiče četvrte hipoteze, želi se otkriti postoji li statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i povezanosti sa mjestom.. U ovom slučaju, analizirat će se postoji li statistički značajna veza između varijabli socio-demografskih obilježja (v1 – v6) i varijabli koje ispituju povezanost ispitanika sa mjestom (v8 – v11)

Sve varijable koji ispituju povezanost ispitanika smjestom su u obliku Likertove ljestvice od 1 do 5, tako da sve te varijable predstavljaju rangove. Dva statistička testa koja će se provoditi su Mann-Whitney U test i Kruskal Wallis test, kao i kod prve hipoteze. Za varijable spol (v1) i rođenje u gradu Splitu (v5) će se koristiti Mann-Whitney U test jer te nominalne varijable imaju samo dva modaliteta. Za ostale varijable (v2, v3, v4 i v6) koristi će se Kruskal Wallis test jer nominalne varijable imaju više od dva modaliteta. Rezultati će biti prikazani u pojednostavnjenoj tablici kao i kod prve hipoteze. Analizirat će se utjecaj svake od varijabli socio-demografskih obilježja na svaku varijablu koje ispituju povezanost ispitanika sa mjestom, te će se donijeti konačni skupni zaključak.

Redom, varijable koji ispituju povezanost ispitanika sa mjestom su:

- U Splitu se osjećam kao kod kuće (v8)
- Upoznat(a) sam sa svime što se dešava u Splitu (v9)
- Bilo bi mi žao kada bih morao/la odseliti iz Splita (v10)
- Zadovoljan/na sam Splitom kao zajednicom (v11)

**Tablica 10. Pojednostavnjeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu**

Rezultati (Asymp. Sig. 2-tailed)						
Varijabla	Spol (v1)	Dob (v2)	Obrazovanje (v3)	Duljina življenja u Splitu (v4)	Jesu li ispitanici rođeni u Splitu (v5)	Radni status (v6)
v8	0,858	0,021	0,532	0,016	0,000	0,021

v9	0,599	0,374	0,416	1,000	0,068	0,256
v10	0,865	0,445	0,495	0,108	0,052	0,703
v11	0,723	0,940	0,087	0,298	0,010	0,849

Kao što se može vidjeti u prvom stupcu tablice 10, varijabla spol (v1) pri graničnoj razini signifikantnosti od 5% ne utječe statistički značajno ni na jednu varijablu. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, također ne djeluje statistički značajno ni na jednu varijablu, tako da se zaključuje kako *varijabla spol (v1) ne djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

U drugom stupcu tablice 10 se analizira utjecaj varijable dob (v2) na povezanost ispitanika sa mjestom. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla dob statistički značajno utječe na varijablu „u Splitu se osjećam kao kod kuće“ (v8), dok na druge ne djeluje statistički značajno. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, opet djeluje statistički značajno samo na v8, a na druge ne. Svakako varijabla dob (v2) statistički značajno djeluje na jednu od četiri varijable povezanosti ispitanika sa mjestom, a to je manje od pola. Zbog toga se zaključuje kako *varijabla dob (v2) ne djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

U trećem stupcu tablice 10 se analizira utjecaj varijable obrazovanje (v3) na povezanost ispitanika sa mjestom. Varijabla obrazovanje (v3) pri graničnoj razini signifikantnosti od 5% ne utječe statistički značajno ni na jednu varijablu. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, obrazovanje također ne djeluje statistički značajno ni na jednu varijablu, tako da se zaključuje kako *varijabla obrazovanje (v3) ne djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

U četvrtom stupcu tablice 10 se analizira utjecaj varijable duljina življenja u Splitu (v4) na povezanost ispitanika sa mjestom. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla duljina življenja u Splitu statistički značajno utječe na varijablu „u Splitu se osjećam kao kod kuće“ (v8), dok na druge ne djeluje statistički značajno. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, opet djeluje statistički značajno samo na v8, a na druge ne. Svakako varijabla duljina življenja u Splitu (v4) statistički značajno djeluje na jednu od četiri varijable povezanosti ispitanika sa mjestom, a to je manje od pola. Zbog toga se zaključuje kako *varijabla*



*duljina življenja u Splitu (v4) ne djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

U petom stupcu tablice 10 se analizira utjecaj varijable „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ (v5) na povezanost ispitanika sa mjestom. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ statistički značajno utječe na varijable „u Splitu se osjećam kao kod kuće“ (v8) i „zadovoljan/na sam Splitom kao zajednicom“ (v11) dok na druge ne djeluje statistički značajno. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, varijabla „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ statistički značajno djeluje na sve četiri varijable. Iz činjenice što pri razini signifikantnosti od 10% statistički značajno djeluje na sve četiri varijable, zaključuje se kako *varijabla „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ (v5) djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

U posljednjem stupcu tablice 10 se analizira utjecaj varijable radni status (v6) na povezanost ispitanika sa mjestom. Pri graničnoj razini signifikantnosti od 5%, varijabla radni status statistički značajno utječe na varijablu „u Splitu se osjećam kao kod kuće“ (v8), dok na druge ne djeluje statistički značajno. Ukoliko se granična razina signifikantnosti podigne na 10%, opet djeluje statistički značajno samo na v8, a na druge ne. Svakako varijabla radni status (v6) statistički značajno djeluje na jednu od četiri varijable povezanosti ispitanika sa mjestom, a to je manje od pola. Zbog toga se zaključuje kako *varijabla radni status (v6) ne djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.*

Kao što se može vidjeti iz tablice 10 i rezultata koji se u njoj nalaze, analiziran je utjecaj svakog od socio-demografskih obilježja na svaku varijablu koja ispituje povezanost ispitanika sa mjestom. Od ukupno šest varijabli socio-demografskih obilježja, samo jedna utječe statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom. Dakle, varijabla koja statistički značajno djeluje na povezanost ispitanika sa mjestom je „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ (v5), dok ostalih pet socio-demografskih varijabli ne djeluje statistički značajno. Prema rezultatima iz anketnog upitnika, općenito ljudi koji su rođeni u Splitu pokazuju mnogo veću razinu povezanosti sa gradom, nego što je to slučaj kod onih koji nisu rođeni u gradu Splitu a što je u skladu s pretpostavkom Social Exchange Theory. Što se tiče četvrte hipoteze, uzevši u obzir da samo jedna od šest varijabli statistički značajno djeluje na povezanost ispitanika sa mjestom, odbacuje se početno postavljena hipoteza H4 koja govori da postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i povezanosti ispitanika sa mjestom.

**Zaključuje se kako ne postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i povezanosti ispitanika sa mjestom.**

Petom hipotezom se želi istražiti povjerenje koje građani iskazuju u turističke potporne institucije. Unutar pete hipoteze nema potrebe za izradom statističkih testova kao u prve četiri hipoteze, iz razloga što se ne istražuje utjecaj i međuovisnost dvije ili više različitih varijabla. Unutar ove hipoteze, cilj je jednostavno istražiti imaju li ispitanici građani povjerenja u turističke potporne institucije, ili ne. Rezultati će se prikazati standardnim frekvencijskim tablicama, kako bi se moglo vidjeti koji odgovor su ispitanici najviše birali za svaku pojedinu turističku potpornu instituciju. Također, bit će izračunata aritmetička sredina potpore za svaku turističku potpornu instituciju, te će se na taj način moći vidjeti koji je prosječan odgovor, te koja institucija ima najveće povjerenje među građanima, a koja najmanje. Konačno, bit će formiran kumulativni niz „manje od“ kako bi se vidjelo gdje je veći udio ispitanika, odnosno koje odgovori dominiraju.

