

Turističke regionalne inicijative Europske Unije

Bratović, Lea

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:188987>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

TURISTIČKE REGIONALNE INICIJATIVE EUROPSKE UNIJE
Diplomski rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

TURISTIČKE REGIONALNE INICIJATIVE EUROPSKE UNIJE
Diplomski rad

Ime i prezime: Lea Bratović
Smjer: Poslovna ekonomija, Turizam i razvoj
Kolegij: Međunarodni turizam
Mentor: prof.dr.sc. Jasmina Gržinić

Pula, ožujak 2019.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Bratović Lea, kandidatkinja za magistra Poslovne ekonomije, smjera Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA
o korištenju autorskog djela

Ja, Bratović Lea dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom "TURISTIČKE REGIONALNE INICIJATIVE EUROPSKE UNIJE" koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

SAŽETAK

Vodeći resurs u turizmu svakako je geografski prostor na kojemu se formira turistička ponuda, a ujedno i konzumiraju integrirani turistički proizvodi. Turistička regionalizacija tek dijelom počiva na standardnim kriterijima geografske regionalizacije, što je i opravdano s obzirom na specifičnost turizma, posebnost određivanja granica turističke regije, kao i ostalih motiva te razloga. Imperativ pri tome ima turistička regionalizacija svijeta izdana od Svjetske turističke organizacije.

Na osnovu ove regionalizacije Europa je prepoznata kao dominantna dinamična kategorija. Europa je vodeće emitivno i receptivno turističko tržište na međunarodnoj razini. S obzirom da većina država Europe biva integrirana u nadnacionalnu tvorevinu, Europsku uniju, ovaj status opravdano je vezati uz istu.

Razvoj turizma Europske unije izravno je podržan vrlo razrađenim, stabilnim i učinkovitim institucionalnim okvirom. Pri tome se misli na postojanje brojnih tijela ili institucija, koje se usmjeravaju na uređenje, stabilnost i konkurentnost turizma. Vodeće institucije pri tome su Komisija i Parlament, no ne treba zanemariti doprinos i učinke ostalih institucija te specijaliziranih organizacija.

Turizam je po mnogočemu specifična i vrlo kompleksna socio-ekonomska pojava. To se, između ostaloga potvrđuje i kompleksnošću inicijativa Europske unije koje su usmjerene njegovu planiranju, upravljanju razvojem, poslovanju, ali i kontroli te razvoju. Daje se zaključiti kako su to strateška pitanja ili područja u kontekstu održivog razvoja turizma. Na ovaj način Europska unija osigurava stabilnu okolinu u turizmu, pojednostavljuje kompleksno poslovanje i zahtijevan razvoj, a ujedno stvara i osnovu za spremno odgovaranje na neke buduće izazove i promjene.

ABSTRACT

The leading resource in tourism is certainly the geographic space where tourist market offer is formed and at the same time where integrated tourism products are consumed. Tourism regionalization is only partly based on the standard criteria of geographic regionalization, which is justified in view of the specificity of tourism, the particularity of determining the boundaries of the tourist region, as well as other motives and reasons. The imperative of this is the tourist regionalization of the world issued by the World Tourism Organization.

Based on this regionalization, Europe is recognized as the dominant dynamic category. Europe is the leading emitte and receptive tourist market on an international level. Since most countries of Europe are integrated into a supranational creation, the European Union, this status is justified to link to the same.

The development of European Union tourism is directly supported by a highly elaborate, stable and efficient institutional framework. It is about the existence of numerous bodies or institutions that focus on the design, stability and competitiveness of tourism. The leading institutions are Commission and Parliament, but the contribution and the impact of other institutions and specialized organizations should not be ignored.

Tourism is in many ways a specific and very complex socio-economic phenomenon. Among other things, this is confirmed by the complexity of the European Union's initiatives aimed at planning, managing development, business, but also controlling and developing it. It can be concluded that these are strategic issues or areas in the context of sustainable tourism development. In this way, the European Union ensures a stable environment in tourism, simplifies complex operations and demanding development, and at the same time creates the basis for a readiness to respond to future challenges and changes.

Sadržaj

UVOD	1
1. TURISTIČKA REGIONALIZACIJA	4
1.1. Regije, subregije i regionalizacija	4
1.1.1. Pojam i definicije.....	4
1.1.2. Prostor i prostorno planiranje.....	7
1.1.3. Upravljanje i ciklus razvoja turističke regije.....	8
1.2. Turističko-geografska regionalizacija svijeta	11
1.2.1. Turističke regije kao dinamične kategorije	11
1.2.2. Različiti kriteriji regionalizacije	13
1.2.3. Predviđanja budućeg razvoja turističkih regija	14
2. EUROPA – TURISTIČKA REGIJA BROJ JEDAN U SVIJETU	16
2.1. Značaj Europe u međunarodnom turizmu	16
2.2. Trendovi i prognoze	18
3. EUROPSKA UNIJA I TURIZAM	19
3.1. Regionalna i turistička politika EU	19
3.2. Krovne institucije u turizmu Europske unije.....	21
3.2.1. Europska komisija	21
3.2.2. Europski parlament.....	24
3.3. Ostale institucije u turizmu Europske unije.....	26
3.3.1. Vijeće Europske unije	26
3.3.2. COR.....	28
3.3.3. ECOSOC	29
3.4. Organizacije Europske unije za razvoj turizma.....	30
3.4.1. OECD	31
3.4.2. EUROSTAT	32
3.4.3. Specijalizirane međunarodne organizacije	32

4. REGIONALNE EU TURISTIČKE INICIJATIVE	37
4.1. Poticanje ponude Europskog turizma.....	37
4.1.1. Obalni i pomorski turizam	37
4.1.2. Održivi turizam.....	39
4.1.3. Kulturni turizam.....	41
4.2. Svima dostupan europski turizam	44
4.2.1. Svima dostupan turizam	44
4.2.2. Europske destinacije izvrsnosti.....	45
4.3. Potpore turističkom poslovanju	46
4.3.1. Turistički poslovni portal	46
4.3.2. Vodič EU fondova za turistički sektor 2014. - 2020.	48
4.3.3. Digitalni turizam	50
4.3.4. Profesionalne sposobnosti.....	51
4.3.5. Europska poduzetnička mreža	51
4.3.6. Oporezivanje u turizmu.....	52
5. KRITIČKI OSVRT	54
5.1. Problematika turističke regionalizacije svijeta	54
5.2. Uloga Europe kao regije u globalnom turističkom tržištu.....	54
5.3. Konkurentnost europskog turizma uz pomoć regionalnih EU turističkih inicijativa	55
6. ZAKLJUČAK	56
LITERATURA	57
POPIS SLIKA I TABLICA	60

UVOD

Turizam kao gospodarski sektor i društvena pojava fenomen je koji oblikuje svakodnevni život brojnih ljudi pa tako i autora ovog rada. Zahvaljujući sveprisutnosti turizma, neizbježan je dio lokalne, regionalne, nacionalne pa i međunarodne politike. Konstantna je potreba za uređenjem i upravljanjem turizmom kako bi se iskoristio sav potencijal i korist koja proizlazi iz različitih dostupnih turističkih resursa.

Ovaj rad daje pregled u svrhu ovog istraživanja tj. analizu Europske unije kao nadnacionalne tvorevine odgovorne za postupanja u sklopu regionalne i turističke politike. Predmet istraživanja je turizam Europe i aktivnosti koje Europska unija provodi za rast i razvoj istog. Cilj je analizirati, objasniti i utvrditi inicijative razvoja europskog turizma, s uvodom u samu turističku kategorizaciju Europe kao vodeće međunarodne turističke regije.

Ciljevi rada se mogu očitati kroz tri glavna istraživačka pitanja:

1. Koja je problematika turističke regionalizacije svijeta?
2. Koja je uloga Europe kao regije u globalnom turističkom tržištu?
3. Kako se uz pomoć regionalnih EU turističkih inicijativa potiče konkurentnost europskog turizma?

Istraživanjem se dokazuje sljedeća hipoteza:

Europska turistička regija, iako pod značajnim pritiskom konkurentskih regija, može zadržati vodeću i održivu poziciju na globalnom turističkom tržištu.

Pronalazak potrebne literature bazirao se na repozitoriju Sveučilišne i Gradske knjižnice u Puli, zajedno s svestranim istraživanjem interneta koje je rezultiralo mnogobrojnim stručnim stranicama i *online* člancima. Zastupljenost strane literature pretežito se ističe u službenim stranicama Europske unije te vezanih institucija i organizacija iz razloga što određene dokumentacije nisu prevedene na hrvatski jezik. Zajedno služe kao izvor svih korištenih teorijskih spoznaji rada.

Rad je podijeljen u četiri glavne cjeline uz uvod i zaključak. Cjeline su zasebno obrađene da daju širu sliku europskog turizma iz perspektive njegovih geografskih i administrativnih granica. U nastavku slijedi objašnjenje strukture svakog poglavlja:

1. Tematika rada započinje poglavljem "Turistička regionalizacija" koje se bavi problematikom regionalizacije kao ishodištem promatranja određenog turističkog tržišta. Cilj poglavlja je istražiti osnovne teorijske postavke u svezi regija i subregija u turizmu, odnosno u svezi turističke regionalizacije. Poglavlje se strukturno sastoji od dva pod poglavlja i zaključka. Prvo pod poglavlje daje nešto širi uvod u pojmovno značenje regija, ono je posvećeno analizi osnovnih definicija i obilježja u svezi turističke regionalizacije. Pored toga, ovo poglavlje analizira prostor i prostorno planiranje, kao i upravljanje te ciklus razvoja turističke regije te se bavi analizom turističko geografske regionalizacije svijeta.
2. Istraživanje se nastavlja poglavljem "Europa – turistička regija broj jedan u svijetu" koja počiva na činjenici da je Europa regija s najvećim udjelom turističkog prometa u svijetu, iako svake godine gubi određeni udio na globalnoj razini. Svrha ovog poglavlja je potvrditi početnu hipotezu koja je istaknuta, kao i istražiti osnovna obilježja vodeće turističke regije u međunarodnom turizmu, a misli se na Europu. Istražiti će se dosadašnji značaj Europe u turizmu te koja su buduća predviđanja njezine uloge u međunarodnom turizmu.
3. Stoga, sljedeća tema obrađena je u istraživanju uloge Europske unije u brzorastućem turističkom prometu u poglavlju "Europska unija i turizam". Cilj poglavlja je istražiti vodeće institucije i organizacije na primjeru turizma Europske unije. Pri tome se, osim osnovnih obilježja istih, obrađuju njihove odgovornosti, usmjerenost i doprinos koji daju poslovanju i razvoju turizma Europske unije. Svrha je potvrditi osobitu razvijenost institucionalnog okvira Europske unije koji se veže uz turizam. Poglavlje se sastoji od nekoliko pod poglavlja. Uvodno se istražuje regionalna i turistička politika Europske unije, dok drugo pod poglavlje analizira vodeće institucije ili tijela Europske unije, kao i njihove značajke u kontekstu turističkog poslovanja i razvoja. Misli se na Komisiju i Europski parlament. U nastavku istražuju se ostala tijela Europske unije. Posljednji dio poglavlja posvećeno je analizi vodećih organizacija u

turizmu ovoga područja, a misli se na Organizaciju za ekonomsku suradnju i razvoj te Eurostat.

4. Važno je upoznati odgovornosti i mogućnosti koje Europska unije ima da bi doprinijela razvoju turizma na prostoru Europske regije. To nas dovodi do ključnog i posljednjeg dijela rada tj. sposobnosti Europske unije da potakne i slijedi plan djelovanja ili dostizanja određenog cilja u turizmu. Poglavlje "Regionalne EU turističke inicijative" istražuje poduzetnost, poticaj i ulogu za poduzimanje kritičnih koraka koji će voditi rastu i razvoju europskog turizma. Cilj poglavlja je istražiti europske inicijative u turizmu, uz poseban osvrt na one koje unapređuju ukupnu turističku ponudu, kao i one koje doprinose samom turističkom poslovanju. Svrha rada je ukazati na brigu Europske unije o turizmu ovoga područja, kao i napore koji se ulažu u promociju, jačanje i promicanje održivog turističkog poslovanja i razvoja. Ovo ključno poglavlje se sastoji od tri pod poglavlja. Prvo pod poglavlje obrađuje poticajne inicijative u smjeru ponude europskog turizma. Posebna pažnja usmjerena je prema obalnom i pomorskom, kulturnom i održivom turizmu. Sljedeće poglavlje na sličan način pristupa analizi svima dostupnog i vanezonskog turizma, kao i europskih destinacija izvrsnosti. Posljednje poglavlje rada obrađuje potpore koje su usmjerene prema kvaliteti turističkog poslovanja.

Rad je sublimiran kritičkim osvrtom koji nam odgovara na istraživačka pitanja te potvrđuje hipotezu diplomskog rada.

Za potrebe istraživanja korištene su metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda komparacije, metoda apstrakcije i statistička metoda. Rad je uređen i oblikovan metodom deskripcije.

1. TURISTIČKA REGIONALIZACIJA

Regionalizacija, bilo da je riječ o onoj u turističke svrhe ili nekoj drugoj, ima važan značaj u ekonomskom, ali i ostalom kontekstu. Najjednostavnije je reći da je riječ o podjeli nekog šireg prostora na manje prostorne jedinice, a svrha ovog pothvata očituje se u optimalizaciji korištenja prostora, resursa, te iskorištavanja ekonomskih i socijalnih prilika.

Prostor je temeljni resurs razvoja turizma, a iz istoga dionici povlače brojne ekonomske koristi koje bi u suprotnom ostale neiskorištene ili iskorištene u znatno manjem obujmu. Osim ovog aspekta, turističku regionalizaciju važno je pojmiti kao model ili metodu selektivnog utvrđivanja homogenih turističkih obilježja prostora, u svrhu realizacije optimalnih razvojnih ciljeva.

Ovim postupkom formiraju se turističke regije, kao dinamične kategorije, te se pristupa formiranju one turističke ponude koja će postići najbolje moguće rezultate, uz minimalni pritisak na prostor, okoliš i zajednicu. Sukladno tome, turističku regionalizaciju treba sagledati u kontekstu održivog razvoja u turizmu, što je ujedno i imperativ suvremenoga doba.

1.1. Regije, subregije i regionalizacija

U turizmu se vrlo često raspravlja o ovim pojmovima, a posebice o procesu regionalizacije. Iako je već u uvodnom dijelu rada dijelom bilo riječi o tome što ovaj pojam predstavlja, u okviru ovoga poglavlja pristupa se detaljnijoj analizi istog. Na taj način se obrađuju središnji pojmovi u okviru ove problematike, te se stvara osnova za provedbu konkretnijeg istraživanja.

1.1.1. Pojam i definicije

Danas postoje brojne definicije i pristupi pojmovnog određenja regija, subregija i postupka regionalizacije. Iako je riječ o vrlo značajnoj problematici, treba istaknuti kako ona nije imala oduvijek značaj koji joj se danas pridaje, a što je utjecalo na brojne nedostatke i probleme s kojima se pojedine države ili nadsacionalne tvorevine danas

susreću. Najjednostavniji primjer zanemarivanja regionalizacije i regionalnog razvoja je i sama Republika Hrvatska, na primjeru koje se danas ulažu vrlo ozbiljni i financijski iscrpni pothvati kako bi se reducirali nastali problemi.

Polazište istraživanja regionalizacije jest definiranje osnovnih pojmova kao što su regija i subregija. Pojam regije potječe iz latinskog jezika, a označava neko područje. Riječ je zapravo o teritoriju ili prostoru s nizom specifičnih, a ponekad i jedinstvenih obilježja ili karakteristika (Bjelajac, 2010).

Moguće je istaknuti kako se regija može definirati ili pobliže odrediti pomoću pripadajućih prirodnih, gospodarskih, fizičkih, funkcionalnih, analitičkih, administrativnih i društvenih karakteristika. Riječ je o čitavom skupu obilježja koja izdvajaju ovaj prostor od ostatka prostora kojemu pripadaju.

Prema jednoj od postojećih definicija, regija je određeni teritorij s nizom specifičnih administrativnih, ekonomskih i prirodnih karakteristika. „To je takva prostorna jedinica u kojoj prebiva neka društvena skupina (Bjelajac, 2010: 45).“ Ono što je specifično za poimanje ovog prostora očituje se u diferenciranim pristupima pojmovnog određenja. Primjerice, u sociološkom kontekstu ona predstavlja „geografsko područje u kojem se razvijaju određene vrste gospodarske aktivnosti, gdje postoji stanovita mreža prometnica povezanih centralnih i gravitirajućih naselja, što u perspektivi ima šansu daljnjeg planskog razvijanja, u kojemu stanovništvo ima specifičan način života, vjerovanja i običaja (Bjelajac, 2010: 45).“

S druge strane, subregija predstavlja konceptijsku jedinicu koja proizlazi iz neke veće regije ili kontinenta. Danas se ovaj pojam koristi učestalo, kako u ekonomiji, tako i šire. Ujedinjeni narodi specificiraju niz subregija po pojedinim kontinentima, a upravo se ovaj pristup najčešće koristi za pojašnjenje ishodišnog termina (Slika 1.).