Varijable koje se analiziraju ispituju povjerenje koje građani iskazuju u turističke potporne institucije, a to su redom:

- Ministarstvo turizma (v35)
- Ministarstvo zaštite okoliša i prirode (v36)
- Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja (v37)
- Županijska vlast (v38)
- Gradska vlast (v39)
- Županijska turistička zajednica (v40)
- Turistička zajednica grada Splita (v41)

**Tablica 11. Izrada autora u programu SPSS**

		Ministarstvo turizma	Ministarstvo o zaštite okoliša i prirode	Ministarstvo o graditeljstvu i prostornog uređenja	Županijska vlast	Gradska vlast	Županijska turistička zajednica	Turistička zajednica grada Splita
N	Valid	183	183	183	183	183	183	183
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,96	2,67	2,44	2,33	2,35	2,71	2,86

**Tablica 12. Izrada autora u programu SPSS**

Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: **Ministarstvo turizma**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nemam povjerenje	18	9,8	9,8	9,8
	Nisko povjerenje	40	21,9	21,9	31,7
	Niti imam niti nemam povjerenje	62	33,9	33,9	65,6
	Srednje povjerenje	57	31,1	31,1	96,7
	Visoko povjerenje	6	3,3	3,3	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Što se tiče Ministarstva turizma, dobiveni odgovori su vrlo izmiješani. Kao što se može vidjeti iz tablice 12, odgovor koji je najviše biran je neutralni „niti imam niti nemam povjerenje“ što jasno pokazuje da ispitanici nisu sigurni što odgovoriti i nisu dovoljno upoznati s kompetencijama i radom ministarstva turizma. Također, preko kumulativnog niza u posljednjem stupcu tablice, može se zaključiti kako 65,6% ispitanika je neodlučno ili nema povjerenje prema Ministarstvu turizma, a ostalih 34,4% ispitanika ima srednje ili visoko

povjerenje. Odgovori mogu ići od 1 do 5, tako je sredina distribucije ocjena 3. Ukoliko je prosječna ocjena preko 3, to znači da građani pretežito imaju povjerenje u tu instituciju. Suprotno, ako je prosječna ocjena ispod 3, to znači da građani pretežito nemaju povjerenje u tu instituciju. Za ministarstvo turizma, prosječna ocjena iznosi 2,96. To se nalazi jako blizu sredine distribucije, ali još uvijek je ispod granice. Iz svega navedenog, može se zaključiti kako *ispitanici pretežito nemaju povjerenje u Ministarstvo turizma.*

**Tablica 13. Izrada autora u programu SPSS**

Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: **Ministarstvo zaštite okoliša i prirode**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nemam povjerenje	33	18,0	18,0	18,0
Nisko povjerenje	43	23,5	23,5	41,5
Niti imam niti nemam povjerenje	61	33,3	33,3	74,9
Srednje povjerenje	43	23,5	23,5	98,4
Visoko povjerenje	3	1,6	1,6	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Kao što se može vidjeti iz tablice 13, ponovno je najviše biran neutralan odgovor „niti imam niti nemam povjerenje“, te se iz toga da iščitati da ispitanici nisu do kraja upoznati sa radom Ministarstva zaštite okoliša i prirode, odnosno indiferentni su na njihov utjecaj. Također, preko kumulativnog niza u posljednjem stupcu tablice, može se zaključiti kako je 74,9% ispitanika neodlučno ili nema povjerenje prema Ministarstvu zaštite okoliša i prirode, a ostalih 25,1% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Za Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,67. Ta ocjena se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u Ministarstvo zaštite okoliša i prirode.*

**Tablica 14. Izrada autora u programu SPSS**

Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: **Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nemam povjerenje	49	26,8	26,8	26,8
Nisko povjerenje	39	21,3	21,3	48,1

Niti imam niti nemam povjerenje	65	35,5	35,5	83,6
Srednje povjerenje	26	14,2	14,2	97,8
Visoko povjerenje	4	2,2	2,2	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Kao i kod prethodne dvije institucije, Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja ima vrlo slične rezultate. Ponovno je najzastupljeniji odgovor „niti imam niti nemam povjerenje“, te je do sada već moguće uočiti trend indiferentnosti i nedovoljnog znanja ispitanika prema raznim turističkim potpornim institucijama. Preko kumulativnog niza u posljednjem stupcu tablice, može se zaključiti kako je 83,6% ispitanika neodlučno ili nema povjerenje prema Ministarstvu graditeljstva i prostornog uređenja, a ostalih 16,4% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Za Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja, prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,44. Ta ocjena se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja*.

**Tablica 15. Izrada autora u programu SPSS**

**Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: Županijska vlast**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nemam povjerenje	57	31,1	31,1	31,1
	Nisko povjerenje	40	21,9	21,9	53,0
	Niti imam niti nemam povjerenje	59	32,2	32,2	85,2
	Srednje povjerenje	22	12,0	12,0	97,3
	Visoko povjerenje	5	2,7	2,7	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Odgovor koji su ispitanici najviše birali kada su pitani za povjerenje prema županijskoj vlasti je „niti imam niti nemam povjerenje“. Ipak, iz tablice 15 se može vidjeti kako je idući najzastupljeniji odgovor „Nemam povjerenje“ koji ima samo dva glasa manje od prvog. Županijska vlast je od svih institucija dobila najveći broj najlošijih odgovora, odnosno 1 „nemam povjerenje“. Također, među svim institucijama koje su analizirane u ovom radu, županijska vlast ima najgoru prosječnu ocjenu, te su ispitanici iskazali najmanje povjerenje prema županijskoj vlasti. 85,2% ispitanika je neodlučno ili nema povjerenje prema županijskoj vlasti, a ostalih 14,8% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Za županijsku vlast,

prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,33. Ta ocjena se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u županijsku vlast*.

**Tablica 16. Izrada autora u programu SPSS**

Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: Gradska vlast

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nemam povjerenje	47	25,7	25,7	25,7
	Nisko povjerenje	55	30,1	30,1	55,7
	Niti imam niti nemam povjerenje	54	29,5	29,5	85,2
	Srednje povjerenje	24	13,1	13,1	98,4
	Visoko povjerenje	3	1,6	1,6	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Kod razine povjerenja gradskoj vlasti, najviše biran odgovor je „nisko povjerenje“, dok samo jedan glas manje ima „niti imam niti nemam povjerenje“. Kao i kod županijske vlasti, kumulativni nizovi su jednaki. 85,2% ispitanika je neodlučno ili nema povjerenje prema županijskoj vlasti, a ostalih 14,8% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Gradska vlast je prema ocjenama samo za nijansu bolja od županijske vlasti. Za gradsku vlast, prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,35. Ta ocjena se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u gradsku vlast*.

**Tablica 17. Izrada autora u programu SPSS**

Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: Županijska turistička zajednica

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nemam povjerenje	35	19,1	19,1	19,1
	Nisko povjerenje	37	20,2	20,2	39,3
	Niti imam niti nemam povjerenje	63	34,4	34,4	73,8
	Srednje povjerenje	42	23,0	23,0	96,7
	Visoko povjerenje	6	3,3	3,3	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Odgovor koji su ispitanici najviše birali kada su pitani za povjerenje prema županijskoj turističkoj zajednici je „niti imam niti nemam povjerenje. Iz posljednjeg stupca tablice 17, vidi se da je 73,8% ispitanika neodlučno ili nema povjerenje prema županijskoj vlasti, a ostalih 26,2% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Za županijsku turističku zajednicu, prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,71. Ta ocjena se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u županijsku turističku zajednicu.*

**Tablica 18. Izrada autora u programu SPSS**

**Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: Turistička zajednica grada Splita**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nemam povjerenje	29	15,8	15,8	15,8
Nisko povjerenje	34	18,6	18,6	34,4
Niti imam niti nemam povjerenje	64	35,0	35,0	69,4
Srednje povjerenje	45	24,6	24,6	94,0
Visoko povjerenje	11	6,0	6,0	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Odgovor koji su ispitanici najviše birali kada su pitani za povjerenje prema turističkoj zajednici grada Splita je ponovno „niti imam niti nemam povjerenje. Iz posljednjeg stupca tablice 18, vidi se da je 69,4% ispitanika neodlučno ili nema povjerenje prema županijskoj vlasti, a ostalih 30,6% ispitanika ima srednje ili visoko povjerenje. Za turističku zajednicu grada Splita, prosječna ocjena povjerenja iznosi 2,86 i može se uočiti kako građani iskazuju veće povjerenje prema turističkoj zajednici grada Splita nego županije. Svakako, ocjena povjerenja prema turističkog zajednici grada Splita se nalazi ispod sredine distribucije, tako da se može zaključiti kako *ispitanici nemaju povjerenje u turističku zajednicu grada Splita.*

**Tablica 19. Izrada autora prema dobivenim podacima u programu SPSS**

Turistička potporna institucija	Prosječna ocjena
Ministarstvo turizma	2,96
Ministarstvo zaštite okoliša i prirode	2,67
Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja	2,44
Županijska vlast	2,33
Gradska vlast	2,35
Županijska turistička zajednica	2,71
Turistička zajednica grada Splita	2,86
<b>UKUPNO</b>	2,62

U tablici 19 se mogu vidjeti svi rezultati povjerenje prema turističkim potpornim institucijama, te prosječna ocjena za sve institucije zajedno. Između sedam analiziranih institucija, Ministarstvo turizma je imalo najbolju ocjenu 2,96 i može se zaključiti kako među analiziranim institucijama, građani pokazuju najveće povjerenje upravo Ministarstvu turizma. Turistička zajednica grada Splita se nalazi odmah iza Ministarstva turizma s prosječnom ocjenom povjerenja 2,86.

S druge strane, županijska vlast ima najgoru prosječnu ocjenu 2,33 i može se zaključiti kako među analiziranim institucijama, građani pokazuju najmanje povjerenje županijskoj vlasti. Gradska vlast se nalazi odmah iza županijske vlasti sa prosječnom ocjenom povjerenja 2,35. Ukupna prosječna ocjena povjerenja koju građani iskazuju za sve turističke potporne institucije zajedno iznosi 2,62.

Iz svega navedenoga i iz ukupne prosječne ocjene, može se zaključiti kako građani nemaju povjerenja u turističke potporne institucije. Ni jedna institucija zasebno nema zadovoljavajuću prosječnu ocjenu (3 i više), te sve zajedno institucije imaju prosječnu ocjenu manju od 3 (sredina distribucije). Iz svega navedenog, zaključuje se kako se prihvaća početna H5 hipoteza, te se zaključuje kako **lokalna zajednica pretežito ne iskazuje povjerenje u turističke potporne institucije.**

Šestom hipotezom se želi istražiti smatra li lokalna zajednica da ima stvarnu moć u procesu donošenja odluka u turizmu. Kao i kod pete hipoteze, neće se provoditi statistički testovi jer



nema nikakvog međudjelovanja, već će se ponovno pomoću tablica frekvencija i aritmetičke sredine utvrditi mišljenje lokalne zajednice. Primarno, dvije varijable koje će se u šestoj hipotezi istražiti i koje će dati odgovor su „Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu“ (v33) i „Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu“ (v34). Uz njih, analizirat će se i varijable v42 – v47, jer tih šest varijabli upotpunjava ovu hipotezu, te će dati odgovore koji će pomoći u razumijevanju cijele problematike. Redom, varijable koje će se još analizirati su:

- Da li ste bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu? (v42)
- Da li ste do sada na bilo kakav način bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj? (v43)
- U kojoj su mjeri, po Vašem saznanju, informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu javno dostupne? (v44)
- Po Vašem mišljenju, u kojoj mjeri informacije o ključnim odlukama vezanima za turistički razvoj u gradu Splitu trebaju biti javno dostupne? (v45)
- Tko, po Vašem mišljenju, donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu? (v46)
- Ukoliko smatrate da se odluke o razvoju turizma u Splitu donose izvan lokalne zajednice, tko je po Vama najznačajniji u tom procesu? (v47)

**Tablica 20. Izrada autora u programu SPSS**

Statistics			
		Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu
N	Valid	183	183
	Missing	0	0
Mean		2,44	2,45

**Tablica 21. Izrada autora u programu SPSS**

**Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	U potpunosti se ne slažem	36	19,7	19,7	19,7
	Ne slažem se	63	34,4	34,4	54,1
	Niti se slažem niti ne slažem	57	31,1	31,1	85,2
	Slažem se	22	12,0	12,0	97,3
	U potpunosti se slažem	5	2,7	2,7	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Kao što se može vidjeti iz tablice 21, na izjavu „Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu“ (v33), najzastupljeniji je odgovor „Ne slažem se“, a zatim slijede „Niti se slažem niti ne slažem“ i „U potpunosti se ne slažem“. Iz posljednjeg stupca tablice 21 se može vidjeti kako 85,2% ispitanika je neodlučno ili misli da građani Splita nemaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu, a 14,8% smatra da građani imaju kontrolu. Prosječna ocjena za ovo pitanje iznosi 2,44 a to se nalazi ispod sredine distribucije. Zbog svega navedenog, zaključuje se da *ispitanici vjeruju da građani grada Splita nemaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu.*

**Tablica 22. Izrada autora u programu SPSS**

**Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	U potpunosti se ne slažem	44	24,0	24,0	24,0
	Ne slažem se	60	32,8	32,8	56,8
	Niti se slažem niti ne slažem	39	21,3	21,3	78,1
	Slažem se	32	17,5	17,5	95,6
	U potpunosti se slažem	8	4,4	4,4	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Na izjavu „Vjerujem kako osobno imam mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu“ (v34), rezultati i zaključak su slični kao i kod prethodne varijable. Iz tablice 22 se može vidjeti kako je najzastupljeniji odgovor „Ne slažem se“, a zatim slijede „U potpunosti se ne slažem“ i „Niti se slažem niti ne slažem“. Također, može se vidjeti kako 78,1% ispitanika je neodlučno

ili vjeruje da osobno nemaju mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu, a 21,9% vjeruje da imaju mogućnost utjecaja. Prosječna ocjena za ovo pitanje iznosi 2,45 a to se nalazi ispod sredine distribucije. Zbog svega navedenog, zaključuje se da *ispitanici vjeruju kako osobno nemaju mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu.*

U nastavku će kratko biti objašnjeni rezultati analiza za varijable v42 – v47.

**Tablica 23. Izrada autora u programu SPSS**

**Da li ste bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ne, niti sam razmišljao/la o tome	104	56,8	56,8	56,8
Ne, iako sam razmišljao/la o tome	61	33,3	33,3	90,2
Da, nekoliko puta	17	9,3	9,3	99,5
Da, često	1	,5	,5	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Iz tablice 23 se može zaključiti kako velika većina ispitanika, njih čak 90,2% nikada nije bila uključena u ikakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu, dok je njih samo 9,8% bilo uključeno. Najčešće korišten odgovor je bio „Ne, niti sam razmišljao/la o tome“.

**Tablica 24. Izrada autora u programu SPSS**

**Da li ste do sada na bilo kakav način bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ne	149	81,4	81,4	81,4
Da, nekoliko puta	18	9,8	9,8	91,3
Da, često	1	,5	,5	91,8
Ne znam	15	8,2	8,2	100,0
Total	183	100,0	100,0	

Iz tablice 24 se može zaključiti kako velika većina ispitanika, njih 81,4% nikada nije bila pitana za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj, dok

je njih samo 10,4% bilo uključeno, a 8,2% ispitanika se izjasnilo da ne znaju. Najčešće korišten odgovor je bio „Ne“

**Tablica 25. Izrada autora u programu SPSS**

**U kojoj su mjeri, po Vašem saznanju, informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu javno dostupne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nikada	14	7,7	7,7	7,7
	Rijetko	51	27,9	27,9	35,5
	Ponekad	73	39,9	39,9	75,4
	Često	15	8,2	8,2	83,6
	Uvijek	5	2,7	2,7	86,3
	Ne znam	25	13,7	13,7	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Iz tablice 25 se može zaključiti kako većina ispitanika, njih 75,4% smatra kako su informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj javno dostupne ponekad, rijetko ili nikada. Njih 10,9% se izjasnilo da je to slučaj često ili uvijek, a njih 13,7% se izjasnilo da ne znaju. Najčešće korišten odgovor je bio „Ponekad“, a zatim slijede „Rijetko“ i „Ne znam“.

**Tablica 26. Izrada autora u programu SPSS**

**Po Vašem mišljenju, u kojoj mjeri informacije o ključnim odlukama vezanima za turistički razvoj u gradu Splitu trebaju biti javno dostupne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nikada	2	1,1	1,1	1,1
	Rijetko	3	1,6	1,6	2,7
	Ponekad	9	4,9	4,9	7,7
	Često	47	25,7	25,7	33,3
	Uvijek	119	65,0	65,0	98,4
	Ne znam	3	1,6	1,6	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Između tablice 25 i 26 vidimo veliku razliku koja mnogo toga govori. Dakle u tablici 25 su građani izjasnili koje je trenutno stanje, a u tablici 26 su se izjasnili kakvo bi stanje trebalo biti.

Čak 90,7% ispitanika smatra da bi informacije o ključnim odlukama vezanima za turistički razvoj u gradu Splitu trebale biti javno dostupne često i uvijek. Njih samo 7,7% smatra da bi to trebalo biti nikada, rijetko ili ponekad, dok njih 1,6% ne zna. Najčešće korišten odgovor je bio „Uvijek“, a zatim slijedi „Često“. Jasno je da postoji prevelika razlika između trenutnog stanja i poželjnog stanja za građane grada Splita.

**Tablica 27. Izrada autora u programu SPSS**

**Tko, po Vašem mišljenju, donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cijela lokalna zajednica	9	4,9	4,9	4,9
	Grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici	100	54,6	54,6	59,6
	Akteri izvan same lokalne zajednice	50	27,3	27,3	86,9
	Ne znam	24	13,1	13,1	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

U tablici 27 se može vidjeti da samo 4,9% ispitanika smatra da cijela lokalna zajednica donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu, što je poražavajuć podatak. Njih 54,6% smatra da odluke donosi grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici, dok njih 27,3% da odluke donose akteri izvan same lokalne zajednice. Njih 13,1% se izjasnilo da ne zna.