Slika 1. Subregije po kontinentima (Ujedinjeni narodi)



Izvor: Howling Pixel (2019.) Subregija. Dostupno na: <https://howlingpixel.com/i-hr/Subregija> (23.02.2019.).

Primjerice, vidljivo je kako su subregije vodeće globalne regije Europe, Sjeverna Europa, Istočna Europa, Južna Europa i Zapadna Europa. Moguće je dakle konkretizirati kako subregije predstavljaju manje prostorne jedinice unutar neke regije, a vrlo često prate položaj prostora s obzirom na stranu svijeta kojoj pripada.

Pod pojmom turističke regionalizacije misli se na veoma kompleksan postupak ili svojevrsni proces koji se danas javlja u zemljama diljem svijeta kako bi se stvorila ravnoteža u svim vrijednostima regije (Polić, 2019). Naime, ova metoda koristi se za podjelu nekog područja na one dijelove koji su jedinstveni, svaki za sebe, a s obzirom na spomenuti skup obilježja ili specifičnosti.

„Prilikom stvaranja takve podjele uzimaju se u obzir brojni čimbenici, prvenstveno prirodni, a zatim društveni, ekonomski, kulturni i socijalni. Kada se stvaraju dijelovi na određenom području vodi se računa da se ti dijelovi ističu svojom posebnosti i da budu prepoznatljivi s obzirom na raspoložive turističke resurse (Polić, 2019: 1).

1.1.2. Prostor i prostorno planiranje

U uvodnom dijelu rada istaknuto je kako je prostor temeljni turistički resurs. To se daje potvrditi na brojne načine, a prvenstveno treba istaknuti kako je to zapravo resurs na kojem se formira turistička ponuda, sredstvo diferencijacije regija, izgradnje i unapređenja atraktivnosti, konkurentnosti i imidža, kao i sveukupnost resursa i ostalih inputa.

Prostor je u turizmu konkretno područje na kojem se odvija turistički promet, što znači da on postaje predmet razmjene u turizmu. Da bi prostor mogao zadovoljiti sve potrebe potencijalnih turista potrebno je valorizirati prostor sa svih aspekata. Turizam na prostor utječe izravno na način da on stvara vlastiti prostor i čini ga dostupnim drugim ljudima, gradeći infrastrukturu bez koje bi određeni prirodni prostori ostali neiskorišteni. U pojedinim regijama turizam može uzrokovati negativne posljedice, kao što su pretjerana urbanizacija, industrijalizacija, narušavanje atraktivnosti i slično.

Iz prostora, u razne svrhe i za diferencirane potrebe, resorni dionici povlače brojne ekonomske i ostale koristi, koje bi u suprotnome ostale potpuno neiskorištene. Za potrebe turizma, prostor ima za obvezu biti privlačan ili atraktivan. Isto može ostvarivati u izvornom kontekstu ili modificiran od strane čovjeka.

Ono što je vrlo specifično jest činjenica da se on troši na licu mjesta, odnosno u turizmu on ne može biti dostavljen turističkoj potražnji, kao što je primjer kod sirovima i fizičkih proizvoda. Uloga čovjeka u prostoru je ključna. Dijelom je ona i obrađena u prethodnom tekstu, no treba istaknuti kako čovjek svojim aktivnostima može unaprijediti i sačuvati vrijednosti prostora, te suprotno (Kranjčević, Kunst, 2006).

Upravljanje prostorom podrazumijeva primjenu regionalne politike. Regionalna gospodarska struktura podrazumijeva aktivan odnos prema strukturi gospodarstva u smislu usmjeravanja i poticanja procesa transformacije i njenog otvaranja za tržišnu mobilnost. Zato jer ima karakteristiku da je komplementarna sa ekonomskom politikom, a zasniva se na principima koji uvažavaju analitičke spoznaje nesklada prisutnih na teritorijalnim razinama.

Upravljanje prostorom, ukoliko je ono pravilno, smatra se značajnim procesom koji se vrši nad esencijalnim resursom u turizmu, a koji implicira povećanje njegove ukupne vrijednosti, na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini (Kranjčević, Kunst, 2006). Pri tome je važno isti provoditi na dugoročno održiv način, te udovoljavati potrebama različitih skupina dionika u turizmu i šire.

Svako turističko planiranje, a time i upravljanje prostorom mora biti zasnovano na realnim socijalnim, kulturnim i političkim prilikama u okruženju, kao i na konkretnim razvojnim ciljevima. Neki od osnovnih problema koji se javljaju u okviru upravljanja prostorom u turizmu odnose se na (Kranjčević, Kunst, 2006: 8):

- „Nedovoljno učinkovit i neprimjeren sustav prostornog planiranja;
- Nedostatak sustava turističkog *master* planiranja i dugoročnog definiranja zona za razvoj turizma;
- Nepostojanje cjelovitog sustava razvoja/upravljanja projektima na lokalitetima pod kontrolom jedinica lokalne samouprave;
- Divlja gradnja;
- Zloporaba svakog javnog, pa tako i pomorskog dobra.“

Treba istaknuti kako ovi problemi i nedozvoljene radnje koje se u okviru istih vrše mogu trajno ugroziti i oštetiti turizam, mogućnost njegova budućeg razvoja, ali i lokalnu zajednicu te čitav eko sustav. Na taj način utječe se na stvaranje brojnih neprilika, problema i posljedica u ekonomskom, socijalnom i ekološkom kontekstu.

1.1.3. Upravljanje i ciklus razvoja turističke regije

Turistička regionalizacija je metoda selektivnog utvrđivanja homogenih turističkih obilježja nekog prostora kojom se postižu optimalni ciljevi razvoja. Pri tome treba istaknuti kako se upravljanje i ciklus razvoja turističke regije provode na način da se zadovoljavaju i poštuju tržišno-turističke potrebe i specifičnosti prostora.

U ovome procesu vodi se briga o heterogenim obilježjima prostora, a neophodno je koordinirati razne čimbenike i voditi brigu o održivom razvoju. Misli se na razvoj koji

zadovoljava potrebe današnjih generacija, a da se pri tome ne umanjuju raspoloživost i vrijednost resursa za potrebe budućih generacija. Prva i opće prihvaćena definicija koncepta održivosti javlja se krajem 80-ih godina prošloga stoljeća, u okviru izvješća „Naša zajednička budućnost“ (engl. *Our common future*) iz 1987. godine. Ona glasi: „Održivi razvoj je razvoj koji udovoljava potrebama sadašnjice pri tom ne ugrožavajući mogućnosti budućih generacija da udovolje svojim potrebama (Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, 2019).” Na temelju iste, danas postoji nekoliko vrlo sličnih definicija, a sve se one slažu oko toga kako je riječ o konceptu koji je u potpunosti suprotan dosadašnjem razvoju i napretku društva te ekonomije.

Kada je riječ o održivosti, moguće je istaknuti kako se misli na takav razvoj koji je usmjeren prema dobrobiti koristima svih dionika. On ne postavlja naglasak na profit i ekonomske ciljeve, već je podjednako posvećen diferenciranim i heterogenim učincima i ciljevima. Vrlo je važno istaknuti kako je riječ o kontinuiranom i dugoročnom procesu, koji je cikličkog karaktera i nikad ne završava. Kao takvog ga treba spoznati i u praksi provoditi.

O strateškom planiranju turističke regije, a time i destinacije, raspravlja se gotovo svakodnevno na različitim teritorijima. Riječ je o esencijalnom i vodećem procesu u kontekstu razvoja turističke regije, a o njemu brinu različite skupine dionika. Strateško planiranje je početni korak u ovome procesu. Polazište je zapravo postojanje kvalitetnog plana, odnosno izvedba strateškog planiranja. Planiranje kao proces predstavlja svjesnu aktivnost koja je usmjerena na definiranje ciljeva, ali i razvoj konkretne strategije.

Posebno je važno odrediti ciljeve procesa koji trebaju biti vremenski determinirani ili specificirani, objektivni i realni, sukladni mogućnostima, resursima i stanju u okolini te sličnome. U kontekstu strateškog planiranja jednako je važno poznavati, a prema tome i istražiti okolinu, odnosno okruženje, kao i sam sustav koji se razvoja (Bartoluci, 2013, 163).

Za potrebe istraživanja okoline, u obzir se uzimaju ekonomska, socio-kulturna, pravno-politička, tehničko-tehnološka, ekološka, a sve više i međunarodna okolina. U tom

smislu razmatraju se brojna obilježja okoline i daje se kvalitetna osnova za provedbu planiranja, sukladno realnom stanju okruženja, ali i stanju unutar sustava.

Sušтина predmetnog procesa je kreativno predviđanje problema i pronalazak optimalnih rješenja, odnosno realizacija strateških ciljeva. Ovaj proces okončava se izradom detaljnog plana, čija realizacija ovisi o nositeljima koji trebaju utjecati na turističku osjetljivost prema različitim vanjskim utjecajima s ciljem jačanja konkurentnosti turističke regije. Turistička regija prolazi kroz nekoliko faza svojega razvoja (Polić, 2019):

- Pred-turistička je faza u kojoj turistička regija započinje svoj razvoj. Posjetitelji dolaze u regiju zbog posjete prijatelja i obitelji te je u ovom razdoblju karakterizira mali broj gospodarskih i poslovnih aktivnosti koje su ekonomski zavisne o turizmu;
- Druga je faza putnička koju karakterizira pojačan dolazak. U ovoj se fazi prepoznaju potencijali za razvoj poduzetničkih poslova, a lokalno je stanovništvo razvilo pozitivan odnos prema turizmu;
- Faza razvoja masovnog turizma orijentirana je na investiranje u razvoj specijaliziranih usluga i sadržaja koji su namijenjeni posjetiteljima;
- Faza upravljanja razvojem turizma koja uzima u obzir veći broj čimbenika;
- Faza istraživanja odnosi se na već otkrivenu regiju. Ulaganjem određenog rada i potrebnih sredstava, motivi dobivaju na vrijednosti i valoriziraju se na tržištu, što kao krajnji rezultat ima povećan broj dolazaka posjetitelja u regiju.
- Odlika razvojne faze je sve veći broj posjetilaca i veća zainteresiranost za regiju, što znači da u punom jeku sezone ima veći broj turista nego lokalnog stanovništva. Tu se javlja problem premašivanja nosivog kapaciteta što za posljedicu ima pad kvalitete turističkih usluga.
- Konsolidacija je faza u kojoj dolazi do smanjenja rasta prometa, odnosno broj posjetilaca se povećava manjom brzinom nego ranije. U stagnaciji popularnost, posjećenost i prihodi regije znatno padaju, U takvim se situacijama ili mijenja svrha namjene kapaciteta ili se mijenjaju vlasnici turističkih kapaciteta.

Evidentno je postojanje većeg broja razvojnih faza. Njihovo poznavanje ujedno se koristi i u svrhu potvrde dinamičnosti turističke regije, o čemu slijedi nešto kasnije.

1.2. Turističko-geografska regionalizacija svijeta

Turističko-geografska regionalizacija svijeta prepoznaje niz dinamičnih kategorija, a njihovo identificiranje koristi mnogočemu. Ovaj proces u turizmu doprinosi podjednako planiranju i provedbi njegova razvoja, utvrđivanju kriterija i metoda kontrole i nadzora te slično. Osim toga, vrlo je koristan za provedbu turističke statistike, koja bi u suprotnome predstavljala gotovo nemoguću radnju.

1.2.1. Turističke regije kao dinamične kategorije

Turističke regije su dinamične kategorije čija se ponuda mijenja i zavisi o trendovima na tržištu. O tome posebice svjedoče događanja u međunarodnom turizmu koja su se javila i intenzivirala tijekom proteklih nekoliko desetljeća. Točnije, misli se na razdoblje od 80-ih godina prošloga stoljeća, odnosno od pojave suvremenoga doba.

Dinamičnost turističkih regija očituje se u brojnosti dionika i obilježja ovih sustava. Pored toga, u obzir se uzimaju i specifična obilježja u turizmu, a prvenstveno velika senzibilnost. U praksi to znači da je turizam vrlo podložan vanjskim utjecajima, to jest utjecajima kompleksnog ekonomskog, pravnog, političkog, socijalnog, kulturnog, tehnološkog i ostalog okruženja. Ti utjecaji podjednako su evidentni i na primjeru turističkih regija, kao središnjeg elementa turističkog sustava i poslovanja.

O dinamičnosti ove kategorije moguće je govoriti i u kontekstu evolucije njezina razvoja, koja se prati na primjeru njezina životnog ciklusa. Istim se potvrđuje kako nije riječ o statičnoj kategoriji, već o sasvim suprotnome. Upravo zbog toga, a u svrhu optimalnog upravljanja turističkom regijom i realizacije zadanih ciljeva i željenih stanja, presudno je planiranje, usvajanje optimalne ili adekvatne strategije te provođenje kontinuiteta istraživanja međunarodnih trendova.

Na planiranje regionalnog turizma moguće je gledati s nekoliko aspekata. Posebno je važno istaknuti planiranje s aspekta turista, gospodarskih subjekata i destinacije do

države. O ovome procesu dijelom se već raspravljano, no važno je istaknuti kako na razvoj regionalnog turizma poseban utjecaj danas vrše razne vladine i nevladine specijalizirane i one ostale organizacije. Primjeri istih danas su brojni, a krovna institucija među njima svakako je Svjetska turistička organizacija (engl. *World Tourism Organization* – WTO). Između ostaloga, ona je zadužena i za planiranje na nacionalnim, regionalnim pa i lokalnim razinama.

Planiranje i provedba razvoja regionalnog turizma zasniva se na postojanju sveobuhvatne strategije. Ista počiva na stručnoj i znanstvenoj podlozi, a povezana je s nacionalnim i lokalnim strategijama, odnosno onim nižim teritorijalnim jedinicama. Faze iste mogu se sagledati kroz (UNWTO, 2019):

- Poznavanje koncepta razvoja i turizma posebno;
- Istraživanje ponašanja aktera u procesu;
- Analiza utjecaja;
- Određivanje ciljeva, aktivnosti i instrumenata za ostvarenje ciljeva;
- Vrednovanje promjena.

Svaka od ovih faza određena je brojnim aktivnostima koje izravno i podjednako utječu na kvalitetu izvedbe čitavog procesa. Osim planiranja i strategije poseban značaj imaju i trendovi u suvremeno doba. Danas se u turizmu najčešće koristi termin mega trendova, a identificira čitav niz onih pozitivnih i negativnih iz pojedinih okruženja u turizmu.

Treba istaknuti kako trendovi predstavljaju zasebno i vrlo opsežno područje istraživanja u turizmu, a mogu se sagledati kao oni pozitivni i negativni. Neovisno o tome, u okviru ove problematike presudno je njihovo kontinuirano praćenje pa čak i predviđanje kako bi se izvršila pravovremena i optimalna prilagodba na one na koje je nemoguće utjecati. U ovome procesu ponovno poseban doprinos daju specijalizirane međunarodne organizacije u turizmu, koje u okviru godišnjih i ostalih publikacija pristupaju evidentiranju i specificiranju predmetnih trendova.

1.2.2. Različiti kriteriji regionalizacije

Problematika prihvaćanja jedinstvene turističke regionalizacije je dokaz kompleksnosti pristupa turizmu kao fenomenu. Kao što je već i istaknuto, Svjetska turistička organizacije krovna je u međunarodnom turizmu. Pored ostaloga, jedno od njezinih temeljnih specifičnih obilježja i koristi koje reflektira prema turističkom poslovanju, odnosi se na postojanje vlastite statističke službe koja prikuplja, obrađuje i evidentira podatke u svezi međunarodnog turizma. Isto se provodi na osnovu pripadajuće turističke regionalizacije svijeta, a koja je rezultat opsežnih istraživanja i uzimanja u obzir trendova u suvremenom turizmu.

Danas se često raspravlja o kontradiktornosti, odnosno stanovitim razlikama između geografskog pristupa turističke regionalizacije i UNWTO pristupa. Pri tome, posebnu pažnju plijene kriteriji podjela. Kako bi isto bilo jasnije u nastavku slijedi njihov pregled (Tablica 1.).

Tablica 1. Kriteriji turističke regionalizacije

KRITERIJI OPĆE REGIONALIZACIJE	KRITERIJI PRI TURISTIČKOJ REGIONALIZACIJI
Tradicionalna regija ima tri skupine kriterija: <ul style="list-style-type: none">▶ Prirodna sredina (osnova);▶ Teritorijalna organizacija;▶ Sociokulturni kriteriji (kulturni krajolik, arhitektura, tip naselja, jezik, dijalekt, mentalitet).	Noviji pristup koji u obzir uzima sve više socio-geografske kriterije umjesto prirodne osnove: <ul style="list-style-type: none">▶ Sociokulturna obilježja (uključujući kulturne areale);▶ Prirodna osnova (s naglaskom na klimatska obilježja);▶ Političko-teritorijalna organizacija.

Izvor: Izrada autorice prema: Klarić, Z. (2005.) Geografski aspekti turističke regionalizacije svijeta prema konceptu Svjetske turističke organizacije. Hrvatski geografski glasnik. 67/2. Str. 39.-66.

Prema ovoj organizaciji svijet je organiziran u šest turističkih regija, a to su Europa, Afrika, Bliski Istok, Južna Azija, Istočna Azija s Pacifikom i Amerika. Vidljivo je da se ova regionalizacija ne poklapa s podjelom na kontinente, kao ni na pojedine cjeline koje nose ime kontinenta. Primjerice, regija Europe obuhvaća i azijski dio bivšeg SSSR-a, Tursku, Cipar i Izrael, dok regija Afrike ne uključuje države Libiju i Egipat (Klarić, 2005).

Regionalna podjela svijeta koju provodi ova organizacija, a koja je aktualna i danas nastala je 60-ih godina prošlog stoljeća, u vrijeme nastanka i same organizacije. Vrlo često se ovakva regionalizacija svijeta opovrgavala i odbijala od strane mnogih dionika u turizmu i šire, a osnovni razlog bilo je zanemarivanje prostorne logike.

Tek u novije vrijeme dolazi do spoznaje pozitivnih aspekata ovakve turističke regionalizacije svijeta, kada dolazi do intenziviranja značaja i istraživanja prostorne dimenzije turizma. U to vrijeme dolazi do spoznaje o važnosti prilagođavanja regionalizacije potrebama turizma, kao što to čine druge geografske discipline, ne samo unutar prirodne, nego i društvene geografije (Klarić, 2005). Misli se zapravo na oblikovanje prostorno većih regija u područjima sa slabije razvijenim turizmom, a manjih tamo gdje turizam ima veću ulogu u prostoru. Danas treba istaknuti kako ovakva turistička regionalizacija svijeta ima razmjerno jasnu prostornu logiku i vodi računa o potrebama turističke struke.

1.2.3. Predviđanja budućeg razvoja turističkih regija

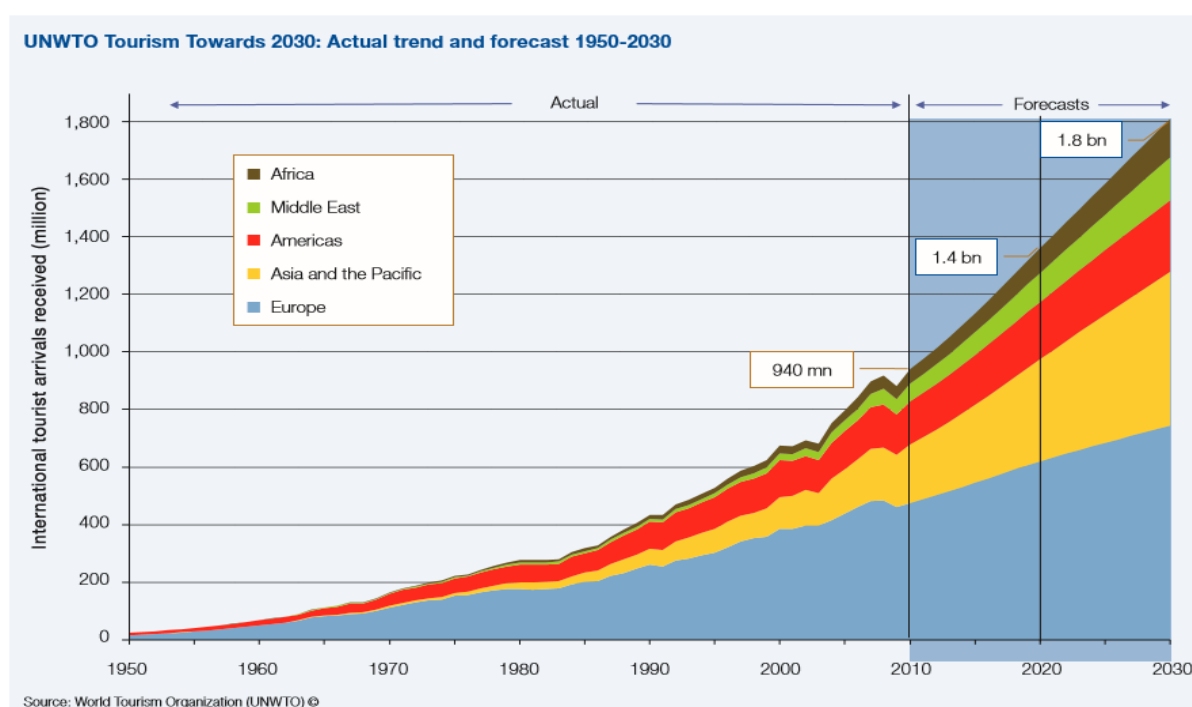
O predviđanjima budućeg razvoja turističkih regija vrlo se intenzivno raspravlja na međunarodnoj razini, posebice tijekom proteklih nekoliko dekada. Ovom problematikom prvenstveno se bave međunarodne organizacije u turizmu, a u okviru tih praćenja često se ukazuje na buduće trendove razvoja. Među njima veliki doprinos daje Svjetska turistička organizacija koja jednaki značaj pridaje kvantitativnim i kvalitativnim predviđanjima.

Na temelju aktualnih podataka i publikacija ističe se kako se u narednim razdobljima predviđa kontinuitet rasta ukupnih turističkih kretanja na međunarodnoj razini, u kojima

dominira inozemni turizam. Pregled predviđanja ove prirode, a koji je rezultat rada Svjetske turističke organizacije slijedi (Slika 2.).

Vidljivo je kako se predviđa vodstvo regije Europe u međunarodnom turizmu, nakon koje slijede Azija i Pacifik, te Amerike. U danim predviđanjima procjenjuje se rast turističke aktivnosti, odnosno ukupnih turističkih dolazaka na primjeru svih regija svijeta, koji će se odvijati usporednim tokom, u nešto drugačijem obujmu.

Slika 2. Predviđanja budućeg razvoja turističkih regija



Izvor: UNWTO (2011.) *Tourism Towards 2030: Global overview*. Dostupno na: http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf (23.02.2019.).

Prema aktualnim predviđanjima, u 2030. godini udjeli pojedinih regija u međunarodnom turizmu iznositi će redom (UNWTO, 2011): Europa 41%; Azija i Pacifik 30%; Amerike 14%; Srednji istok 8%; Afrika 7%. Posebice treba istaknuti kako se očekuje da će u planiranom razdoblju najposjećenija subregija biti jugoistočna Azija. Osim kvantitativnih predviđanja daju se i ona kvalitativna. Ona ističu kako neće doći do promjene vodećih motiva putovanja u svim regijama. Ipak, očekuje se dominacija putovanja zračnim prometom u svim regijama, kao i neke druge promjene.

2. EUROPA – TURISTIČKA REGIJA BROJ JEDAN U SVIJETU

U znanstvenim i stručnim krugovima Europa se ističe vodećom emitivnom i receptivnom turističkom regijom svijeta. to se argumentira i potvrđuje konkretnim kvantitativnim i kvalitativnim podacima. Misli se prvenstveno na turistička kretanja na ovome području, a na kraju i na ulogu ove regije u generiranju turističkih trendova u međunarodnom turizmu.

2.1. Značaj Europe u međunarodnom turizmu

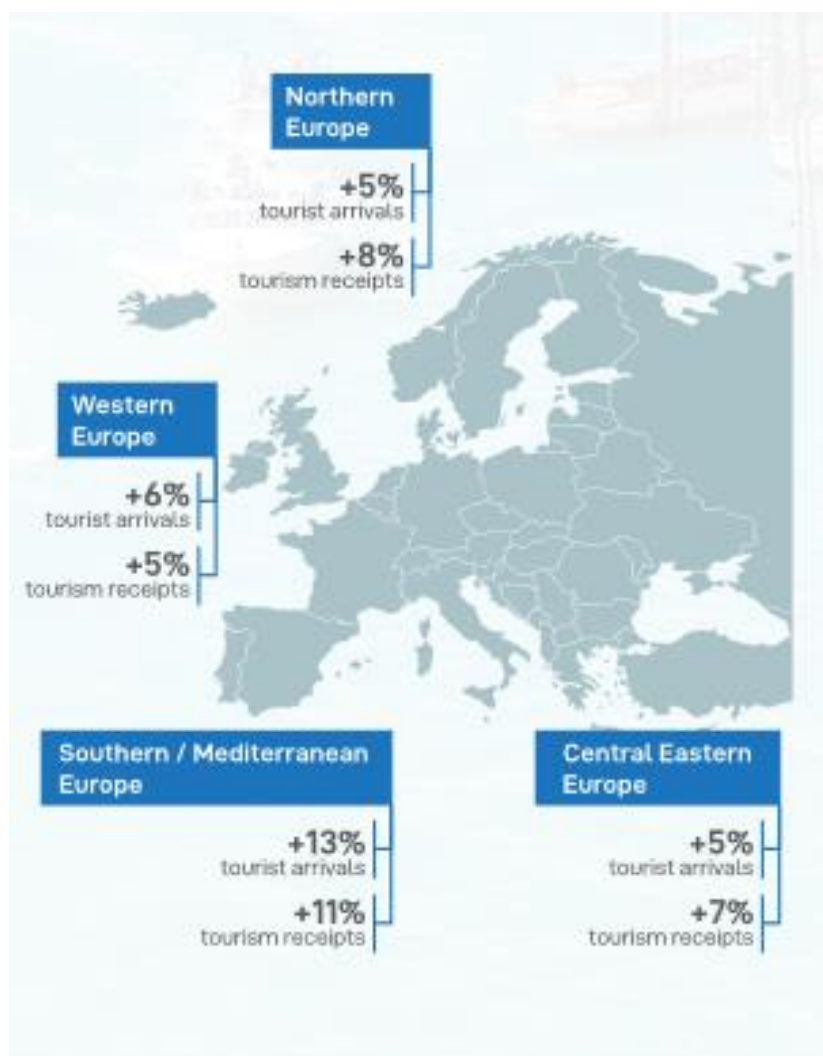
Važnost Europe u međunarodnom turizmu je izuzetna već nekoliko godina za redom. Godine 2017. zabilježen je značajni rast turističke aktivnosti i dominantna pozicija u međunarodnom turizmu već osmu godinu uzastopce. Vodeće zemlje pri tome su zemlje Mediterana, no ni ostale nisu zanemarujuće (UNWTO, 2018).

Iste godine ukupni turistički dolasci zabilježili su rast od 8%, što je za 52 milijuna turističkih dolazaka više nego u protekloj godini. Pri tome, zabilježen je rast turističke potražnje na svim tržištima, uz dominaciju Europe i Rusije.

U ukupnim turističkim dolascima na međunarodnoj razini Europa generira oko 51% istih, dok je njezin udio u ukupnoj turističkoj potrošnji ili prihodima od turizma čak 39%. U oba pokazatelja zabilježen je jednaki rast u promatranom razdoblju, kao što je i istaknuto 8% (UNWTO, 2018).

Treba istaknuti kako sve subregije bilježe rast ovih pokazatelja, a pregled istih slijedi (Slika 3.). Ovime se dodatno potvrđuje značaj subregije Mediterana, koja bilježi rast turističkih dolazaka u 2017. godini od 13% i turističkih prihoda 11%. Najniže stope rasta evidentirane su na primjeru zapadne Europe i to 6% u turističkim dolascima i 5% u turističkoj potrošnji. Nešto bolje rezultate imaju južna i središnja Europa.

Slika 3. Rast turističke aktivnosti u pojedinim subregijama Europe u 2017. godini



Izvor: UNWTO(2018.) *Tourism Highlights 2018*. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (23.02.2019.). Str. 9.

Vodeća subregija Europe je Mediteranska, a predviđanja ukazuju na nastavak ovoga trenda. Pored toga očekuje se zadržavanje vodeće pozicije Europe u međunarodnom turizmu, no uz opadajući udio na globalnoj razini radi istovremenog rasta i ostalih međunarodnih regija. Konkretnije promjene evidentne su u okviru kvantitativnih pokazatelja, dok se na primjeru kvalitativnih promjena ističu tek poneke od njih. Misli se na organizaciju i provedbu putovanja, dominaciju receptivnih regija i subregija i slično.

S obzirom da većina država Europe biva integrirana u nadnacionalnu tvorevinu, Europsku uniju, ovaj status opravdano je vezati i uz istu. Sukladno tome, Europska unija javlja se kao predvodnik u međunarodnom turizmu, kako s gledišta ukupnih turističkih kretanja, tako i u kontekstu mega trendova, generiranja suvremenih praksi poslovanja i razvoja te slično.

2.2. Trendovi i prognoze

O predviđanjima je već u prethodnom poglavlju bilo riječi, a time je dotaknuta i problematika Europe, odnosno turizma iste u budućnosti, točnije 2030. godine. predviđanja su pozitivna i ukazuju na očekivani nastavak rasta osnovnih turističkih pokazatelja, podjednako turističkih dolazaka i noćenja, kao i prihoda od turizma. ista svjedoče o tome kako se očekuje nastavak dominacije Mediteranskih zemalja, no uz nešto intenzivniji rast i ostalih subregija.

Promjene se očekuju u načinu organiziranja i putovanja, dok promjene u motivima istih nisu očekivane. Vjeruje se kako će i dalje dominirati odmor, opuštanje i rekreacija, no predviđa se i rast nekih ostalih motiva poput onih poslovnih, sportsko-rekreacijskih, posebice kulturnih motiva.

U budućnosti se očekuje sve veći intenzitet putovanja na vlastitu inicijativu, odnosno prema osobnim preferencijama turista, a dominantno sredstvo putovanja biti će zrakoplov. U kontekstu emitivnog turizma Europe očekuje se sve veći interes prema udaljenijim, egzotičnim zemljama, a pri odabiru destinacije sigurnost će biti značajan faktor putovanja i boravka u destinaciji. U tom kontekstu međunarodne organizacije poput Europske unije imaju veliku ulogu.

3. EUROPSKA UNIJA I TURIZAM

Uspješnosti turizma Europske unije doprinose brojne komparativne prednosti koje se očituju kroz geostrateški položaj, klimatske uvjete, prirodnu i antropogenu atrakcijsku osnovu, tradiciju turizma i slična obilježja. Međutim, svi navedeni resursi i obilježja ne bi generirali toliki uspjeh uz odsustvo adekvatne institucionalne i zakonodavne podrške.

Prema tome, ispravno je tvrditi kako je uspjeh ove integracije značajnim dijelom rezultat uspješnog rada vodećih institucija i organizacija, koje su više ili manje specijalizirane za potrebe turizma. Vodeće institucije u turizmu Europske unije odgovorne su za upravljačke i razvojne procese, kao i za mnoge druge aktivnosti. S druge strane, organizacije koje se bave ovom problematikom stvaraju nadopunu i podršku radu prethodnim dionicima, a kao takve upotpunjuju institucionalnu podršku turizmu ovoga tržišta.

3.1. Regionalna i turistička politika EU

Temelji regionalne politike Europske unije postavljeni su 1957. godine u okviru Ugovora iz Rima. Ipak konkretnije aktivnosti u svezi iste uslijedile su u narednim dekadama 20. stoljeća. Nakon uspostave Glavne uprave za regionalnu politiku i Europskog fonda za regionalni razvoj, uslijedila su brojna događanja. Godine 1988. radi prilagodbe pristupanju novih država članica EU strukturni se fondovi integriraju u kohezijsku politiku koja se ističe sveobuhvatnošću.

Tim činom uvode se i temeljna načela i to (Europska komisija, 2019):

- Fokus na najsiromašnije regije i one zaostale za ostalim regijama u razvoju;
- Višegodišnje programiranje;
- Strateško usmjeravanje ulaganja;
- Uključenost regionalnih i lokalnih partnera kao presudnih dionika.

Definirani proračun u to vrijeme iznosio je 64 milijarde ECU (engl. *European Currency Unit*). Ostali ključni pomaci učinjeni su u posljednjoj dekadi 20. stoljeća. Ugovorom iz Maastrichta uvode se Kohezijski fond, Odbor regija i načelo supsidijarnosti. Definiran je i financijski instrument za smjernice u ribarstvu, a udvostručena su sredstva za strukturne i kohezijske fondove.