**Tablica 28. Izrada autora u programu SPSS**

**Ukoliko smatrate da se odluke o razvoju turizma u Splitu donose izvan lokalne zajednice, tko je po Vama najznačajniji u tom procesu:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Država (Vlada RH)	31	16,9	16,9	16,9
	Uprava Splitsko-dalmatinske županije	27	14,8	14,8	31,7
	Gradska uprava	34	18,6	18,6	50,3
	Poduzetničke interesne skupine	41	22,4	22,4	72,7
	Pojedini moćni poduzetnici	44	24,0	24,0	96,7
	Ostalo	6	3,3	3,3	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

U tablici 28 se može vidjeti da je mišljenje lokalne zajednice poprilično šaroliko o tome tko je najznačajniji u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u Splitu. Njih 16,9% smatra da to radi Vlada Republike Hrvatske, njih 14,8% misli da je za to zaslužna uprava Splitsko-dalmatinske županije, dok njih 18,6% vjeruje da je za to zaslužna gradska uprava. Nadalje, 22,4% ih smatra da su glavne poduzetničke interesne skupine, dok njih 24% smatra kako glavnu riječ vode pojedini moćni poduzetnici. Njih 3,3% se izjasnilo da nisu sigurni tko donosi odluke. Iz ovih rezultata se lako da zaključiti da lokalna zajednica smatra da svi imaju utjecaja, te da puno aktera donosi odluke. Jedino tko je izostavljen iz cijelog procesa je lokalna zajednica, iako bi ona trebala biti jednako uključena kao i drugi akteri, ako ne i više.

Iz svih provedenih analiza i rezultata proizašlih iz njih, sa sigurnošću se može reći kako lokalna zajednica smatra da nema stvarnu moć u procesu donošenja odluka u turizmu. Dvije glavne varijable imaju prosjek ispod 3, što potvrđuje doneseni zaključak. Također, iz ostalih analiziranih varijabli se može vidjeti kako velika većina građana nije pitana za mišljenje i nije sudjelovala u procesu donošenja odluka, te smatra da odluke donose razni drugi akteri. Zbog toga, početno postavljena **H6 hipoteza se može potvrditi** i zaključuje se kako **lokalna zajednica smatra da nema stvarnu moć u procesu donošenja odluka u turizmu.**

Posljednjom hipotezom u ovom radu se želi istražiti postoji li statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma. Ključna varijabla u ovoj hipotezi je varijabla v48 koja glasi „Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?“ Ova varijabla direktno istražuje voljnost građana za sudjelovanje. Osim nje, analizirat će se i varijabla v49 kako bi se otkrilo koje metode građani najviše preferiraju za njihovu participaciju u procesu donošenja odluka u turizmu.

Što se tiče statističkih testova koji će se provoditi, važno je za napomenuti da je varijabla v48 nominalna varijabla, te nije u obliku Likertove ljestvice i rangova. Ima samo dva modaliteta (da i ne). Varijable s kojima će se varijabla v48 analizirati su socio-demografske varijable koje su korištene i u prethodnim hipotezama. Te varijable su redom od v1 do v6 i sve su nominalne. Kada se analizira međuovisnost dvije nominalne varijable, najprikladniji test je hi-kvadrat test. Granična razina signifikantnosti iznosi 5%.

**Tablica 29. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Vaš spol	muško	47	24	71
	žensko	84	28	112
Total		131	52	183

**Tablica 30. Izrada autora u programu SPSS**

Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	1,655 <sup>a</sup>	1	,198		
Continuity Correction <sup>b</sup>	1,251	1	,263		
Likelihood Ratio	1,638	1	,201		
Fisher's Exact Test				,239	,132
Linear-by-Linear Association	1,646	1	,199		
N of Valid Cases	183				

Iz tablica 29 i 30 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 1,655, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 13,2%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je manje od empirijske. Čak i da se granična signifikantnost poveća na 10%, svakako bi bila manja od empirijske razine. Iz navedenog, može se zaključiti kako *ne postoji statistički značajna ovisnost između spola i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.*

**Tablica 31. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Vaša dob	18-25	59	22	81
	26-35	37	11	48
	36-45	13	8	21

46-55	9	5	14
56-65	12	5	17
65+	1	1	2
Total	131	52	183

**Tablica 32. Izrada autora u programu SPSS**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,577 <sup>a</sup>	5	,765
Likelihood Ratio	2,493	5	,778
Linear-by-Linear Association	,774	1	,379
N of Valid Cases	183		

Iz tablica 31 i 32 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 2,577, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 76,5%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je manje od empirijske. Čak i da se granična signifikantnost poveća na 10%, svakako bi bila manja od empirijske razine. Iz navedenog, može se zaključiti kako *ne postoji statistički značajna ovisnost između dobi i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.*

**Tablica 33. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Vaše završeno obrazovanje	Osnovna škola	0	1	1
	Srednja škola	39	25	64
	Viša i visoka stručna sprema / stručni i sveučilišni preddiplomski i diplomski studij	83	25	108
	Magisterij znanosti/doktorat	9	1	10
Total		131	52	183



**Tablica 34. Izrada autora u programu SPSS**

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,226 <sup>a</sup>	3	,026
Likelihood Ratio	9,435	3	,024
Linear-by-Linear Association	8,174	1	,004
N of Valid Cases	183		

Iz tablica 33 i 34 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 9,226, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 2,6%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je veće od empirijske. Iz navedenog, može se zaključiti kako *postoji statistički značajna ovisnost između završenog obrazovanja ispitanika i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma*. Što su ljudi educiraniji, izražavaju veću želju za aktivnim sudjelovanjem u procesu razvoja turizma.

**Tablica 35. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Koliko godina živite u gradu Splitu?	1-5 godina	6	2	8
	6-10 godina	7	2	9
	11-15 godina	6	2	8
	16-20 godina	13	3	16
	preko 20 godina	99	43	142
Total		131	52	183

**Tablica 36. Izrada autora u programu SPSS**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,239 <sup>a</sup>	4	,872
Likelihood Ratio	1,311	4	,860
Linear-by-Linear Association	,545	1	,460
N of Valid Cases	183		

Iz tablica 35 i 36 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 1,239, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 87,2%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je manje od empirijske. Čak i da se granična signifikantnost poveća na 10%, svakako bi bila manja od empirijske razine. Iz navedenog, može se zaključiti kako *ne postoji statistički značajna ovisnost između duljine življenja ispitanika u gradu Splitu i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.*

**Tablica 37. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Jeste li rođeni u gradu Splitu	Da	102	46	148
	Ne	29	6	35
Total		131	52	183

**Tablica 38. Izrada autora u programu SPSS****Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,703 <sup>a</sup>	1	,100	,144	,072
Continuity Correction <sup>b</sup>	2,062	1	,151		
Likelihood Ratio	2,925	1	,087		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,689	1	,101		
N of Valid Cases	183				

Iz tablica 37 i 38 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 2,703, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 7,2%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je manje od empirijske. Međutim, ukoliko se granična signifikantnost poveća na 10%, tada je granična signifikantnost veća od empirijske. Iz navedenog, može se zaključiti kako *postoji djelomično statistički značajna ovisnost između činjenice jesu li ispitanici rođeni u gradu Splitu i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.*

**Tablica 39. Izrada autora u programu SPSS**

		Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?		Total
		Da	Ne	
Vaš radni status je:	Student/ica	54	12	66
	Zaposlen/a	59	30	89
	Nezaposlen/a	11	8	19
	Umirovljenik/ica	7	2	9
Total		131	52	183

**Tablica 40. Izrada autora u programu SPSS**

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	6,544 <sup>a</sup>	3	,088
Likelihood Ratio	6,700	3	,082
Linear-by-Linear Association	2,852	1	,091
N of Valid Cases	183		

Iz tablica 39 i 40 se može vidjeti kako empirijska vrijednost hi-kvadrat testa iznosi 6,544, dok empirijska razina signifikantnosti iznosi 8,8%. Zadana granična signifikantnost iznosi 5%, što je manje od empirijske. Međutim, ukoliko se granična signifikantnost poveća na 10%, tada je granična signifikantnost veća od empirijske. Iz navedenog, može se zaključiti kako *postoji djelomično statistički značajna ovisnost između radnog statusa i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.*

Iz svega navedenog, zaključuje se kako varijabla završeno obrazovanje ispitanika statistički značajno djeluje na voljnost za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma. Varijable radni status i činjenica jesu li ispitanici rođeni u gradu Splitu djeluju djelomično statistički značajno na voljnost za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma. Varijable spol, dob i duljina života u Splitu ne djeluju statistički značajno za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma. Dakle, od šest socio-demografskih varijabli, tri djeluju statistički značajno ili djelomično statistički značajno, dok preostale tri ne djeluju statistički značajno. Zbog toga, prvotno postavljena H7 hipoteza se može djelomično prihvatiti, te se zaključuje kako **postoji djelomično statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma**

U nastavku će u tablici biti prikazana analiza varijable v49 „Koji način sudjelovanja lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma Vi osobno smatrate optimalnim?“ kako bi se saznalo koje metode participacije građani preferiraju.

**Tablica 41. Izrada autora u programu SPSS**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Putem gradskog referenduma	27	14,8	14,8	14,8
	Putem izabranih predstavnika iz redova lokalne zajednice koji sudjeluju u radu upravljačkih tijela	35	19,1	19,1	33,9
	Putem povremenih neformalnih tribina i radionica na kojim zainteresirani građani iznose svoje stavove i prijedloge	46	25,1	25,1	59,0
	Putem on-line platformi na gradskim službenim mrežnim stranicama na kojima građani ostavljaju vlastite prijedloge	73	39,9	39,9	98,9
	Ostalo	2	1,1	1,1	100,0
	Total	183	100,0	100,0	

Iz tablice 41 se može vidjeti kako 14,8% ispitanika preferira gradski referendum, 19,1% ispitanika smatra da lokalna zajednica treba imati izabrane predstavnike koji će sudjelovati u radu upravljačkih tijela, 25,1% ispitanika preferira neformalne tribine i radionice, dok 39,9% ispitanika bi željelo imati on-line platforme gdje mogu ostavljati vlastite prijedloge. Njih 1,1% su rekli da ne znaju. Iz navedenih rezultata se može vidjeti kako najviše ispitanika želi imati

online platformu gdje mogu ostaviti vlastite prijedloge, ali isto tako su ispitanici dosta birali i druge oblike participacije. Iz ovoga se može zaključiti kako je lokalna zajednica spremna na participaciju, a može ju se uključiti na razne načine. Jedino što preostaje je da lokalne vlasti uspostave službene kanale participacije lokalne zajednice i uključe građane u proces donošenja odluka o upravljanju razvojem turizma u gradu Splitu.

#### **4.5. Nedostatci istraživanja**

Primarno, glavni nedostatak ovog istraživanja je što je relativno malen uzorak u odnosu na cijelu populaciju koja se istražuje. Prema posljednjem službenom izračunu iz 2011. godine<sup>79</sup>, grad Split ima 178.102 stanovnika, dok su za potrebe ovog istraživanja prikupljene 183 ankete. To je otprilike 0,1% cjelokupne populacije grada Splita. Kako bi se sa sigurnošću mogle prihvatiti hipoteze, trebalo bi napraviti puno veće istraživanje gdje će se ispitati mnogo više stanovnika grada Splita. Prilikom izrade ovog diplomskog rada to je bilo nemoguće izvesti zbog ograničenja s vremenom i nepostojanja novčanih sredstava za takvo istraživanje.

Nadalje, postavlja se pitanje je li uzorak koji se koristio u ovom anketnom upitniku reprezentativan. Anketni upitnik je riješilo znatno više žena nego muškaraca (112-71), što predstavlja omjer od 61,2% - 38,8%. Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, od 178.102 stanovnika grada Splita, 93.625 je žena, a 84.477 muškaraca. To predstavlja omjer 52,6% - 47,4% u korist žena. Iz ovoga se da zaključiti kako je u anketnom upitniku mnogo veći postotak žena nego što je to stvarno u gradu Splitu. Također anketni upitnik su mnogo više rješavale osobe mlađe životne dobi nego starije. Općenito su mlađe osobe mnogo više informatički pismene od starijih osoba, a ova anketa se isključivo rješavala u online obliku. Zbog toga, razumljivo je zašto je mlađa populacija više zastupljena od starije. Svakako, za reprezentativnije istraživanje, starije stanovništvo grada Splita bi trebalo biti zastupljeno u onom omjeru u kojem ih ima u populaciji grada Splita, a to je znatan udio. Anketni upitnik su ispunile 33 osobe starije od 45 godina, a to predstavlja udio od 18,03%. U stvarnoj populaciji grada Splita, osoba starijih od 45 godina ima 81.419, a to predstavlja udio od 45,71%, te je moguće vidjeti veliku razliku udjela starijeg stanovništva u ovom anketnom upitniku i u stvarnoj populaciji grada Splita.

---

<sup>79</sup> Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2013.) Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. – stanovništvo prema spolu i starosti, *Statistička izvješća*

## 5. ZAKLJUČAK, RAZMATRANJA I PREPORUKE

Istraživanja i zaključci provedeni u ovom diplomskom radu su dali uvid u trenutno stanje u lokalnoj zajednici, u stupanj uključenosti građana u proces odlučivanja o razvoju turizma, njihovo mišljenje o donositeljima odluka o razvoju turizma, o učincima turizma, o radu potpornih institucija te načinu participacije.

Da se zaključiti kako lokalna zajednica većinom ima pozitivno mišljenje o učincima turizma, smatra da je turizam najvažnija gospodarska „djelatnost“ u gradu i da bi se turizam trebao razvijati i dalje. To potvrđuje i testiranje temeljem kojeg je zaključeno da ne postoji statistički značajna povezanost između razine potpore turizma i socio-demografskih obilježja ispitanika.

Nadalje, zaključuje se kako postoji djelomično statistički značajna povezanost između duljine življenja u gradu Splitu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu. Osobe koje žive između 16 i 20 godina u gradu Splitu pokazuju najveću razinu potpore razvoju turizma.

Potom, otkriveno je kako postoji djelomično statistički značajna veza između osobne angažiranosti u turizmu i razine potpore razvoju turizma u gradu Splitu. Osobe koje sve svoje prihode ostvaruju kroz neki oblik turističke djelatnosti pokazuju najveću razinu potpore razvoju turizma u gradu Splitu a što je sve u skladu s pretpostavkama SET-a (Social Exchange Theory).

Zatim, zaključeno je kako ne postoji statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i povezanosti ispitanika sa mjestom. Jedino varijabla „jesu li ispitanici rođeni u Splitu“ (v5) djeluje statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom. Zaključuje se kako osobe koje su rođene u gradu Splitu pokazuju veću razinu povezanosti od osoba koje nisu rođene u gradu Splitu. Ipak, sve ostale socio-demografske varijable ne djeluju statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom, tako da se zaključuje kako socio-demografske varijable u cjelini ne djeluju statistički značajno na povezanost ispitanika sa mjestom.

Također, može se zaključiti kako građani nemaju povjerenja u turističke potporne institucije. Svaka institucija zasebno ima zadovoljavajuću prosječnu ocjenu ispod 3 (sredina distribucije), te sve zajedno institucije imaju prosječnu ocjenu manju od 3. Jasno je vidjeti kako lokalna zajednica ne vjeruje ni jednoj od turističkih potpornih institucija, te se zaključuje kako lokalna zajednica ne iskazuje povjerenje u turističke potporne institucije.

Nadalje, kroz rezultate anketnog upitnika je otkriveno da ispitanici većinom vjeruju da građani grada Splita nemaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu. Također, ispitanici smatraju kako osobno nemaju mogućnost utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu.

Konačno, zaključuje se kako postoji djelomično statistički značajna veza između socio-demografskih obilježja stanovnika i voljnosti za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma.

Završeno obrazovanje ispitanika statistički značajno djeluje na voljnost za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma, dok činjenica jesu li ispitanici rođeni u gradu Splitu i radni status djeluju djelomično statistički značajno na voljnost za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma. Općenito, ljudi sa višim stupnjem završenog obrazovanja pokazuju veću želju za sudjelovanjem u procesu razvoja turizma. Također, osobe koje nisu rođene u Splitu pokazuju veću želju za sudjelovanjem u procesu donošenja odluka u razvoju turizma u gradu Splitu u odnosu na osobe koje su rođene u gradu Splitu, a to je svakako malo neočekivano i kontradiktorno i možda ukazuje na poznatu dalmatinsku/splitsku pasivnost, koja voli „grintati“ odnosno prigovarati i ništa ne poduzimati. Ipak, mnoge građanske udruge pokazuju da i Split ima drugo, aktivističko lice. Konačno, studenti pokazuju najveću zainteresiranost za sudjelovanje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu, što je svakako pohvalno i obećavajuće jer bi oni, kao budući intelektualci trebali biti nositelji progresivnih ideja i promjena u društvu. Najmanju zainteresiranost za sudjelovanje u tom procesu iskazuju nezaposlene osobe.