Lisabonskom strategijom iz 2000. godine prioriteta EU pomaknuti su prema rastu i stvaranju novih radnih mjesta te inovacijama. Tijekom posljednjih godina razvoja postavljen je naglasak na investicije u područjima kao što su istraživanje i inovacije (25% proračuna), ekološka infrastruktura i suzbijanje klimatskih promjena (30% proračuna). U to se vrijeme naglasak postavlja na transparentnost i veću intenciju u stvaranju novih radnih mjesta kao presudne elemente potrebitih reformi (Bošnjak, Tolušić, 2012).

Europska unija, kao nadnacionalna tvorevina koja dominira Europom, ima statistički teritorijalni ustroj, a prema njemu podijeljena je na statističke regije prema NUTS-u (engl. *Nomenclature of territorial units for statistics*). Suštinski je riječ o Eurostat-ovom sustavu nomenklature statističkih prostornih jedinica, metodologiji koja je propisana i uređena Uredbom EZ-a, Europskog parlamenta i Vijeća o donošenju zajedničke klasifikacije prostornih jedinica, a s ciljem jednostavnijeg praćenja regionalne statistike na čitavom teritoriju EU. Kriteriji podjele NUTS regija odnose se na broj stanovnika, a njihovo identificiranje olakšava proces upravljanja prostorom, a i u turističke svrhe.

Klasifikacija, odnosno svojevrsna metodologija osmišljena je isključivo za statističke svrhe, ali ona je značajna i s gledišta strukture i mogućnosti korištenja financijskih sredstava iz fondova EU. To se potvrđuje činjenicom da su oni namijenjeni isključivo slabije razvijenim i siromašnim regijama.

Iako Europska unija nema jedinstvenu turističku politiku, već je ona u nadležnosti svih država članica, postoje razne aktivnosti kojima se nastoji uskladiti razvoj na ovome teritoriju. Pri tome, isti biva reguliran nekih općenitim dokumentima, a vodeći među njima je Strategija Europa 2020. Osim nje, treba istaknuti kako se razvoj turizma potiče kroz sve postojeće fondove Europske unije, a rezultat je to i višedimenzionalnosti turizma, odnosno ovisnosti istoga o svim djelatnostima i sektorima.

Posebna pažnja posvećuje se regionalnom razvoju, a u okviru njega i razvoju turizma u ruralnim i nedovoljno razvijenim područjima. Razvojem turizma bave se i brojne specijalizirane organizacije na području Europske unije, kao i tijela iste. Pri tome treba istaknuti Organizaciju za ekonomsku suradnju i razvoj (engl. *Organization for Economic Co-Operation and Development* – OECD), EUROSTAT i mnoge druge.

Regionalna politika Europske unije vrlo je snažna i razvijena. Ista se javlja kao jedna od podražavajućih u području turizma, pored kohezijske, poljoprivredne, politike ruralnog i održivog razvoja te ostalih. Time se potvrđuje kako je turizam višedimenzionalna pojava koja je na ovome području potaknuta i podržana svim sektorima i djelatnostima. Uzme li se u obzir kvaliteta upravljanja predmetnim prostorom, odnosno turizmom na primjeru svih subregija, jasno je zbog čega se duži niz godina ostvaruje dominantno vodstvo na međunarodnom turističkom tržištu, uz istovremeno zavidan rast turističkih dolazaka i potrošnje na primjeru svih subregija.

3.2. Krovne institucije u turizmu Europske unije

Na razini Europske unije postoji nekoliko zajedničkih politika, koje se odnose na posebna područja i sektore (djelatnosti), a koje su obvezujuće za sve države članice. Međutim, to se ne može tvrditi i za turizam, odnosno politiku njegova razvoja. Iako na razini Europske unije ne postoji jedinstvena turistička politika, razvoj turizma uređen je radom vodećih institucija i brojnih specijaliziranih organizacija. U ovome poglavlju predstavljaju se vodeća tijela, Komisija i Europski parlament te ostale.

3.2.1. Europska komisija

Europska komisija često se predstavlja kao vodeće tijelo ili institucija Europske unije. Razlog tome očituje se u brojnosti njezinih funkcija, širokim odgovornostima za razna pitanja i područja, kao i dosadašnje pozitivne rezultate, koji su proizašli iz njezina rada.

Europska komisija može se predstaviti kao politički nezavisno tijelo, osnovano 1958. godine čije je sjedište u Belgiji, Bruxellesu. Ovo tijelo jedino je odgovorno za izradu prijedloga za novo europsko zakonodavstvo, a provodi i odluke Europskog parlamenta

te Vijeća Europske unije (Europska komisija, 2019). Sukladno tome, može se predstaviti i kao vrhovno tijelo Europske unije.

Prioriteti ove institucije odnose se na (Europska komisija, 2019):

- Radna mjesta, rast i investicije;
- Jedinstveno digitalno tržište;
- Energetsku uniju i klimu;
- Unutarnje tržište;
- Bolju povezanost i pravednu ekonomsku te monetarnu uniju;
- Uravnoteženje trgovinske politike;
- Pravosuđe i temeljna prava;
- Migracije;
- Jači globalni karakter;
- Demokratske promjene.

Na osnovu navedenoga moguće je konkretizirati kako je riječ o širokom obuhvatu i orijentaciji Komisije. Ova područja zapravo bivaju središnji problemi svih sektora, djelatnosti i gospodarstva generalno. U okviru turizma moguće je zaključiti kako je riječ o uređenju osnovnih preduvjeta za razvoj turizma, ali jednako tako i vodećih mega trendova, koji obilježavaju suvremeni turizam. Primjerice, misli se na digitalizaciju, migracije i slična pitanja.

U nastavku se daje pregled nadležnosti Europske komisije (Tablica 2.).

Tablica 2. Nadležnosti Europske komisije

Nadležnost	Pojašnjenje
Predlaže zakonodavstvo	<ul style="list-style-type: none">– Jedina u ovome području;– Štiti interese EU i njezinih građana;– Pruža uvid u tehničke pojedinosti.
Upravlja politikama i dodjeljuje financijska sredstva	<ul style="list-style-type: none">– Prioriteti potrošnje;– Godišnji proračuni koje odobravaju Parlament i Vijeće;– Nadzor potrošnje.
Provodi zakonodavstvo EU	<ul style="list-style-type: none">– Zajedno sa Sudom Europske unije osigurava ispravnu primjenu prava EU-a u svim država članicama.
Predstavlja EU na međunarodnoj razini	<ul style="list-style-type: none">– Zastupa sve države članice EU-a u međunarodnim tijelima, osobito u područjima trgovinske politike i humanitarne pomoći;– Pregovara o sklapanju međunarodnih sporazuma u ime EU-a.

Izvor: Izrada autorice prema: *Europska komisija (2019.) Nadležnosti Europske komisije*. Dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-commission_hr (13.03.2019.).

Nadležnosti ove institucije opće su primjenjive i vrijede generalno na razini gospodarstva i društva Europske unije. Međutim, jednako tako razmatraju se i na primjeru turizma, poslovanja i njegova razvoja. Primjerice, u nadležnosti Komisije je predlaganje i provođenje zakonodavstva, a time i onoga koje se odnosi na turizam i predmetno poslovanje. Jednako tako, ista je odgovorna za dodjelu financijskih sredstava, kao i kontrolu te nadzor potrošnje, koja je provodi, između ostaloga i za potrebe turizma.

Prema sastavu, Komisiju čini 28 povjerenika, po jedan iz svake države članice. Na čelu je predsjednik Komisije. „Kolegij Povjerenika sastoji se od predsjednika Komisije, šest potpredsjednika, uključujući prvog potpredsjednika, Visokog predstavnika Unije za vanjske poslove i sigurnosnu politiku te 21 povjerenika, od kojih je svatko nadležan za jedan portfelj (Europska komisija, 2019). Kandidata za predsjednika predlažu

čelnici Europskog vijeća, a u konačnici biva izabran većinom glasova zastupnika Parlamenta. Temeljne aktivnosti Komisije u području turizma su (Aalep, 2015):

- Destinacije i izvrsnost;
- Održivi turizam;
- Održivost i konkurentnost;
- Turistička satelitska bilanca;
- Socijalni turizam;
- Dostupnost turizma;
- Kvaliteta turističkih proizvoda.

Treba istaknuti kako svakodnevni rad ove institucije obavlja njezino ukupno osoblje. Tu se nalaze pravници, ekonomisti i ostali stručnjaci. Provedba aktivnosti u domeni je pojedinih odjela pri čemu je svaki zadužen za neko područje.

3.2.2. Europski parlament

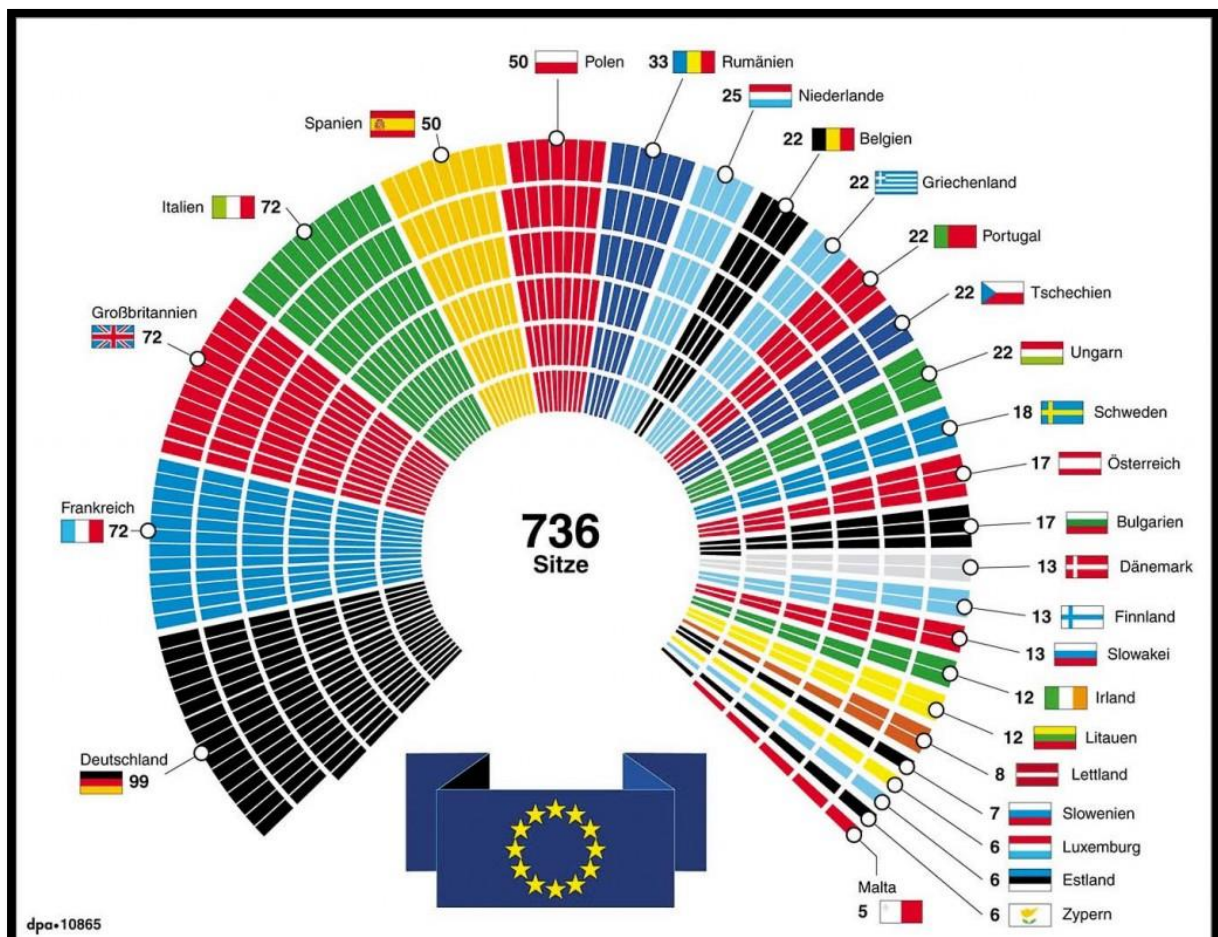
Europski parlament (engl. *European Parliament*) je predstavničko tijelo Europske unije, odnosno njezina društva. Iako mu se dodjeljuju brojne funkcije, ovlasti i odgovornosti prvenstveno se njegov značaj očituje u temeljnoj svrsi njegova rada, a misli se na podjelu zakonodavne ovlasti s Komisijom i Vijećem Europske unije. Smatra se opravdanim tvrditi da se funkcioniranje Parlamenta zasniva na suradnji s ostalim temeljnim institucijama ove nadnacionalne tvorevine, kao i na odgovornosti za nadzor njihova rada. Parlamenta Europske unije ima brojne ovlasti, a prvenstveno se misli na sljedeće (European Parliament, 2019):

- Razmatranje prijedloga Komisije;
- Sudjelovanje u donošenju propisa;
- Imenovanje i razrješavanje članova Komisije;
- Propitivanje rada Komisije i Vijeća EU;
- Podjela ovlasti u donošenju godišnjeg proračuna;
- Nadzor u suradnji s Vijećem EU.

Može se konkretizirati kako Parlament nadopunjuje rad Komisije. Ukoliko se razmatra odnos između ovih dvaju institucija opravdano je sugerirati kako Parlament približava djelovanje Komisije društvu Europske unije, te provodi izvršne aktivnosti koje su generirane od strane iste.

Zastupnici Parlamenta biraju se izravnim putem, odnosno glasanjem. Za svaku državu članicu određen je točan broj zastupnika putem osnivačkog ugovora, a on odražava veličinu njezina stanovništva. Nacionalne kvote svake nove članice određuju se ugovorima o pristupanju. Danas Parlament broji ukupno 732 zastupnika, a sjedište mu je u Strasbourgu (Slika 4.).

Slika 4. Europski Parlament



Izvor: *Europska unija (2019.) Europski parlament. Dostupno na: <https://sites.google.com/site/euopskaunijaeu/home/euopski-parlament> (14.032019.).*

Postojećim ustavnim ugovorom svaka država članica, neovisno o veličini ima minimalno 6 zastupnika (Kesner-Škreb, 2007). Temeljne aktivnosti Parlamenta u turizmu su (Aalep, 2015):

- Transport i turizam;
- Turizam i klimatske promjene;
- Integrirani razvoj turizma EU.

Republika Hrvatska ima 11 zastupnika u Europskom parlamentu, a svi djeluju u smjeru predstavljanja lokane zajednice i interesa gospodarstva. S gledišta turizma misli se na promicanje značaja hrvatskog turizma, što implicira ulogu ove institucije u turizmu Europske unije generalno. Može se konkretizirati kako države EU u radu Parlamenta, pored ostalih pitanja i interesa, predstavljaju one koji se izravno tiču njihova turizma te se na taj način bore i angažiraju u smjeru unapređenja njegova razvoja.

3.3. Ostale institucije u turizmu Europske unije

U prethodnom poglavlju predstavljene su dvije vodeće institucije Europske unije. U praksi kada se raspravlja o institucionalnom okviru iste, u ovu skupinu pribrajaju se i ostale institucije, a misli se na Vijeće Europske unije, Europsko vijeće i Europski sud prave. U kontekstu turizma, smatra se kako nešto veći značaj od ovih institucija imaju Komisija i Parlament pa su iz tog razloga izdvojeno predstavljene. Međutim, to ne umanjuje značaj ostalih institucija, među kojima se posebice izdvaja Vijeće Europske unije. Pored iste, treba ukazati i na ostale koje su uže specijalizirane za potrebe turizma, odnosno predmetnog poslovanja i njegova razvoja.

3.3.1. Vijeće Europske unije

Vijeće Europske unije (engl. *Council of the European Union*) naziva se i Vijećem ministara ili samo Vijećem. Između ostaloga, ono je odgovorno za predstavljanje država članica Europske unije (European Council, 2019). Sukladno tome, predstavlja vodeću zakonodavnu instituciju Europske unije, a što se argumentira činjenicom da svaki zakonodavni dokument mora biti usvojen od strane istoga.

Jednako je i po pitanju zakonodavstva te pripadajuće dokumentacije u domeni turizma. Temeljne zadaće i odgovornosti Vijeća jesu (European Council, 2019):

- Usvajanje novih propisa koji se odnose na primjenu osnivačkih ugovora;
- Donošenje mjera koje se odnose na proračun Europske unije;
- Usvajanje odluka o međunarodnim sporazumima;
- Koordinacija ekonomske politike.

Kao i sve ostale institucije Europske unije, Vijeće usko surađuje s ostalim tijelima. Suradnja je značajna na primjeru svih sektora i djelatnosti, a time i na primjeru turizma. Ona predstavlja proizvod ili rezultat demokratizacije europske integracije. Iako je prisutan značaj ove institucije, općenito i u području turizma Europske unije, treba naglasiti kako ona uglavnom nema ovlasti za samostalno odlučivanje, već se u tom procesu zahtijeva suglasnost prethodnih institucija.

Vijeće je sastavljeno od ministara, a svaki od njih javno zastupa pojedinačne nacionalne interese države kojoj pripada. Prema tome, ministar turizma Hrvatske javno će zastupati interese ove prirode te redom dalje. U tom slučaju, čitavo Vijeće biti će sačinjeno od ministara turizma iz svake države članice.

Sustav odlučivanja vrlo je jednostavan. Primjerice, kada se raspravlja o strateški značajnim i vodećim pitanjima na razini Europske unije Vijeće odlučuje jednoglasno, dok o ostalim predmetima (oko 80% odluka Vijeća) odlučuje se metodom kvalificirane većine (Council of the European Union, 2019).

Sukladno tome, pitanja koja se odnose na osnivačke ugovore ili sporazume u svezi turizma biti će u nadležnosti prve opcije odlučivanja. S druge strane, sva ostala manje značajna pitanja će biti riješena kvalificiranom većinom.

Temeljne aktivnosti u turizmu koje ova institucija provodi su pitanja vezana uz nacionalni turizam članica, specijalizirane konferencije u turizmu, neformalni sastanci ministara (Aalep, 2015). U domeni turizma, značaj ove institucije očituje se u tome što se djeluje u smjeru usklađivanja politika, odredbi i ostalih normi, a jednako tako promiče se i jača problematika održivog razvoja turizma. Vjeruje se kako je to

posebice krucijalno u kontekstu konkurentskog i dugoročnog razvoja turizma Europske unije općenito.

3.3.2. COR

Europski odbor regija (engl. *European Committee of Regions* – COR) predstavlja savjetodavno tijelo ili instituciju Europske unije koja je odgovorna za regionalnu i lokalnu razinu. Sukladno tome, čine ga odabrani lokalni i regionalni predstavnici svih država članica, a u okviru Odbora oni iznose mišljenja i stavove u svezi aktualnog zakonodavstva koje se odnosi na niže teritorijalne jedinice. Pri tome, raspravlja se i u svezi zakonodavstva koje se odnosi na turizam ovih područja (Europska unija, 2019).

Kako bi navedeno bilo jasnije, navode se redom sve funkcije, ovlasti i odgovornosti ovoga tijela (Europska unija, 2019):

- Komisija, Vijeće i Parlament savjetuju se s ovim tijelom o izradi zakonodavstva koje je povezano s ovim područjima (zdravstvo, obrazovanje, socijalna politika, turizam i ostalo);
- Po dostavljanju zakonodavnog prijedloga, Odbor regija iznosi osobno mišljenje na vlastitu inicijativu;
- Omogućuje regijama i gradovima da službeno iznesu i zastupaju individualne interese u raznim područjima i time štite potrebe i vlastita prava.

Evidentno je kako je ovo tijelo zaduženo za slične zadaće i dogovornosti prethodnih tijela, uz posebnu orijentaciju na niže prostorne ili teritorijalne jedinice. Smatra se kako je rad istoga u turizmu posebice značajan, s obzirom da se potrebe lokalnih i regionalnih destinacija, kao i problemi te interesi uvelike diversificiraju od onih na nacionalnoj razini i razini Europske unije. Bez postojanja ovakvoga tijela, javno iznošenje, promoviranje i potencijalno pozitivno rješenje takvih pitanja bilo bi otežano, a često i nemoguće.

Prema sastavu, ovo tijelo čine predstavnici koji su izabrani u lokalnim i regionalnim tijelima vlasti. Oni se predlažu od strane svake države članice samostalno, a broj članova ovisi o broju stanovnika države.

Tijelo funkcionira na način da Odbor regija imenuje izvjestitelja koji se savjetuje s dionicima i sastavlja mišljenje, a tada slijedi rad povjerenstva koji se očituje u organiziranju područja i politike rasprave o mišljenju te konačno prihvaćanje ili odbijanje istoga. Nakon toga, na plenarnoj sjednici mišljenje se predstavlja svim članovima, koji glasuju o izmjeni i donošenju, a u konačnici se odluka prosljeđuje ostalim institucijama Europske unije. Ova institucija značajna je u turizmu uslijed postojanja komisije za održivi razvoj.

3.3.3. ECOSOC

Ekonomsko i socijalno vijeće (engl. *Economic and Social Council* – ECOSOC) ističe se u okviru multilateralnih pitanja i dilema. Ono uz Opću skupštinu, Vijeće sigurnosti, Međunarodni sud pravde, Tajništvo i Starateljsko vijeće čini jedno od glavnih tijela Ujedinjenih naroda – UN-a. Prema sastavu broji 54 članice, koje se biraju na razdoblje od tri godine, prema zemljopisnoj raspodjeli (MVEP, 2019).

Vidljivo je kako nije riječ isključivo o tijelu koje djeluje samo na području Europske unije, no na istu vrši izravan utjecaj pa se istražuje u okviru ovoga rada. ECOSOC je nadležan za promicanje boljeg životnog standarda, osiguranja pune zaposlenosti i gospodarskog i socijalnog napretka, pronalaženja rješenja za međunarodne ekonomske, socijalne i kulturne probleme, promicanje međunarodne kulturne i obrazovne suradnje, te ljudskih prava i temeljnih ljudskih sloboda (MVEP, 2019).

Upravo se iz navedenoga daje generirati zaključke u svezi njegova značaja na primjeru turizma Europske unije, ali i čitavog međunarodnog turizma. Može se konkretizirati kako ECOSOC djeluje u smjeru osiguranja temeljnih preduvjeta za razvoj turizma generalno, a zastupa i rješenja nekih specifičnih problema unutar istoga. moguće je primjerice govoriti o problematici zapošljavanja u turizmu, unapređenju zadovoljstva i blagostanja te sličnim pitanjima.

ECOSOC djeluje u smjeru postizanja globalnog konsenzusa u brojnim područjima, a tako i u okviru međunarodnog turizma. Svrha je osiguranje njegova održivog razvoja, unapređenje sigurnosti i osiguranja te socijalne uključenosti i dostupnosti turizma svima. Relevantni odsjeci odnose se na poljoprivredu, ruralni razvoj i okoliš (Aalep,

2015). Upravo zbog toga, moguće ga je predstaviti kao vodeći univerzalni forum za raspravu gospodarskih i socijalnih pitanja, koji mobilizira visok stupanj političke volje i energije za razvoj općenito, a tako i onaj turistički (MVEP, 2019).

Ovo tijelo najjednostavnije je pojmiti uz isticanje sljedećih tvrdnji u svezi njegova rada (MVEP, 2019):

- Služi kao forum za raspravu globalnih ekonomskih i socijalnih problema;
- Ima savjetodavnu ulogu;
- Izrađuje izvješća i studije;
- Daje preporuke za gospodarsko, kulturno, zdravstveno i ostala područja;
- Promiče poštivanje ljudskih prava i temeljnih sloboda;
- Promovira mir i razvoj;
- Saziva međunarodne konferencije;
- Suraduje sa specijaliziranim agencijama.

Sve navedene funkcije i odgovornosti usko su vezane uz turizam, točnije uz njegov razvoj i napredak. Ovo tijelo ima poseban značaj u okviru održivog razvoja turizma, kao i u kontekstu uspješnog odgovaranja na izazove suvremenoga doba.

Ovo tijelo ima važan angažman u poticanju i koordiniranju aktivnosti u području temeljnih razvojnih i strateških projekata u turizmu i šire. Pri tome je moguće izdvojiti one u području digitalizacije i informatizacije poslovanja, realizacije milenijskih ciljeva, reduciranja siromaštva i slično.

3.4. Organizacije Europske unije za razvoj turizma

Značaj Europske unije u međunarodnom turizmu posebice se očituje u radu njezinih specijaliziranih turističkih organizacija. Pored njih, svakako treba istaknuti i Organizaciju za ekonomsku suradnju i razvoj, te Eurostat. Sve one integrirano djeluju na unapređenje razvoja turizma Europske unije, ali i onog međunarodnog, njegovo učinkovito istraživanje, praćenje i evidentiranje, kao i na ostala strateška područja te pitanja suvremenoga poslovanja i razvoja.

3.4.1. OECD

Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (engl. *Organization for Economic Cooperation and Development*) ima poseban gospodarski značaj na području Europske unije, ali i šire. Riječ je o međunarodnoj organizaciji, koja je već u razdoblju osnivanja isključivo zadužena za poticanje ekonomskog razvoja i svjetske trgovine. Njezina preteča bila je Organizacija za europsku ekonomsku suradnju (engl. *Organization for European Economic Cooperation - OEEC*), čiji je osnovni zadatak bilo koordiniranje Marshallova plana za obnovu europskoga gospodarstva (Enciklopedija, 2019).

Osnovni ciljevi ove organizacije odnose se na (Enciklopedija, 2019):

- Najveći mogući ekonomski razvoj;
- Maksimiziranje zaposlenosti;
- Rast životnoga standarda u zemljama članicama;
- Financijsku stabilnost;
- Liberalizaciju međunarodne trgovine;
- Slobodan protok kapitala.

Iako se u radu ističe uglavnom savjetodavnom ulogom, utjecaj organizacije na mnoga ekonomska pitanja i odluke je od ključne važnosti. Program provodi putem konferencija, seminara i velikoga broja publikacija, a osobito je značajna njezina uska suradnja s ostalim međunarodnim i regionalnim organizacijama diljem svijeta.

U kontekstu turizma Europske unije, ali i šire, uloga ove organizacije očituje se u unapređenju okoline razvoja, jačanju pozitivnih uvjeta poslovanja i turističkog napretka, praćenjima i izvještavanjima u svezi međunarodnih kretanja u turizmu, prepoznavanja turističkih trendova, ali i predlaganju mogućih rješenja i smjerova razvoja. Moguće je konkretizirati kako je konkurentski i održivi razvoj turizma Europske unije uvelike ovisan o djelovanju i postignutim rezultatima ove organizacije.

3.4.2. EUROSTAT

Eurostat je jedna od vodećih organizacija Europske unije. Osobit značaj ima u kontekstu međunarodnog turizma, ali i turizma svih država članica EU.

Načelno je riječ o statističkom uredu Europske zajednice, koji je zadužen za publiciranje statistike u turizmu, ali i gospodarstvu te društvu općenito. Najjednostavnije se može usporediti s Državnim zavodom za statistiku koji djeluje na području Hrvatske.

Eurostat nudi usporedive, pouzdane i objektivne informacije u svezi turističkih trendova i kretanja, kao i ostalih ekonomskih, socijalnih i ostalih procesa. On daje osnovu za planiranje, provedbu i kontrolu razvoja turizma na području EU kao vodećeg emitivnog i receptivnog tržišta u međunarodnom turizmu (Eurostat, 2019).

Od 2004. godine na službenim stranicama osigurano je besplatno pretraživanje baze podataka, a podaci danas služe upravljačkim tijelima za njihove potrebe, znanstvenim krugovima i ostalim dionicima. Publikacije se redovno objavljuju i ažuriraju, a na taj se način osigurava dostupnost strateški značajnih informacija o turizmu i ostalim područjima (EUROSTAT, 2019).

Eurostat je odgovoran za promociju slobodnog protoka informacija, što je u turizmu vrlo značajno i presudno za njegov dugoročan i održiv razvoj. On usko surađuje s brojnim dionicima. Jedan od uspješnijih primjera i rezultata te suradnje je osnivanje mreže nacionalnih centara pod nazivom *European Statistical Data Support* (ESDS). Ona danas predstavlja pomoć internetskim korisnicima pri korištenju statističkih informacija.

3.4.3. Specijalizirane međunarodne organizacije

Na razini Europske unije postoje brojne specijalizirane organizacije u turizmu. One su zadužene za pojedina područja ovoga sustava. iste međusobno surađuju s ciljem jačanja turističkog poslovanja i razvoja, na obostranu korist. Neki od primjera ovih organizacija obrađuju se u nastavku poglavlja.

Savez nacionalnih udruženja turističkih agencija i turoperatora (engl. *European Travel Agents and Tour Operators Association – ECTAA*) je međunarodna neprofitna strukovna organizacija koja djeluje u podsustavu turističkih posrednika. Ona okuplja nacionalne udruge turističkih agencija i turoperatora iz država EU, kao i država koje su uključene u pred pristupne integracijske procese (Hitrec, Hendija, 2011: 116).

ECTAA ima ključnu ulogu u reguliranju posredništva u turizmu, kao jednog od važnih podsustava. Danas ima međunarodno priznat savjetodavni status za usvajanje pravnih akata, no uloge se očituju i u ostalim funkcijama kao što su kontinuirana istraživanja i praćenja poslovanja, usuglašavanje pravne regulative, standardizacija, suradnja te slično (ECTAA, 2019).

Koristi od članstva u ovoj organizaciji, koje se očituju na strani njezinih članica odražavaju se kroz sljedeće učinke (ECTAA, 2019):

- Predstavljanje interesa;
- Pružanje podrške;
- Informiranje i savjetovanje;
- Pružanje konzultativnih usluga;
- Organiziranje skupova i sastanaka na kojima se donose strateške odluke te slično.

Jasno je kako organizacija uvelike doprinosi turizmu Europske unije, ali i onome izvan ovoga područja. Iako je usko specijalizirana za posredništvo u turizmu, često prati i objavljuje podatke te aktualne trendove i u svezi ostalih podsustava ili područja.

Sljedeća značajna specijalizirana organizacija je Međunarodno vijeće za spomenike i spomeničke cjeline (engl. *International Council on Monuments and Sites - ICOMOS*). Riječ je o stručnoj udruzi koja se bavi očuvanjem, zaštitom i promicanjem kulturne baštine, kao elementa osnovne resursne osnove u turizmu. Ona okuplja oko 7500 stručnjaka iz cijelog svijeta, a sjedište joj je u Parizu (ICOMOS, 2019).

Treba istaknuti kako ona usko surađuje s UNESCO-om, a danas posebice jača problematiku i praksu implementacije održivog razvoja općenito, pa tako i onoga u

turizmu. Njezin značaj u turizmu Europske unije je od velike koristi. Iako se odnosi uglavnom na njezine temeljne funkcije, ponovno treba naglasiti i koristi koje proizlaze iz suradnje s tijelima i organizacijama EU.

U području hotelijerstva i restoraterstvo djeluje Međunarodno udruženje hotela i restorana (engl. *International Hotels and Restaurants Association - IH&RA*). Riječ je o vodećoj međunarodna organizacija u ugostiteljstvu, kao zasebnom podsustavu destinacijskog i turističkog sustava. Organizacija je osnovana 1946. godine, a sjedište joj je u Parizu. Članovi iste su ugostitelji, hoteli i restorani, te udruge hotelijera i restoratera (Hitrec, Hendija, 2011).

Kao i većina ostalih organizacija u turizmu, ona ima savjetodavnu, informativnu i nadzornu funkciju, a koristi koje donosi članicama mogu se konkretizirati na sljedeći način (IHRA, 2019):

- Osiguravanje fleksibilnih i kvalitetnijih radnih uvjeta;
- Informiranje i savjetovanje;
- Sigurnost;
- Unapređenje održivog razvoja;
- Jačanje suradnje;
- Razvoj partnerstava te ostalo.

U sastavu iste danas se nalazi značajan broj dionika, koji međusobno surađuju i unapređuju kvalitetu međunarodnog ugostiteljstva. Ona objedinjuje oko 300 000 hotela, 8 milijuna restorana i 60 milijuna zaposlenih u ovome sektoru.

U kontekstu zračnoga prometa, koji danas u turizmu Europske unije i ostalih zemalja svijeta ima sve veći značaj, javlja se Međunarodna organizacija za zračni prijevoz (engl. *International Air Transport Association – IATA*). IATA je osnovana davne 1945. godine u Havani, a danas predstavlja vodećeg dionika u ovome prometu. Prema dostupnim podacima, ona okuplja preko 265 zračnih prijevoznika iz 117 zemalja i time pokriva 83% ukupnog zračnog prometa, a što najbolje svjedoči o njezinu međunarodnom prometnom i turističkom značaju (IATA,2019).

Funkcije IATA-e odražavaju se kroz tehnička pitanja, ali i osiguranje sigurnosti putovanja, robe i ljudi, uvođenje i razvoj standarda kvalitete u poslovanju, kao i poticanje investicija u sve segmente poslovanja. IATA je međunarodno poznata po istoimenoj akreditaciji, koja je utjecala na pojednostavljenje ovog kompleksnog poslovanja, kao i unapređenje sigurnosti kvalitete. Danas IATA akreditaciju koristi oko 60 000 IATA putničkih agencija diljem svijeta. Prijava je jednostavna i provodi se putem interneta. Izravne koristi mogu se objasniti na sljedeći način (IATA, 2019):

- Pristup zračnim prijevoznicima;
- Pristup IATA sučelju za naplatu i plan (engl. *Billing and Settlement Plan*);
- Dobivanje IATA *Numeric Code* (globalnog identifikacijskog koda);
- Stručno priznavanje;
- Standardizacija;
- Kvaliteta, sigurnost i lojalnost.