Iz svega navedenog da se izvući nekoliko glavnih zaključaka. Općenito, lokalna zajednica u Splitu smatra turizam kvalitetnom pojavom, te smatra da bi se trebao razvijati i dalje jer donosi mnoge pozitivne učinke za cijeli grad i lokalnu zajednicu. Ipak, prepoznaje da turizam ima i neke negativne učinke kao što su narušavanje okoliša i pretjerana prometna zagušenost. Općenito se može zaključiti kako su građani Splita povezani sa mjestom i ne bi htjeli ići iz njega, pogotovo one osobe koje su tu i rođene. Lokalna zajednica iskazuje izrazito nisku razinu povjerenja prema turističkim potpornim institucijama, ni jednoj instituciji nije iskazano povjerenje, te sve institucije imaju ocjenu ispod 3. Kontradiktornost je što su ispitanici izjavili da su većinom zadovoljni učincima turizma, a s druge strane ocjenjuju lošim djelovanje potpornih institucija. Iz ovoga se da zaključiti kako smatraju da većina turističkih učinaka nastaje stihijski i neplanirano. Najviše od svega zabrinjava podatak što je velika većina ispitanika, njih preko 90%, izjavila da do sada nisu nikada bili uključeni u ikakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu. Ipak, preko 50%

svih ispitanika izjavilo je da nisu niti razmišljali o tome, što je ponovno kontradiktorno s velikim slaganjem lokalne zajednice da žele biti uključeni u proces donošenja odluka u turizmu. Za očekivati je da ako žele biti uključeni, ponekad razmisle o tome, ali to ovdje nije bio slučaj. Svakako, ostaje velik problem što velika većina građana nikad nije bila uključena u nikakav proces donošenja odluka u turizmu, a još veći problem što o tome ni ne razmišljaju. Također, preko 80% ispitanika je izjavilo da do sada nikada nisu bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj. Ovo je svakako zabrinjavajuć podatak koji jasno pokazuje kako lokalna zajednica u gradu Splitu nema utjecaja i ne sudjeluje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma.

Nadalje, velika većina ispitanika smatra da su informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu dostupne ponekad, rijetko ili nikada. S druge strane, velika većina ispitanika smatra da bi takve informacije trebale biti dostupne uvijek ili često. Tu se da vidjeti velika razlika između trenutnog stanja i željenog stanja, te je svakako važno da ključne informacije o razvoju turizma budu što češće dostupne.

Potom, lokalna zajednica grada Splita smatra kako građani ne donose odluke vezane za razvoj turizma u gradu, već to rade grupe pojedinaca u lokalnoj zajednici ili akteri izvan same zajednice. Kao aktere izvan zajednice koje donose odluke, lokalna zajednica većinom prepoznaje pojedine moćne poduzetnike, poduzetničke interesne skupine, upravu Splitsko-dalmatinske županije, gradsku upravu i Vladu Republike Hrvatske. Preko 70% ispitanika je izjavilo da bi bili voljni na bilo koji način kao građani grada Splita sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu. Metode koje smatraju najpogodnijima za to su on-line platforma na službenim stranicama grada Splita, povremene neformalne tribine i radionice gdje će moći izraziti svoje mišljenje i biranje predstavnika koji sudjeluju u radu upravljačkih tijela.

Iz svega prethodno navedenog, jasno se da zaključiti kako je stupanj participacije lokalnog stanovništva u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu vrlo nizak i nedovoljan. Većina građana nije sudjelovala u donošenju odluka, niti su ikad pitani, iako većinom iskazuju želju za to. Zaključuje se kako odluke o razvoju turizma donose razni drugi akteri, ali se lokalnu zajednicu malo toga pita. Kako bi se postigao optimalan i dugoročno održiv turistički razvoj u gradu Splitu, od presudne je važnosti da lokalna zajednica bude uključena u cijeli taj proces. Tek kada građani grada Splita budu ravnopravan akter kao i ostale interesne skupine, tek tada će se moći pričati o kvalitetnom razvoju turizma. Građani Splita imaju želju i volju za to, samo preostaje da ih lokalne vlasti uključe i da zajedno rade na razvoju turizma.



## LITERATURA

### Knjige:

1. Bartoluci, M. (2013.) Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, *Školska knjiga, Zagreb*
2. Buble, M., (2006.) Menadžment, *Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet*
3. Čavlek, N; Kesar, O; Prebežac, D; Bartoluci, M. (2011.) Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav, *Školska knjiga, Zagreb*
4. Edgell D.L.Sr., Allen M.D., Smith G., Swanson J.R., (2008.) *Tourism policy and planning – Yesterday, today and tomorrow*
5. Magaš, D., Vodeb, K., Zadel, Z. (2018.) Menadžment turističke organizacije i destinacije, *Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci*
6. Murphy, P. E. (1985). *Tourism - A Community Approach*
7. Petrić, L. (2007.) Osnove turizma, *Ekonomski fakultet Split*
8. Petrić, L. (2011.). Upravljanje turističkom destinacijom, *Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split*
9. Sikavica, P., Bahtijarević – Šiber, F., Pološki Vokić, N. (2008.) Temelji menadžmenta, *Sveučilište u Zagrebu, Školska knjiga*
10. Vidučić, V. (2007.) Pomorski turizam: prometne razvojne i ekološke dileme, *Pomorski fakultet Split*

## Članci:

1. Aguirre M. S., (2013.) An Integral Approach to an Economic Perspective: The Case of Measuring Impact, *Journal of Markets & Morality*, vol. 16. no. 1.
2. Arnstein, S. R. (1969) A Ladder Of Citizen Participation, *Journal of the American Planning Association*, vol. 35, no. 4
3. Ashley, C., Roe, D. (1998.) Enhancing community involvement in wildlife tourism: Issues and challenges, *IIED wildlife and development series*, vol. 11
4. Bahaire T., Elliott White, M. (1999.) Community participation in tourism planning and development in the historic City of York, England, *Current Issues in Tourism*, vol 2
5. Chirenje L. I., Giliba R. A. i Musamba E. B., (2013.) Local communities' participation in decision-making processes through planning and budgeting in African countries, *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, vol. 11, no. 1
6. Chok, S., Macbeth, J., Warren, C., (2007.) Tourism as a Tool for Poverty Alleviation: A Critical Analysis of 'Pro-Poor Tourism' and Implications for Sustainability, *Current Issues in Tourism*, vol. 10 (2-3)
7. Clark A. (2007.) Understanding community: a review of networks, ties and contacts, *University of Leeds - ESRC National Centre for Research Methods at the Universities of Manchester and Leeds*
8. Cole S., (2006.) Information and Empowerment: The Keys to Achieving Sustainable Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 14 (6)
9. Corcoran, R., Pennington, A. (2018.) How does community involvement in decision-making impact on wellbeing, *What works wellbeing*, technical report
10. Eraqi, M. I., (2007.) Local communities' attitudes towards impacts of tourism development in Egypt, *Tourism Analysis*, vol. 12
11. Koroneos, C. J., Rokos, D., (2012.) Sustainable and Integrated Development — A Critical Analysis, *Sustainability* , vol. 4. no. 1.
12. Makame M. K., Boon E.K. (2008.) Sustainable Tourism and Benefit-Sharing in Zanzibar: The Case of Kiwengwa-Pongwe Forest Reserve, *Journal of human ecology*, vol. 24 (2)
13. Manderson L., Valencia B.L., Thomas B., (1991.) Bringing the people in: Community participation and the control of tropical diseases, *UNDP/World Bank/WHO Special programme for research and training in tropical diseases*, vol. 1

14. McMillan, W. D., Chavis, D. (1986.) Sense of Community: A Definition and Theory, *Journal of Community Psychology*, vol. 14
15. Muganda M., Sirima A., Ezra P. M., (2013.) The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania, *Journal of Human Ecology*, vol. 41 (1)
16. Muganda M., Sirima A., Ezra P., M. (2017.) The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania, *Journal of Human Ecology*, vol 41, issue, 1
17. Petrić L., Mrnjavac Ž., (2003.) Tourism destination as a locally embedded system: Analogy between tourism destination and industrial district, , *Tourism, an international interdisciplinary journal*, vol. 51, no. 4
18. Petrić, L., Pivčević, S., (2016.) Community based tourism development – insights from Split, Croatia, *Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings*
19. Pongponrat K., (2011.) Participatory Management Process in Local Tourism Development: A Case Study on Fisherman Village on Samui Island, Thailand, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, vol. 16
20. Rudančić, A., (2018.) Značaj i uloga destinacijskog menadžmenta - Model upravljanja turističkom destinacijom Opatija, *Acta Economica Et Turistica*, vol. 4., no. 1
21. Slavov S. (2015.) Impacts of tourism on the local community, *Scientific Review of Physical Culture*, volume 5, issue 3
22. Sunlu U. (2003.) Environmental impacts of tourism, *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*, CIHEAM, Options Méditerranéennes n. 57
23. Tosun C. (1999.) Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, vol. 10. no. 2
24. Tosun, C., (2000.) Limits to community participation in the tourism development process in developing countries, *Tourism management*, vol. 21 (6)
25. Wijesundara, C.N.R., Wimalaratana, R. W. (2016.) Community participation in tourism benefits sharing schemes od Sri Lanka: A case study of Arugam Bay destination. *Proceedings of ISER 26th International Conference, Bangkok, Thailand*
26. Žukowska, J., (2017.) Integral human development, *Annals of Marketing Management & Economics*, vol. 3., no. 2.