Moguće je istaknuti kako je riječ o jednom od inovativnih rješenja u zračnom prometu, a o istima danas uvelike ovisi uspješnost razvoja prometa, turizma i ostalih djelatnosti. Osim ove inovacije i doprinosa predmetne organizacije, moguće je ukazati i na neke ostale pozitivne rezultate, inovacije i učinke. Pri tome se ističe uvođenje Jedinственog rezervacijskog koda TIDS (engl. *Travel Industry Designator Service*). On služi turističkim agencijama i ostalim predstavnicima, a omogućuje globalnu priznatost rezervacija. Jednako tako pozitivno djeluje na ubrzanje poslovanja, zaštitu naknada te ostalim pogodnostima.

Na jednostavan način moguće je potvrditi kao ova specijalizirana organizacija, kao i prethodno navedene, te mnoge druge, izravno i višestruko pozitivno utječu na predmetna područja ili djelatnosti u okviru kojih se javljaju, ali i na sam turizam Europske unije te onaj međunarodni. U tom kontekstu moguće je govoriti o nekim općenitim koristima koje se odnose na informiranje, podršku, savjetovanje, suradnju, stabilnost i unapređenje sigurnosti, reduciranje i otklanjanje brojnih ograničenja i problema te niz ostalih učinaka.

Na uspješnost ovoga tržišta, u smislu poslovanja i njegova razvoja. Utjecali su brojni čimbenici. Pored nekih standardnih uvjeta kao što su tradicija turističkog poslovanja, heterogenost i kvaliteta resursne osnove, geostrateški položaj, klimatski uvjeti i ostale prirodne pogodnosti, svakako treba istaknuti i ostale pozitivne čimbenike. Isti se javljaju kao generatori uspješnog, dugoročnog i održivog razvoja turizma ovoga područja.

Vjeruje se kako će rad ovih tijela i organizacija u budućnosti nastaviti jednakim intenzitetom, uz eventualno jačanje, a što će utjecati na uspješniji razvoj turizma Europske unije, kao i međunarodni turizam. Sukladno tome, očekuje se sve veći broj članica u međunarodnim organizacijama, uslijed razvoja spoznaje o koristima koje članstvo donosi.

Turizam je po mnogočemu specifična i vrlo kompleksna socio-ekonomska pojava. To se, između ostaloga potvrđuje i kompleksnošću inicijativa Europske unije koje su usmjerene njegovu planiranju, upravljanju razvojem, poslovanju, ali i kontroli te razvoju. Ovime se ujedno i opravdava nepostojanje jedinstvene turističke politike na razini Europske unije jer se smatra da bi istom bilo vrlo otežano obuhvatiti sve segmente turističkog poslovanja i razvoja, kao i posebnosti istoga na primjeru pojedinih država članica.

4. REGIONALNE EU TURISTIČKE INICIJATIVE

Europska unija danas predstavlja vodeću nadnacionalnu tvorevinu ili regiju, kako na razini međunarodne ekonomije, tako i globalnog društva. Kada je riječ o međunarodnom turizmu, ona predstavlja najznačajnije emitivno i receptivno tržište već duži niz godina, a o tome svjedoče kvantitativni, ali i kvalitativni podaci.

Iako se turizam na razini Europske unije ne regulira i potiče uz pomoć jedinstvene turističke politike, već je on u nadležnosti svake države članice Europske unije, postoje brojne inicijative Europske unije kojima se uređuje ovo pitanje. Osim što je turizam dijelom reguliran nizom politika koje se tiču nekih drugih sektora i djelatnosti, također postoje i Europski strukturni te investicijski fondovi, kojima se izravno ili neizravno promiče i jača njegov održivi razvoj.

Na primjeru turizma Europske unije posebice se djeluje u smjeru obogaćenja, razvoja i jačanja ponude europskog turizma. Isto se vrši formiranjem konkurentskih selektivnih oblika turizma, koji se na međunarodnom turističkom tržištu nude kao individualni turistički proizvodi. Pored navedenoga, Europska unija nositelj se raznih potpora ovome poslovanju, a njihov broj i kvaliteta rastu kontinuirano.

4.1. Poticanje ponude Europskog turizma

4.1.1. Obalni i pomorski turizam

Obalni i pomorski turizam jedan je od strateških smjerova razvoja ponude turizma Europske unije. To potvrđuje i postojanje Europske strategije za pomorski i obalni turizam. U okviru iste specificirane su potrebe i specifičnosti razvoja ovih selektivnih oblika turizma, kao i ostali ciljevi. Pri tome se posebice ukazuje na tendenciju otvaranja novih radnih mjesta i unapređenje opće zaposlenosti, posebice mladih.

Ovo je prvi dokument na razini Europske unije koji se odnosi na obalni i pomorski turizam, a priznaje važnost jasnog i održivog okvira za maksimiziranje rasta. U okviru dokumenta poziva se na razmatranje stanja za razvoj istoga u svim regijama Europske unije, koje raspolažu s potrebitim prirodnim i ostalim uvjetima za razvoja istoga.

posebno se naglašavaju uloge lokalnih i regionalnih vlasti u planiranju i provedbi politike turizma, te se imperativno izdvajaju resorne politike za ovo područje, a misli se na politiku za informatičku povezanost, promet, okoliš, sigurnost te zaštitu potrošača i radnu mobilnost (Europska komisija, 2019).

„Smatra da je za provedbu ove strategije potrebno definirati i proširiti opseg aktivnosti koje se mogu okarakterizirati kao "obalni i pomorski turizam", i to na način da one ne podrazumijevaju isključivo turizam temeljen na moru i plaži, krstarenja, rekreativno jedrenje, sportsku nautiku i povezane kopnene aktivnosti, već i morske aktivnosti i sportove, poput ronjenja, promatranja divljih životinja i aktivnosti povezanih s jedrenjem i surfanjem, kao i aktivnosti povezane s kulturnim turizmom: otkrivanje baštine i gastronomije, sudjelovanje u kulturnim manifestacijama te upoznavanje ribarskog alata i ribarskih zanata (Europska komisija, 2019).“

Ovime se zapravo potvrđuje kako obalni i pomorski turizam integrira čitav niz ostalih selektivnih oblika turizma. Upravo zbog toga, predmetna strategija može se uzeti kao općeniti razvojni dokument u području turizma Europske unije.

Pored navedenoga, obrađena je i problematika financiranja razvoja turizma, uz nedvojbeno poštivanje supsidijarnosti i razvoja sukladno institucijama EU, državama članicama, regijama i svim dionicima. Sukladno tome, potvrđuje se kako je riječ o izravno podupirućem procesu razvoja turizma koji će biti svima dostupan, kvalitetan i sukladan ciljevima i interesima svih dionika. Posebno se poziva na razvoj svijesti obalnih regija u svezi postizanja ekološke i kulturne održivosti, kao i povećanju vrijednosti i očuvanju europske pomorske baštine, te poticanju obrazaca ponašanja (odgovoran i participativni turizam) za ostvarivanje tih ciljeva.

Doprinos ove strategije u unapređenju turizma EU općenito, očituje se i u prepoznavanju uloge europskih organizacija i inicijativa. Primjerice, misli se na Status plave zastave, Nagrada za kvalitetu obale, Europsku strategiju plavog rasta i slične, koje se odnose na promicanje načela kvalitete europskog turizma kao što su zaštita

okoliša, održiv turizam, obrazovanje i podizanje svijesti u europskim obalnim i pomorskim regijama (Europska komisija, 2019).

4.1.2. Održivi turizam

Od samih početaka do danas Europska unija ima središnju ulogu i vodeći značaj u promicanju i jačanju održivog razvoja općenito, a tako i na razini turizma. Europska unija ne samo da je prepoznala značaj održivog razvoja turizma, već isti uzima kao jedini opravdani smjer razvoja i poslovanja. To potvrđuje brojnim aktivnostima koje za cilj imaju promicanje, jačanje i unapređenje održivog turizma.

U kontekstu ove problematike treba ukazati kako Europska unija ima implementirane svojevrstne politike održivog razvoja turizma, a kroz brojne projekte i programe ona nastoji turizam približiti svima, kao i unaprijediti njegovu opću kvalitetu poslovanja i razvoja.

Iako Europska unija nema jedinstvenu turističku politiku, brojni dionici djeluju kao aktivni akteri i nositelji zasebnih turističkih politika, a time i onih koje se odnose na problematiku održivog turizma. Misli se na (Hendija, 2013):

- Europska komisija;
- Generalna direkcija za poduzetništvo i industriju unutar koje djeluje Sektor za turizam te Odbor za promet i turizam u Europskom parlamentu;
- Savjetodavni odbor za turizam;
- Europska putnička komisija;
- Odbor za promet i turizam;
- EUROSTAT.

Navedeni dionici predstavljaju ključne nositelje turističke politike, a time i one koja se odnosi na pitanje njegova održivog razvoja. Pored njih svakako treba ukazati i na poduzetnike u turizmu, javne i privatne subjekte te lokalnu zajednicu.

Održivi turizam, a time i razvoj općenito, na globalnoj razini prvenstveno je specificiran i reguliran UN-ovim Programom do 2030. godine, koji je od strane svjetskih čelnika

usvojen i prihvaćen 2015. godine. riječ je o novom globalnom okviru održivog razvoja, koji zadire i u turizam, a koji utvrđuje 17 ciljeva.

Ovaj akt predstavlja predanost smanjivanja siromaštva i postizanju ciljeva održivog razvoja do spomenutog razdoblja. Ciljevima održivog razvoja osigurava se ravnoteža triju dimenzija održivog razvoja: gospodarske, društvene i okolišne. Njima se utvrđuju konkretni ciljevi za idućih 15 godina, usmjereni među ostalim na (Europska komisija, 2019):

- Ljudsko dostojanstvo;
- Regionalnu i globalnu stabilnost;
- Zdrav planet;
- Pravedna i otporna društva;
- Uspješna gospodarstva.

Ciljevi pridonose promicanju približavanja zemalja EU-a, unutar društava i s ostatkom svijeta. Europska komisija je u studenome 2016. godine iznijela svoj strateški pristup za provedbu Programa, uključujući ciljeve održivog razvoja. Ključne mjere za provedbu jesu (Europska komisija, 2019):

- Uključivanje ciljeva održivog razvoja u politike i inicijative EU-a na svim razinama;
- Redovito izvješćivanje o napretku;
- Napredak u provedbi Programa do 2030. u suradnji s vladama zemalja EU-a, Europskim parlamentom, drugim europskim institucijama, međunarodnim organizacijama, organizacijama civilnoga društva, građanima i drugim dionicima;
- Pokretanje platforme s više dionika na visokoj razini za potporu razmjeni najboljih praksi u provedbi u različitim sektorima na nacionalnoj razini i razini EU-a;
- Razvijanje dugoročnije vizije za razdoblje nakon 2020.

Radi promicanja održivog razvoja diljem svijeta EU surađuje s vanjskim partnerima koristeći se svim instrumentima koji su dostupni u okviru vanjskih politika. Financiranje se provodi u okviru Europskih strukturnih i investicijskih fondova, putem kojih se provode brojni razvojni projekti u turizmu i šire.

4.1.3. Kulturni turizam

Kulturni turizam jedan je od najbrže rastućih turističkih proizvoda na međunarodnoj razini, kao i izvrsno sredstvo izgradnje imidža turističkih regija. Isti na primjeru EU ima poseban značaj u okviru njezine cjelovite turističke ponude, a što se očituje u konkretnim pokazateljima ukupne turističke aktivnosti.

Njegovu razvoju pogoduju bogata atrakcijska osnova, ali i angažman brojnih dionika u poticanju njegova razvoja. Posebno je važno istaknuti politiku razvoja kulturnog turizma, aktivnosti mnogih organizacija te fondove Europske unije. O bogatstvu i autentičnosti kulturno povijesne atrakcijske osnove Europe unije najbolje svjedoče podatci UNESCO-a, lista zaštićene baštine ovoga teritorija (Slika 5.).

S gledišta ekonomskih učinaka, kulturno-povijesna baština EU generira oko 300 milijardi eura prihoda godišnje i 9 milijuna radnih mjesta u sektoru turizma (indirektno i direktno zaposleni). U okviru konzervatorskih usluga generira se oko 5 milijardi eura godišnje (Europska komisija, 2013).

Pitanje kulture utvrđeno je već Ugovorom iz Lisabona. On je jedan od osnovnih ugovora i temelj pravne osnove Europske unije. Jedan od osnovnih ciljeva koji se u okviru istoga ističe je poštivanje bogate i raznolike kulturne i jezične raznolikosti te očuvanje i unapređenje kulturnog nasljeđa Europe. Uloga i funkcija Europe u tom kontekstu je poduzimanje aktivnosti kojima se podupire, koordinira ili dopunjuje djelovanje svih država članica.

Slika 5. Globalna koncentracije elemenata zaštićene baštine – UNESCO



Izvor: UNESCO (2019.) World Heritage List. Dostupno na: http://whc.unesco.org/en/list/?search=europe&searchSites=&search_by_country=®ion=&search_yearinscribed=&themes=&criteria_restriction=&type=&media=&order=country&description= (24.02.2019.).

Na razini EU postoji krovni dokument koji uređuje ovo područje. Misli se na strategiju razvoja kulturnog turizma Europske unije, odnosno Europski program za kulturu koji predstavlja strateški okvir od 2007. godine. On se odnosio na poticanje četiri temeljna strateška cilja za razdoblje od 2015. do 2018. godine, a misli se na (Europska komisija, 2019):

- Dostupna i uključiva kultura (podrazumijeva ugradnju sudioništva u koncepte javnog sustava upravljanja, a implicira da se pripadajuća ovlast mora dijeliti s građanima i zajednicom kojoj pripadaju javni resursi o kojima se odluke donose);
- Kulturna baština;
- Kulturni i kreativni sektori, kreativno gospodarstvo i inovativnost;
- Promicanje kulturne raznolikosti.

Osnovne metode i instrumenti za provedbu ciljeva su integracija dionika, poticanje suradnje i informiranja šire javnosti. Svrha strategije je promicanje međunarodnih kulturnih odnosa, mira, vladavine prava, slobode izražavanja, međusobnog razumijevanja i poštivanja temeljnih vrijednosti.

Djelovanje Europske unije na području kulture dopunjuje kulturnu politiku država članica u raznim aspektima. Na razini iste sve države članice samostalno odlučuju o formiranju kulturnih politika i o konkretnim odlukama u svezi njezina financiranja. Kulturna politika kao takva nije strogo određena, ali je dijelom uređena Ugovorom o funkcioniranju Europske Unije.

Kultura 2007-2013 i MEDIA 2007 jesu značajni EU programi kojima se potiče suradnja među državama članicama u ovome području. Sveukupnost kulturnih politika i trendova sadržano je u Kompendiju (engl. *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*). Riječ je o informacijskom i monitoring web-sistemu mjera i instrumenata ovih politika. Kao dugoročni projekt uključuje 50 zemalja (Europska kulturna konvencija), a reflektira temeljne prioritete. Također, sadrži iscrpnu bazu podataka koja prikazuje konkretne indikatore kulturne statistike, ali i odgovore na pitanja u svezi kulturnih politika i monitoringa.

Posebnu ulogu u promicanju kulturnog turizma EU ima i Vijeće Europe. Upravo je ovo tijelo identificiralo kulturni turizam kao važan instrument integracije europskih naroda pa je pokrenulo i niz projekata u tu svrhu. Posebno treba izdvojiti projekt Kulturni itinerari koji začetke razvoja seže iz 1960. godine. U okviru njega stavlja se poseban naglasak na kulturni turizam (Jelinčić, 2008). Njegova posebna vrijednost prepoznata je kroz zadatke *L' Europe Continue*. U okviru njih razvija se svijest o europskoj kulturi putem turizma, identificiraju mogućnosti za osnivanjem mreže u kulturnom turizmu i promiču najvažniji lokaliteti.