## **Instituti i organizacije**

1. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2013.) Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. – stanovništvo prema spolu i starosti, *Statistička izvješća*
2. Pivčević, S., Dragnić, D., Mikulić, D., Najev Čačija, LJ., Petrić, L. (2018.), Strateški marketing plan razvoja turizma destinacije Split 2017-2022, *Ekonomski fakultet sveučilišta u Splitu*
3. UNWTO (2007.) A Practical Guide to Tourism Destination Management

## **Zakoni i pravilnici**

1. Zakon o prostornom uređenju, NN 153/13, 65/17, 114/18, 39/19, 98/19

## **Internet izvori:**

1. “Metode znanstvenih istraživanja”, internet nastavni materijali, predmet “Metodologija”, sveučilište u Zadru, dostupno na: [http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni\\_mat/1\\_godina/metodologija/metode\\_znanstvenih\\_istrazivanja.pdf](http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/1_godina/metodologija/metode_znanstvenih_istrazivanja.pdf) [15.08.2019.]
2. “Método comparativo”, internet nastavni materijali, sveučilište u Madridu, dostupno na: [http://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo\\_a.htm](http://webs.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/M/metodocomparativo_a.htm) [15.08.2019.]
3. Internet stranica Grada Splita (2015.) Plan upravljanja gradskom jezgrom, analiza stanja, dostupno na: <https://www.split.hr/ukljuci-se/plan-upravljanja-gradskom-jezgrom>
4. Internet stranica Society for International Development, dostupno na: <https://www.sid-israel.org/en/Development-Issues/What-is-Development>
5. Internet stranica Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, dostupno na: <https://www.dalmatia.hr/hr/statistike>
6. Janićijević, N., “Istraživanje putem anketiranja” internet nastavni materijali, predmet “Metode i tehnike naučnog istraživanja i analize”, sveučilište u Beogradu, dostupno na:

<http://www.ekof.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2014/05/Anketiranje-intervju-i-upitnik1.pdf> [15.08.2019.]

7. Petrić, L., Organizacijska struktura destinacije, online nastavni materijali, poglavlje 11 i 12, *Menadžment turističke destinacije*
8. Pikić, A., “Metodologija anketnog istraživanja” internet nastavni materijali, sveučilište u Zagrebu, dostupno na: [https://www.academia.edu/1194241/Metodologija\\_anketnog\\_istra%C5%A3ivanja](https://www.academia.edu/1194241/Metodologija_anketnog_istra%C5%A3ivanja) [15.08.2019.]

## PRILOZI

### Prilozi:

Prilog 1: Anketni upitnik korišten u ovom diplomskom radu

### *ANKETNI UPITNIK*

#### **Vaš spol \***

- Žensko
- Muško

#### **Vaša dob \***

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- > 65

#### **Vaše završeno obrazovanje \***

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša i visoka stručna sprema /stručni i sveučilišni preddiplomski i diplomski studij
- Magisterij znanosti/doktorat

#### **Koliko godina živite u gradu Splitu? \***

- manje od godinu dana
- 1-5 godina
- 6-10 godina
- 11-15 godina
- 16-20 godina
- više od 20 godina

#### **Da li ste rođeni u Splitu? \***

- Da
- Ne

**Vaš radni status je: \***

- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Student/ica
- Umirovljenik/ica

**Ostvarujete li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti? \***

- Sve prihode ostvarujem kroz turističku djelatnost
- Veći dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost
- Manji dio svojih prihoda ostvarujem kroz turističku djelatnost
- Ne ostvarujem prihode kroz turističku djelatnost

**Izrazite svoje slaganje sa slijedećim izjavama vezanima uz Vaš život u Splitu: \***

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
U Splitu se osjećam kao kod kuće	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Upoznat(a) sam svime što se dešava u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bilo bi mi žao kada bih morao/morala odseliti iz Splita.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zadovoljan(na) sam Splitom kao zajednicom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Izrazite svoje slaganje sa slijedećim izjavama vezanima uz Vaš stav o učincima turizma u Splitu \***

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Turizam je doveo do povećanja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
potrošnje u Splitu					
Turizam je stvorio nova radna mjesta u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je privukao investicije u Split	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je donio brojne ekonomske koristi lokalnom stanovništvu i malim poduzetnicima u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Životni standard lokalnog stanovništva u Splitu značajno se povećao zbog turizma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je promijenio tradicionalnu kulturu u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visoko platežni turisti negativno utječu na naš lokalni način življenja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalno stanovništvo trpi zbog toga što živi u turističkom području	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulaganje u javne sadržaje namijenjene pretežito turistima je bespotrebno trošenje novca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
poreznih obveznika					
Turizam je potaknuo različite kulturne aktivnosti lokalnog stanovništva u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je doveo do veće kulturne razmjene između turista i lokalnog stanovništva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Upoznavanje turista iz drugih regija je vrijedno iskustvo za bolje razumijevanje njihove kultura i društva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je proizveo pozitivne učinke na kulturni identitet naše zajednice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je doveo do porasta vandalizma u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je doveo do prometne zagušenosti i onečišćenja okoliša u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam je doveo do	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
neugodnih gužvi na plažama, šetnicama, parkovima i ostalim vanjskim prostorima grada Splita					
Gradnja hotela i turističkih sadržaja uništila je prirodni okoliš Splita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Izrazite svoje slaganje sa sljedećim izjavama vezanima uz razvoj turizma u gradu Splitu**

\*

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Turizam je najvažnija gospodarska „djelatnost“ u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam pomaže Splitu da se razvija u pravom smjeru	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turizam treba i dalje imati važnu ekonomsku ulogu u Splitu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ponosan sam što turisti dolaze u Split	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vjerujem kako građani Splita imaju kontrolu nad razvojem turizma u svom gradu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vjerujem kako osobno imam mogućnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti ne slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
utjecaja na razvoj turizma u gradu Splitu.					

**Izrazite svoje povjerenje u "turističke" potporne institucije: \***

	Nemam povjerenje	Nisko povjerenje	Niti imam niti nemam povjerenje	Srednje povjerenje	Visoko povjerenje
Ministarstvo turizma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ministarstvo zaštite okoliša i prirode	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Županijska vlast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gradska vlast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Županijska turistička zajednica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turistička zajednica Grada Splita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Da li ste bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu? \***

- Da, često
- Da, nekoliko puta
- Ne, iako sam razmišljao/la o tome
- Ne, niti sam razmišljao/la o tome

**Da li ste do sada na bilo kakav način bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj? \***

- Da, često
- Da, nekoliko puta

- Ne
- Ne znam

**U kojoj su mjeri, po Vašem saznanju, informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu javno dostupne? \***

- Uvijek
- Često
- Ponekad
- Rijetko
- Nikada
- Ne znam

**Po Vašem mišljenju, u kojoj mjeri informacije o ključnim odlukama vezanima za turistički razvoj u gradu Splitu trebaju biti javno dostupne? \***

- Uvijek
- Često
- Ponekad
- Rijetko
- Nikada
- Ne znam

**Tko, po Vašem mišljenju, donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu? \***

- Cijela lokalna zajednica
- Grupa pojedinaca u lokalnoj zajednici
- Akteri izvan same lokalne zajednice
- Ne znam

**Ukoliko smatrate da se odluke o razvoju turizma u Splitu donose izvan lokalne zajednice, tko je po Vama najznačajniji u tom procesu:**

- Država (Vlada RH)
- Uprava Splitsko-dalmatinske županije
- Gradska uprava
- Poduzetničke interesne skupine
- Pojedini moćni poduzetnici
- Ostalo:

**Bi li Vi bili voljni na bilo koji način, kao građanin grada Splita, sudjelovati u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu?**

- Da
- Ne

**Koji način sudjelovanja lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma Vi osobno smatrate optimalnim?**

- Putem gradskog referenduma
- Putem izabраниh predstavnika iz redova lokalne zajednice koji sudjeluju u radu upravljačkih tijela
- Putem povremenih neformalnih tribina i radionica na kojim zainteresirani građani iznose svoje stavove i prijedloge, a relevantna gradska tijela ih bilježe i uvažavaju
- Putem on-line platformi na gradskim službenim mrežnim stranicama na kojima građani ostavljaju vlastite prijedloge
- Ostalo:

**Slike:**

Slika 1. Ekonomski učinci turizma.....	19
Slika 2. Ljestve participacije stanovništva.....	32

**Grafikoni:**

Grafikon 1. Podjela ispitanika prema spolu .....	46
Grafikon 2. Podjela ispitanika prema dobnoj strukturi .....	46
Grafikon 3. Podjela ispitanika prema obrazovnoj strukturi .....	47
Grafikon 4. Podjela ispitanika prema duljini života u gradu Splitu .....	47
Grafikon 5. Podjela ispitanika prema tome jesu li rođeni u gradu Splitu.....	48
Grafikon 6. Podjela ispitanika prema radnom statusu.....	48
Grafikon 7. Podjela ispitanika prema tome ostvaruju li prihode kroz neki oblik turističke djelatnosti.....	49
Grafikon 8. Podjela ispitanika prema tome jesu li ikada bili uključeni u bilo kakav oblik sastanka sa javnim tijelima na kojem se raspravljalo o razvoju turizma u gradu Splitu .....	52
Grafikon 9. Podjela ispitanika prema tome jesu li ikada bili pitani za mišljenje o razvoju turizma u gradu Splitu od strane tijela koja planiraju njegov razvoj .....	52
Grafikon 10. Podjela ispitanika prema mišljenju u kojoj su mjeri informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu javno dostupne .....	53
Grafikon 11. Podjela ispitanika prema mišljenju u kojoj mjeri informacije o ključnim odlukama za turistički razvoj u gradu Splitu trebaju javno dostupne .....	54

Grafikon 12. Podjela ispitanika prema mišljenju tko donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu .....	54
Grafikon 13. Podjela ispitanika prema mišljenju tko donosi većinu odluka vezanih uz razvoj turizma u gradu Splitu izvan lokalne zajednice .....	55
Grafikon 14. Podjela ispitanika prema voljnosti za sudjelovanje u procesu donošenja odluka o razvoju turizma u gradu Splitu .....	56
Grafikon 15. Podjela ispitanika prema tome koji način sudjelovanja lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma osobno smatraju optimalnim .....	56

**Tablice:**

Tablica 1. Oblici participacije lokalne zajednice .....	13
Tablica 2. Prosječni rezultati varijabli iz anketnog upitnika .....	50
Tablica 3. Prosječni rezultati potpore turističkim potpornim institucijama iz anketnog upitnika .....	51
Tablica 4. Pojednostavnjeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu ..	58
Tablica 5. Pojednostavnjeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu ..	59
Tablica 6. Izrada autora u programu SPSS .....	62
Tablica 7. Izrada autora u programu SPSS .....	63
Tablica 8. Izrada autora u programu SPSS .....	64
Tablica 9. Izrada autora u programu SPSS .....	66
Tablica 10. Pojednostavnjeni prikaz autora prema dobivenim rezultatima u SPSS programu	67
Tablica 11. Izrada autora u programu SPSS .....	71
Tablica 12. Izrada autora u programu SPSS .....	71
Tablica 13. Izrada autora u programu SPSS .....	72
Tablica 14. Izrada autora u programu SPSS .....	72
Tablica 15. Izrada autora u programu SPSS .....	73
Tablica 16. Izrada autora u programu SPSS .....	74
Tablica 17. Izrada autora u programu SPSS .....	74
Tablica 18. Izrada autora u programu SPSS .....	75
Tablica 19. Izrada autora prema dobivenim podacima u programu SPSS .....	76
Tablica 20. Izrada autora u programu SPSS .....	77
Tablica 21. Izrada autora u programu SPSS .....	78
Tablica 22. Izrada autora u programu SPSS .....	78

Tablica 23. Izrada autora u programu SPSS .....	79
Tablica 24. Izrada autora u programu SPSS .....	79
Tablica 25. Izrada autora u programu SPSS .....	80
Tablica 26. Izrada autora u programu SPSS .....	80
Tablica 27. Izrada autora u programu SPSS .....	81
Tablica 28. Izrada autora u programu SPSS .....	81
Tablica 29. Izrada autora u programu SPSS .....	83
Tablica 30. Izrada autora u programu SPSS .....	83
Tablica 31. Izrada autora u programu SPSS .....	83
Tablica 32. Izrada autora u programu SPSS .....	84
Tablica 33. Izrada autora u programu SPSS .....	84
Tablica 34. Izrada autora u programu SPSS .....	85
Tablica 35. Izrada autora u programu SPSS .....	85
Tablica 36. Izrada autora u programu SPSS .....	86
Tablica 37. Izrada autora u programu SPSS .....	86
Tablica 38. Izrada autora u programu SPSS .....	86
Tablica 39. Izrada autora u programu SPSS .....	87
Tablica 40. Izrada autora u programu SPSS .....	87
Tablica 41. Izrada autora u programu SPSS .....	88

## **SAŽETAK**

Turizam je jedan od najznačajnijih fenomena današnjice koji ostvaruje značajan udio svjetskog dohotka, te osigurava poslove desecima milijuna ljudi. Također, ima brojne pozitivne učinke u raznim aspektima, ali isto tako, ukoliko se razvojem turizma ne upravlja kvalitetno, može polučiti i brojne negativne učinke. Ključan element svake destinacije je lokalna zajednica, koja predstavlja jedan od najvažnijih resursa same destinacije, a uz to građani direktno trpe posljedice tog razvoja, bile one pozitivne ili negativne. Ovim diplomskim radom i istraživanjem koje je provedeno, pokušalo se otkriti koja je stvarna uloga lokalna zajednice u upravljanju razvojem turizma, koje su pozitivne reperkusije tog procesa, koji su načini participacije lokalnog stanovništva, koji su ostali akteri turističkog razvoja, te što je i kako funkcionira integralno upravljanje razvojem turizma koje za cilj ima ujediniti sve zainteresirane aktere neke destinacije. Anketnim upitnikom nastojalo se otkriti kakvo mišljenje o razvoju turizma ima lokalna zajednica u gradu Splitu, koliko su građani povezani sa mjestom, koliko su do sada bili uključeni u proces razvoja turizma, pokazuju li zanimanje za aktivno sudjelovanje u procesu razvoja turizma, te koje metode participacije smatraju optimalnima. Zaključeno je kako je integralni razvoj turizma jedino dugoročno rješenje koje će u obzir uzeti mišljenja i stavove svih zainteresiranih dionika neke destinacije. Participacija i dugoročno održiv turizam su preduvjeti za nastanak kvalitetnog turističkog razvoja koji će u dugom roku donijeti blagostanje lokalnoj zajednici, a istovremeno očuvati prirodnu i kulturnu baštinu za iduće generacije.

Ključne riječi: turizam, lokalna zajednica, participacija, integralno upravljanje, razvoj turizma.

## **SUMMARY**

Tourism is one of the most important activities in the modern time, which makes significant amount of world income and secures jobs for tens of millions of people. Also, it has positive impacts in various area, but on the other hand, if the development of tourism is not well managed, it can produce many negative impacts. The key element of each destination is the local community, which is on one side, its most important resource and on the other side, citizens are directly affected by the consequences of tourism development, both positive and negative ones. The main goals of this master thesis were to explain the role of the local community in the governing of tourism development, repercussions resulting from this process, best ways of the local community participation, the other stakeholders role in tourism development, and importance of introducing the integrated management of tourist



destination/local community so as to fulfill the goals of all the destination stakeholders. The questionnaire sought to find out what was the opinion on tourism development impacts of the city of Split community, how much they are attached to the city, how much they have been involved in the tourism development process so far, if they had shown an interest in active participation in tourism development and what methods of local community involvement they consider to be the best. It was concluded that integrated tourism development is the only long-term solution that will take into account the opinions and views of all interested stakeholders of a destination. Participation and long-term sustainable tourism are the prerequisites for the high quality development of tourism, which in the long run will bring prosperity to the local community and preserve the natural and cultural heritage for future generations.

Key words: tourism, local community, participation, integral development, tourism development.