Danas projekt ima preko 2 000 partnera i pokriva gotovo 30 tema kao što su Transromanica, Putovi Feničana, Putovi humanizma, Put sjevernog svjetla, Ciganski putovi i slično. Osim njega izdvajaju se i sljedeći (Jelinčić, 2008);

- *Cultural and National Heritage* – namijenjen je kulturno-povijesnoj i prirodnoj baštini, odnosno toleranciji i bezuvjetnom poštivanju;
- Projekti kulturnog turizma – *European Heritage Days, European Heritage Network, European Landscape Convention, Heritage Education* i *Heritage Skills and Crafts*;
- Projekt CARAVELA – pružanje informacija i profesionalne orijentacije u području arhitektonskih vještina;
- Projekt SALAMBO – neizravno povezan s turizmom;
- Projekt AGESA – upravljanje arheološkim lokalitetima;
- Projekt PISA – integrirano planiranje na arheološkim lokalitetima,
- RESIDE i Turistička baština: Baština turizma i putovanja (engl. *Tourism Heritage: The Heritage of Tourism and Travels*) i ostali.

Potvrđuje se kako je Vijeće Europe bitno je utjecalo na formuliranje kulturnih politika u europskim zemljama. Aktivnosti su sve brojnije i danas, a nastavak takvog angažmana očekuje se i u budućnosti.

4.2. Svima dostupan europski turizam

4.2.1. Svima dostupan turizam

Osiguranje svima dostupnog, vansezonskog i kvalitetnog turizma svima, na razini Europske unije također se osigurava uz provedbu konkretnih projekata ove prirode. Pri tome posebice treba izdvojiti Calypso program, koji nastoji turizam približiti svima. Točnije, ona je namijenjen involviranju marginalizirane skupine u turističke tijekove, a time se otvara prostor za raspravu socijalnom turizmu (Europska komisija, 2019).

Ovaj program može se razmatrati i kao jedinstvena inicijativa, koja je namijenjena isključivo turizmu na ovome području. Posebna pažnja posvećuje se približavanju turizma rizičnim skupinama društva, kao što su (Europska komisija, 2019):

- Starije i nemoćne osobe;
- Mlađe odrasle osobe teške imovinske i ostale situacije;
- Obitelji lošeg imovinskog stanja;

- Osobe s invaliditetom i slabom pokretljivošću te ostale.

Općeniti cilj ove inicijative, pored niza ostalih, jest osiguranje mogućnosti putovanja i boravka u destinaciji što većem broju osoba. Pri tome se ujedno nastoji reducirati problem sezonalnosti te indirektno utjecati na zapošljavanje i poticanje slabije razvijenih turističkih destinacija. Na ovaj način turizam se ne nastoji samo promovirati kao dostupan svima, već i kao vansezonski, odnosno turizam tijekom čitave godine.

4.2.2. Europske destinacije izvrsnosti

U okviru projekta ili inicijative Europskih destinacija izvrsnosti (engl. *European Destinations of Excellence* - EDEN) pozitivno se utječe na jačanje i razvoj održivog turizma. Time se zapravo intenzivira i potreba za integriranjem analiziranjem programa, projekata i inicijativa Europske unije, s obzirom da je vidljivo kako se one međusobno nadopunjuju i nadograđuju.

Ova promotivna inicijativa provodi se, kao što je i istaknuto, u kontekstu održivog turizma EU. Ideja inicijative jest promoviranje turističkih destinacija na međunarodnoj razini, a time i jačanje njihova međunarodnog imidža te konkurentnosti.

Preko nacionalnih natjecanja provode se godišnji izbori države članice Europske unije kao europske destinacije izvrsnosti. Na taj način se, između ostaloga, pozitivno djeluje na privlačenje pažnje, ali i za razmjenu iskustva u turizmu. Izbor se vrši na osnovu teme koja je zadana u godišnjem natjecanju, a one se izmjenjuju svake godine. Posebno je pohvalno istaknuti kako je projekt namijenjen neistraženim i nedovoljno pozicioniranim turističkim destinacijama koje imaju značajan potencijal. Presudno je pri tome da se sve one razvijaju na temelju koncepta održivosti, odnosno da zadovoljavaju sve dimenzije istoga. Neki od specifičnih ciljeva ove inicijative mogu se sagledati kroz (Europska komisija, 2019):

- Promicanje europskog turizma;
- Stvaranje i jačanje svijesti o raznolikosti i kvaliteti europske turističke ponude;
- Promicanje turističkih regija i subregija;
- Reduciranje sezonalnosti ostalih ograničenja u turizmu;

- Balansiranje turističkih tokova;
- Stvaranje baze i platforme za razmjenu uspješnih praksi u turizmu, ali i šire;
- Promocija umrežavanje nagrađenih destinacija te stimulira druge da usvoje modele održivog razvoja turizma.

Danas postoje brojni primjeri uspješnog promoviranja destinacija kroz ovu inicijativu. Među njima su i oni na području Hrvatske. Naime, Hrvatska se uspješno izborila za pravo sudjelovanja u ovome projektu, a svake godine operativne funkcije provodi Hrvatska turistička zajednica sa sustavom turističkih zajednica.

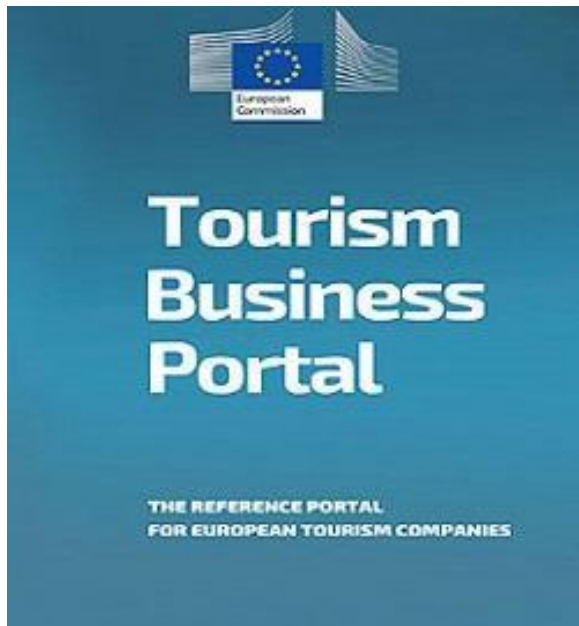
U 2006./2007. godini proveden je prvi EDEN izbor s temom Turizam na ruralnom području, a nacionalni pobjednik bio je Sveti Martin na Muri u Međimurskoj županiji. Godine 2008. godini izbor je proveden s temom Turizam i lokalna nematerijalna baština, a hrvatski je pobjednik bio grad Đurđevac u Koprivničko-križevačkoj županiji sa tradicionalnom „Picokijadom“. Sljedeće godine, na temu Turizma i zaštićenih područja, hrvatski pobjednik bio je Nacionalni park Sjeverni Velebit (Ličko-senjska županija), a godine 2010. na temu Turizam uz vode, pobjedu je odnio grad Nin. U narednim godinama pobjedu u Hrvatskoj redom su odnijeli Pustara Višnjica u Virovitičko-podravskoj županiji na temu Turizam i prenamjena obnovljenih fizičkih lokaliteta, Ruralni turizam Stancija 1904 u Istri na temu Pristupačni turizam, Gornje Međimurje na temu Turizam i lokalna gastronomija, te ostali (Europska komisija, 2019).

4.3. Potpore turističkom poslovanju

4.3.1. Turistički poslovni portal

Jedna od aktivnosti kojima se pospješuju turističko poslovanje i razvoj turizma na razini Europske unije je Turistički poslovni portal ili *Tourism business portal* (Slika 6.). Turistički poslovni portal (engl. Tourism Business Portal) predstavlja rezultat rada i napora Europske komisije. Riječ je o novom alatu koji za svrhu ima jačanje konkurentnosti malih i srednjih poduzeća u turizmu. To je posebice značajno uzme li se u obzir značaj poduzetništva za razvoj turizma u raznim segmentima. Pri tome, posebice se misli na malo i srednje poduzetništvo, kao i jačanja suradnje među njima.

Slika 6. Turistički poslovni portal



Izvor: *Europski fondovi* (2019.) *Novi alat Europske komisije – Turistički poslovni portal*. Dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/vijesti/novi-alat-europske-komisije-turisti-ki-poslovni-portal> (25.02.2019.).

Ovaj portal izravno pomaže svim turističkim poduzećima od njihovog osnivanja, upravljanja i promocije do proširenja poslovanja diljem Europe, ali i na međunarodnom turističkom tržištu. Riječ je o izravnoj podršci poslovnim subjektima, koja nudi niz pogodnosti.

Treba istaknuti kako se isti javlja kao jedna od sastavnica inicijative informacijsko komunikacijske tehnologije u turizmu, a koja teži poboljšanju inovacija i porastu potencijala kreiranja novih poslova u turističkom sektoru (Europski fondovi, 2019). Najvažnija dodana vrijednost istoga očituje se u pružanju najnovijih informacije, digitalnih alata i e-učenja o temama od interesa za sektor. Ujedno je riječ i o poveznici na informacije o mogućnostima financiranja i zapošljavanja.

„Portal pokriva široki raspon pitanja koja se odnose na strateško upravljanje turističkim tvrtkama, i to u rasponu od smjernica o izradi poslovnog plana i učinkovitosti kadra, do on-line marketinga i internacionalizacije te energetske učinkovitosti. Sadrži više od 350 referentnih poveznica i primjera dobre prakse te više od 40 praktičnih primjera (Europski fondovi, 2019).“

4.3.2. Vodič EU fondova za turistički sektor 2014. - 2020.

Dijelom je već bilo riječi kako Europska unija nema jedinstveni fond namijenjen turizmu, već se poticaj njegovu razvoju vrši kroz sve Europske strukturne i investicijske fondove. Oni predstavljaju financijske instrumente koji zapravo egzistiraju kao podrška provedbi raznih politika Europske unije. Vodeća je Kohezijska politika, no time se ne umanjuje ni značaj ostalih. Njezina posebnost očituje se u tome što ima vrlo široki obuhvat, točnije zadire u razna ekonomska, socijalna i ostala područja (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2019).

Za razdoblje od 2014. do 2020. godine za provedbu ove politike u EU izdvojeno je 376 milijardi eura. Financiranje se provodi putem sljedećih fondova (Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, 2012):

- Kohezijski fond – pomoć razvoju država čiji je bruto nacionalni dohodak po stanovniku manji od 90% prosjeka EU. Financiraju se projekti iz područja prometa i okoliša;
- Europski fond za regionalni razvoj – jačanje ekonomske i socijalne kohezije u Europskoj uniji te smanjenje razvojnih razlika između regija;
- Europski socijalni fond – poticanje zapošljavanja i mogućnosti zaposlenja s ciljem smanjenja siromaštva i poticanja socijalne uključenosti stanovništva.

Vidljivo je kako su ciljevi ove politike generali i heterogeni, a uvelike zadiru i u područje turizma. Osim navedenih fondova, na raspolaganju su i (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2019):

- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj;
- Europski fond za pomorstvo i ribarstvo.

Ovi fondovi (ESI fondovi) dostupni su svim državama članicama. Putem njih financiraju se brojni projekti, a svaka država ima predviđeni iznos financijskih sredstava koje može povući kroz ove projekte (Tablica 3.).

Tablica 3. Iznos financijskih sredstava ESI fondova za Hrvatsku 2014.-2020.

ESI fond	Alokacija (Eur)
Europski fond za regionalni razvoj	4.321.499.588
Kohezijski fond	2.559.545.971
Europski socijalni fond	1.516.033.073
Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj	2.026.222.500
Europski fond za pomorstvo i ribarstvo	252.643.138
Ukupno	10.675.944.270

Izvor: *Europski strukturni i investicijski fondovi (2019.) ESI fondovi 2014.-2020.* Dostupno na: <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/esi-fondovi-2014-2020/> (25.02.2019.).

Na razini Hrvatske, strateški okvir za korištenje ESI fondova određen je Sporazumom o partnerstvu, operativnim programima, Zajedničkim nacionalnim pravilima i Zakonom o uspostavi institucionalnog okvira za korištenje ESI fondova za razdoblje 2014.-2020., ali i uredbama koje propisuju nadležnost pojedinih tijela za svaki ESI instrument.

Osnova za povlačenje sredstava iz fondova je postojanje kvalitetne razvojne ideje, koja je detaljizirana i specificirana u okviru razvojnog projekta. Ovo pravo zapravo ostvaruju sve organizacije javnog, privatnog i civilnog sektora, te građani pojedinci (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2019).

Do sada su istima financirani brojni projekti koji se odnose na zapošljavanje, čist okoliš, energetska efikasnost, ruralni razvoj, unapređenje kvalitete javnih površina, zbrinjavanje otpada, unapređenje prometne povezanosti i redom dalje. Vidljivo je pri tome kako su svi oni izravno ili neizravno povezani s turizmom, a imaju za cilj unapređenje njegova održivog razvoja, kao i kvalitetu ponude.

4.3.3. Digitalni turizam

Tijekom proteklih nekoliko dekada europski turistički sektor suočava se sa sve ozbiljnijim pritiscima okoline, posebice one tehnološke. Ovi izazovi adekvatno su i pravovremeno prepoznati, a kroz razne inicijative nastoji se što uspješnije odgovoriti na iste.

Promjene koje donosi digitalna revolucija u središte zanimanja postavljaju nove politike poslovanja, kao i promjene koje se odražavaju na strani turističke potražnje. Danas mnogi turisti svoja putovanja planiraju samostalno, pretraživanjem informacija na Internetu, i u tome se sve više koriste i raznim mobilnim aplikacijama. Također, o iskustvima na putovanju sve se više raspravlja na društvenim mrežama i blogovima, kao i specijaliziranim komercijalnim kanalima posvećenima putovanjima kao što je TripAdvisor.

Mnoge europske tvrtke u turizmu shvatile su bit ovih promjena i prilagodile ponude i proizvode digitalnim trendovima. Europska unija svojim politikama značajno utječe na stanje u turističkom sektoru. Pri tome poseban značaj ima Strategija ostvarenja jedinstvenog digitalnog tržišta – EU, koja podržava digitalni turizam putem raznih fondova i inicijativa kao što su forumi, konferencije i webinarari (Pokreni posao, 2019).

Kroz inicijativu unapređenja i razvoja digitalnog turizma u EU financiraju se projekti digitalizacije u pojedinim državama članicama, među kojima je i Hrvatska. Isti se financiraju kroz Operativni program Konkurentnosti i kohezija

Cilj projekata je poboljšati komunikaciju između građana i javne uprave u turizmu te povećati učinkovitost i transparentnost javne uprave u pružanju javnih usluga u turizmu. Očekivani rezultati odnose se na unapređenje same komunikacije, smanjenje troškova, povećanje transparentnosti i kvalitete poslovanja u turizmu i šire.

4.3.4. Profesionalne sposobnosti

Unapređenje profesionalnih sposobnosti jedan je od strateških ciljeva Europske unije. Projekti ove prirode financiraju se prvenstveno iz Europskog socijalnog fonda, a namijenjeni su različitim skupinama stanovnika.

Danas postoje brojni primjeri programa i inicijativa EU koji su usmjereni ovom području. Neki od njih su (Europski strukturni i investicijski fondovi, 2019):

- Program Erasmus+ – obrazovanje, osposobljavanje, mladi i sport. Ovim programom nastoji se pomoći više od 4 milijuna osoba, većinom mladih. Aktivnosti su usmjerene u osiguranje mogućnosti studiranja, kao i podizanje kvalitete istoga, volontiranje u inozemstvu, stjecanje iskustva i vještina te povezivanje ljudi diljem EU;
- Posebna pažnja posvećuje se i inovacijama te poduzetništvu - Europski institut za inovacije i tehnologiju (EIT) osnovnu zadaću odražava kroz mogućnost suradnje najboljih europskih visokoškolskih ustanova, istraživačkih centara i poduzeća u cilju rješavanja velikih društvenih izazova;
- Istraživanje – program Marie Skłodowska-Curie – osim programom podupiru se profesionalni razvoj i osposobljavanje za istraživače u svim područjima znanosti, osobito na način da im se olakšava studij i rad u različitim zemljama i sektorima.

Pored ovih primjera danas postoje i mnogi drugi. Svi oni za cilj imaju pomoć socijalnom uključivanju, zapošljavanju i intelektualnom razvoju svih građana EU. posebno se brine o ugroženim skupinama stanovništva kao što su mladi bez radnog iskustva, starije osobe, osobe s invaliditetom i ostale. Konačna svrha je promicanje cjeloživotnog obrazovanja i usavršavanja te jednostavniji pronalazak zaposlenja.

4.3.5. Europska poduzetnička mreža

Europska poduzetnička mreža ili *Enterprise Europe Network* namijenjena je gospodarstvenicima diljem Europe. Ista je posvećena potpori i savjetovanju gospodarstvenicima, kao i pojednostavljenju maksimalnog iskorištavanja koje daju Europska unija i jedinstveno europsko tržište.

Usluge iste posebice su kreirane za male i srednje poduzetnike, međutim dostupne su i ostalim dionicima poput poslovnih institucija, istraživačkih centara i sveučilišta (Europska poduzetnička mreža, 2019). Europska poduzetnička mreža sastavljena je od oko 600 partnerskih organizacija i institucija, a pruža odlične kontakte i poveznice u 54 zemlje i 92 konzorcija: EU28, Norveška, Island, zemlje kandidatkinje (Crna Gora, Srbija, Turska, Makedonija), Švicarska, treće zemlje (Armenija, Čile, Rusija), te povezuje preko 4 000 eksperata s područja poduzetništva, inovacija i transfera tehnologije s ciljem promidžbe konkurentnosti i inovacija na lokalnoj i europskoj razini pa i šire (Europska poduzetnička mreža, 2019).

Pored navedenoga ona doprinosi razmjeni informacija, savjeta i iskustava u svezi zakonodavstva, transfera tehnologije, mogućnostima financiranja i redom dalje. Na taj način moguće ju je sagledati kao izravnu potporu poslovnom svijetu, ne samo u turizmu, već i šire.

4.3.6. Oporezivanje u turizmu

Oporezivanje usluga u turizmu po mnogočemu je specifično. Treba istaknuti kako jedinstvena stopa PDV-a u turizmu iznosi 25%, a ona se obračunava samo na iznos marže, a ne cjelokupni iznos usluge. Pri tome se iz obračuna izostavljaju prolazne stavke kao što je boravišna pristojba (Jankač, 2016). Postoji mogućnost primjene i redovnog postupka, a tada vrijede sljedeća pravila (Jankač, 2016):

- „Stopa od 13% primjenjuje se na usluge smještaja ili smještaja s doručkom, polupansiona ili punog pansiona u hotelima ili objektima slične namjene, uključujući smještaj za vrijeme odmora, iznajmljivanje prostora u kampovima za odmor ili u mjestima određenima za kampiranje te smještaj u plovnim objektima nautičkog turizma;
- Ista stopa se primjenjuje na ugostiteljske usluge: pripremanja hrane i obavljanje usluga prehrane u ugostiteljskim objektima te pripremanje i usluživanje bezalkoholnih pića i napitaka, vina i piva u tim objektima;
- Na sve ostale usluge u turizmu i ugostiteljstvu primjenjuje se stopa 25%.“

Pored navedenoga, treba istaknuti kako se u turizmu primjenjuje posebni postupak oporezivanja marže. Riječ je o jednoj od novina, koja se odnosi na složeni postupak oporezivanja. Naime, postoji više stopa PDV-a, usluge na području EU i u tuzemstvu, u trećim državama (van EU), kombinirano i slično. Posebnim postupkom se pojednostavnjuje obračun PDV-a, a ujedno se izbjegava potreba registracije u drugim državama. Specifičnosti postupka odnose se na (Jankač, 2016):

- PDV se obračunava iz iznosa ostvarene marže, preračunatom stopom PDV-a od 20%;
- Nema odbitka pretporeza po ulaznim računima vezanima uz organizaciju tog pojedinog aranžmana;
- Nema iskazivanja PDV-a na računu prema kupcu, radi tajnosti podatka o marži;
- Vodi se posebna evidencija za račune koji podliježu posebnom postupku,
- Primjenjuje se stopa PDV-a od 25%, kako je navedeno pod točkom 1. (preračunata stopa 20%), bez obzira što usluga u sebi sadrži usluge smještaja i dr. koje bi inače bile oporezive sa stopom od 13%.
- Posebni postupak primjenjuje se isključivo u pojedinim slučajevima.

Kako bi ovaj postupak bio primjenjiv u praksi, potrebno je zadovoljiti konkretne uvjete. Misli se na prodaju paket aranžmana i izleta, izravno pružanje usluge putniku koja je i korisnik iste, status agencije koja isključivo nabavlja usluge od drugih poduzetnika, koji pružaju usluge smještaja, prijevoza, vodiča i drugo, u organizaciji konkretnog aranžmana ili izleta, te da to vrši u svoje ime. U konačnici, treba istaknuti kako su usluge oporezive prema mjestu sjedišta ili stalne poslovne jedinice agencije.

5. KRITIČKI OSVRT

5.1. Problematika turističke regionalizacije svijeta

Vodeći resurs u turizmu svakako je prostor na kojemu se formira turistička ponuda, a ujedno i konzumiraju integrirani turistički proizvodi. Prostor pri tome biva određen brojnim čimbenicima, a postojanje komparativnih prednosti, kao i optimalnih strategija njegovim upravljanjem u turističke svrhe, predstavlja strateške instrumente ili inpute, kojima se maksimizira iskorištenost prostora, uspješnost realizacije ciljeva, kao i dugoročno održivo gospodarenje istim.

Turistička regionalizacija tek dijelom počiva na standardnim kriterijima geografske regionalizacije, što je i opravdano s obzirom na specifičnost turizma, posebno određivanja granica turističke regije, kao i ostalih motiva te razloga. Imperativ pri tome ima turistička regionalizacija svijeta izdana od Svjetske turističke organizacije, koja je danas opće prihvaćena i bazna u turističkoj praksi.

5.2. Uloga Europe kao regije u globalnom turističkom tržištu

Na osnovu ove regionalizacije Europa je prepoznata kao dominantna dinamična kategorija, odnosno turistička regija, koja je sačinjena od nekoliko subregija. Takvo klasificiranje prostora pojednostavljuje proces razvoja turističkih regija, kao i planiranje turizma na istima. Pored toga, koristi se očituju i u ostalim segmentima poput praćenja turističke statistike, trendova, ali i izvršenja budućih predviđanja. Europska unija vodeće je turističko tržište na međunarodnoj razini. Značaj ove nadnacionalne tvorevine podjednako se očituje u kontekstu emitivnog i receptivnog turizma, a o tome svjedoče konkretni turistički pokazatelji, kao i brojni kvalitativni podaci.

Razvoj turizma Europske unije izravno je podržan vrlo razrađenim, stabilnim i učinkovitim institucionalnim okvirom. Pri tome se misli na postojanje brojnih tijela ili institucija, koje se usmjeravaju na uređenje, stabilnost i konkurentnost turizma. Vodeće institucije pri tome su Komisija i Parlament, no ne treba zanemariti doprinos i učinke ostalih institucija. Sve one hijerarhijski su raspoređene, a u okviru te hijerarhije

dodijeljene su ima jasne funkcije, ovlasti i odgovornosti. Jasnoća, kontrola i nadzor njihova rada utječu na efikasno i poticajno djelovanje čitavog institucionalnog okvira, a i na konkurentnost turizma Europske unije. Pored uloge institucija Europske unije u njezinu turizmu i šire, svakako treba ukazati i na specijalizirane organizacije, one na međunarodnoj razini koje obuhvaćaju i područje Europske unije, kao i one koje se javljaju isključivo na teritoriju iste. Iz navedenog istraživanja moguće je zaključiti kako te organizacije djeluju u užim ili širim područjima, isključivo za potrebe turizma, ali i gospodarstva te društva općenito. Njihov rad koristi mnogočemu, a među osnovnih učincima ističu se informiranje, savjetovanje, podrška, unapređenje kvalitete i sigurnosti, praćenje međunarodnih trendova, uočavanje prilika, usklađivanje praksi poslovanja te redom dalje.

5.3. Konkurentnost europskog turizma uz pomoć regionalnih EU turističkih inicijativa

Turizam je jedna od važnih ekonomskih pojava u okviru gospodarstva Europske unije, a to se potvrđuje kontinuiranim rastom i pozitivnim učincima turizma. Dijelom mu se i iz tog razloga pridaju posebna pažnja i naponi, o kojima je djelom bilo riječi u ovome radu. Daje se istaknuti kako Europska unija posebne napore usmjerava u smjeru praćenja međunarodnih turističkih trendova i izazova, a sukladno istima nastoji modificirati i obogatiti inicijative u području unapređenja same ponude turizma, ali i u području njegova održivog i dugoročnog razvoja.

Sukladno suvremenim uvjetima poslovanja u turizmu, a koji se javljaju tijekom proteklih nekoliko dekada, specifične aktivnosti, u okviru zasebnih programa, projekata i inicijativa Europske unije, usmjeravaju se prema pojedinim selektivnim oblicima turizma, koji su prepoznati kao strateški turistički proizvodi. Također, vidljivi su i značajni naponi u općim obilježjima turizma, a time se on nastoji razvijati kao vansezonski ili cjelogodišnji, održiv i svima dostupan. Dijelom su ovi ciljevi usklađeni s općim ekonomskim ciljevima Europske unije, koji su sadržani u strategiji Europa 2020.

6. ZAKLJUČAK

Zaključak diplomskog rada iznosi spoznaje znanstvenog istraživanja te ukazuje na povezanost rezultata (doprinosa) u odnosu na postavljene ciljeve.

Diplomski rad potvrđuje hipotezu da Europa u okviru turističkog poslovanja i razvoja turizma posebnu pažnju poklanja se suradnji među dionicima, razvoju poduzetništva u turizmu, obrazovanju te sustavu podrške i financiranja. Daje se zaključiti kako su to strateška pitanja ili područja u kontekstu održivog razvoja turizma. Na ovaj način Europska unija osigurava stabilnu okolinu u turizmu, pojednostavljuje kompleksno poslovanje i zahtijevan razvoj, a ujedno stvara i osnovu za spremno odgovaranje na neke buduće izazove i promjene. Zajedničkim snagama razvojem specifičnih oblika turizma, Europa će u budućnosti postati još konkurentnija i sigurnija turistička destinacija na globalnoj razini.

Tematika istraživanja ostavlja mnogo prostora za buduća istraživanja problematike s obzirom na promjenjivost zahtjeva potražnje, potrebe prilagodbe ponude, rasta novih destinacija i drugih izazova.

LITERATURA

KNJIGE:

1. Bartoluci, M. (2013.) **Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva**. Zagreb: Školska knjiga
2. Hendija, Z. (2013): **Turistička politika Europske unije**. Zagreb: Međunarodni turizam, Ekonomski fakultet
3. Hitrec T. i Z. Hendija (2008.) **Politika, organizacija i pravo u turizmu**. Zagreb: ZSM knjiga
4. Jelinčić, D. A. (2008.) **Abeceda kulturnog turizma**. Zagreb: Meandarmedia

ZNANSTVENI ČLANCI:

1. Bjelajac, S. (2010.) „Regionalna sociologija: od makroregije do mikroregije“. God. **Titius**. God. 3. Br. 3. Str. 45.-50.
2. Bošnjak, S.; Tolušić, E. (2012.) „NUTS II kao dio kohezijske politike Europske unije“. **Praktični menadžment**, Vol III. Br. 5. Str. 79.-84.
3. Hendija Z. (2006.) „Internet- Europska turistička komisija o trendovima na europskom turističkom tržištu do 2010. Godine“. **Turizam- međunarodni znanstveno-stručni časopis**. Vol. 54. No. 3. Str. 324-326.
4. Kesner-Škreb, M. (2007.) „Institucije Europe unije“. **Financijska teorija i praksa**. 32 (1). Str. 73.-75.
5. Klarić, Z. (2005.) „Geografski aspekti turističke regionalizacije prema konceptu Svjetske turističke organizacije“. **Hrvatski geografski glasnik**. 67/2. Str. 39.-66.

INTERNET IZVORI:

1. Aalep (2015.) EU institutions involved in tourism. Dostupno na: <http://www.aalep.eu/eu-institutions-involved-tourism> (14.03.2019.)
2. Council of the European Union (2019.) The Council of the European Union. Dostupno na: <https://www.consilium.europa.eu/en/council-eu/> (13.03.2019.)
3. Europska komisija (2019.) Povijest regionalne politike. Dostupno na: http://ec.europa.eu/regional_policy/hr/policy/what/history/ (23.02.2019.)
4. ECTAA (2019.) About ECTAA. Dostupno na: <http://www.estaa.org> (14.03.2019.)
5. Enciklopedija (2019.) OECD. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=45468> (14.03.2019.)

6. European Parliament (2019.) About Parliament. Dostupno na: <http://www.europarl.europa.eu/portal/en> (14.03.2019.)
7. European Commission (2013.) Cultural Heritage. Dostupno na: http://www.europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/KI0313429ENC_002.pdf (24.02.2019.)
8. Europska komisija (2019.) About EDEN. Dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/about_en (25.02.2019.)
9. Europska komisija (2019.) Europske destinacije izvrsnosti (EDEN). Dostupno na: <https://mint.gov.hr/poveznice-linkovi/europske-destinacije-izvrsnosti-eden/11495> (25.02.2019.)
10. Europska komisija (2019.) Komisija. Dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/index_hr (14.03.2019.)
11. Europska komisija (2019.) Nadležnosti Europske komisije. Dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-commission_hr (13.03.2019.).
12. Europska komisija (2019.) Low season tourism. Dostupno na: http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/seniors-youth_en (25.02.2019.)
13. Europska komisija (2019.) Obalni i pomorski turizam. Dostupno na: https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_sl (24.02.2019.)
14. Europska komisija (2019.) Potreba za održivim razvojem. Dostupno na: https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/global-topics/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_hr (24.02.2019.)
15. Europska poduzetnička mreža (2019.) O Europskoj poduzetničkoj mreži. Dostupno na: <http://www.een.hr/hr/o-europskoj-poduzetnickoj-mrezi> (25.02.2019.)
16. Europski fondovi (2019.) Novi alat Europske komisije – Turistički poslovni portal. Dostupno na: <http://www.europski-fondovi.eu/vijesti/novi-alat-europske-komisije-turisti-ki-poslovni-portal> (25.02.2019.).
17. Europska unija (2019.) Europski parlament. Dostupno na: <https://sites.google.com/site/europskaunijaeu/home/europski-parlament> (14.03.2019.).
18. Europska unija (2019.) Institucije i tijela EU. Dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies_hr (14.03.2019.)

19. Europski socijalni fond (2019.) Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. Dostupno na: <http://www.esf.hr/operativni-program/>
20. EUROSTAT (2019.) About us. Dostupno na: <http://www.ec.europa.eu/eurostat>. (14.03.2019.)
21. Kranjčević, J., Kunac, I. (2006.) Turizam i prostor – Turističko i prostorno planiranje. Dostupno na: <http://iztztg.hr/UserFiles/Pdf/Pedeseta-obljetnica-IT/06-Turizam-i-ptpp-Kranjcevic-Kunst.pdf> (23.02.2019.)
22. Howling Pixel (2019.) Subregija. Dostupno na: <https://howlingpixel.com/hr/Subregija> (23.02.2019.)
23. IATA (2019.) About us. Dostupno na: <http://www.iata.org/about/pages/index.aspx>. (14.03.2019.)
24. IATA (2019.) A Two Tier – IATA. Dostupno na: http://www.iata.org/about/Pages/history_4.aspx. (14.03.2019.)
25. IATA (2019.) Travel Industry Designator Service. Dostupno na: <http://www.iata.org/services/accreditation-travel/tids/Pages/index.aspx>. (14.03.2019.)
26. ICOMOS (2019.) About ICOMOS. Dostupno na: <http://www.icomos.org/en/about-icomos>. (14.03.2019.)
27. IHRA (2019.) About us. Dostupno na: <http://www.ih-ra.com>. (14.03.2019.)
28. Lumens (2019.) Turizam i globalni procesi. Dostupno na: <https://fmtu.lumens5plus.com/sites/fmtu.lumens5plus.com/files/40-28bf65aee795983cc3a356aa8c648d4c.pdf> (23.02.2019.)
29. Ministarstvo zaštite okoliša i energetike (2019.) Održivi razvoj. Dostupno na: <http://www.mzoip.hr/hr/klima/odrzivi-razvoj.html> (23.02.2019.)
30. Pokreni posao (2019.) Digitalni turizam u EU. Dostupno na: <http://www.pokreniposao.hr/digitalni-turizam-u-eu/> (25.02.2019.)
31. Polić, M. (2019.) Turistička regionalizacija. Dostupno na: <https://www.scribd.com/document/89346366/turisti%C4%8Dka-regionalizacija> (23.02.2019.)
32. UNWTO (2011.) Tourism Towards 2030:Global overview. Dostupno na: http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf (23.02.2019.)
33. UNWTO(2018.) Tourism Highlights 2018. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> (23.02.2019.)

POPIS SLIKA I TABLICA

Slika 1. Subregije po kontinentima (Ujedinjeni narodi)	6
Slika 2. Predviđanja budućeg razvoja turističkih regija	15
Slika 3. Rast turističke aktivnosti u pojedinim subregijama Europe u 2017. godini ..	17
Slika 4. Europski Parlament	25
Slika 5. Globalna koncentracije elemenata zaštićene baštine – UNESCO	41
Slika 6. Turistički poslovni portal	47
Tablica 1. Kriteriji turističke regionalizacije	13
Tablica 2. Nadležnosti Europske komisije	23
Tablica 3. Iznos financijskih sredstava ESI fondova za Hrvatsku 2014.-2020.....	49