

## 45 godina Instituta za turizam, Zagreb

Krajem prošle godine Institut za turizam iz Zagreba, znanstveno-istraživačka organizacija proslavio je značajan jubilej – 45-tu obljetnicu osnutka i rada.

Tim je povodom u srijedu 24. i četvrtak 25. studenoga 2004. godine u prostorijama novouređenog zagrebačkog hotela THE REGENT ESPLANADE održan znanstveni skup na temu “Kako do kvalitetnijeg turističkog razvoja” s osnovnom ciljem upoznavanja javnosti s glavnim područjima rada kao i spoznajama do kojih su istraživači Instituta došli u proteklom razdoblju, a koja su izuzetno važna za daljnji razvoj turizma u Hrvatskoj.

Skup je okupio zapažen broj sudionika: uzvanika, predavača, bivših i sadašnjih suradnika te prijatelja ove znanstveno-istraživačke ustanove a otvorila ga je ravnateljica dr. sc. Sanda Čorak (Weber). Pozdravni govor u ime Sveučilišta u Zagrebu održala je rektorica dr. sc. Helena Jasna Mencer, u ime Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka državni tajnik Zdenko Mičić, ispred hrvatske turističke zajednice mr. sc. Niko Bulić te u ime Ministarstvu prostornog uređenja, graditeljstva i zaštite okoliša i Zavoda za prostorno planiranje RH dr. sc. Matija. Salaj. U dužem govoru skupu se obratio i direktor Hrvatske gospodarske komore Nadan Vidošević, kao organizacije koja je osnovala Institut 1959. godine (tada Biro za turističko-ugostiteljsku izgradnju).

Čestitke i dobre želje u ime akademske zajednice i Fakulteta za turistički i hotelski menadžment iz Opatije prenio je prof. dr. sc. Branko. Blažević. Skup su pozdravili i nekadašnji direktori Instituta, prof. dr. sc. Srđan Marković, dr. sc. Miroslav Dragičević i dr. sc. Ante Radnić, te sadašnja direktorica dr. sc. Sanda Čorak. Oni su podsjetili na neka specifična razdoblja djelovanja Instituta, kao i na sadašnje zadaće i ciljeve. Institut je od svog osnivanja prošao sljedeća razdoblja:

### Osnivanje i počeci rada IT-a

Pod nazivom Biro za turističko-ugostiteljsku izgradnju IT je utemeljen 31. listopada 1959. godine odlukom ugostiteljske komore Narodne Republike Hrvatske na čelu s direktorom prof. dr. sc. S. Markovićem.

U svojim počecima, IT se kao ustanova bavio proučavanjem investicijske politike i turizma, izradom koncepata i prethodnih ekonomskih analiza, studijama opravdanosti izgradnje smještajnih kapaciteta, kao i tehnologijom i unutarnjom organizacijom ugostiteljskih poduzeća.

Utemeljenje IT-a predstavljalo je odgovor na potrebu društva za sustavnim stručnim radom koji bi pratio snažnu turističku ekspanziju koja se predviđala. Ova je institucija bila stručni savjetodavac prilikom prvih značajnijih investicija u Hrvatskoj, uvijek imajući na umu rješenja ekonomičnije i suvremenije izgradnje turističko-ugostiteljskih kapaciteta.

### Etabliranje IT-a kao stručne savjetodavne kuće

Pod vodstvom izuzetnog stručnjaka i znanstvenika prof. dr. Srđana Markovića područja aktivnosti tadašnjeg IT-a brzo rastu. Shodno područjima aktivnosti mijenjaju se i nazivi, pa 1964. godine Biro postaje Zavodom za ekonomiku turizma, a 1967. Institutom za ekonomiku turizma. S mikroekonomskih pitanja, područje rada širi se na makroekonomsku problematiku, a zatim dalje i na izučavanje cjelokupnog fenomena turizma.

Šezdesetih godina u IT-u radi deset istraživača, a dolazi i do prvih inozemnih angažmana i razvoja međunarodne suradnje. Tadašnji Institut je uključen u izradu dokumenata društveno-ekonomskog razvoja zemlje, a važan je njegov angaž-

man na prostorno planerskim poslovima kao što je tzv. Veliki Jadran, Prostorni plan Južnog Jadrana, a kasnije i Koordinacioni regionalni prostorni plan Gornjeg Jadrana.

### IT postaje znanstvena institucija

U vrijeme direktora, sada pokojnog, dr. Ota Mojzeša, Institut jača svoje analitičke podloge i sustavno razvija metodologije istraživanja, pa 80-tih postaje znanstvenom jedinicom pod nazivom Zavod za istraživanje turizma. Ubrzo se taj naziv mijenja u Institut za istraživanje turizma, a 1986. godine, za vrijeme dr. Miroslava Dragičevića kao direktora, IT dobija sadašnji, nešto kraći naziv – Institut za turizam te postaje javni znanstveni institut s oko 20-tak istraživača specijaliziranih za određena područja turizma.

Sredinom 80-tih IT preuzima vodstvo kad je riječ o turističkim tržišnim istraživanjima u zemlji, koja od tada kontinuirano provodi. Institut jača i međunarodnu suradnju, surađuje u izradi nekih međunarodnih znanstvenih projekata kao što je bio primjerice projekt “Bečki centar” kada se 7 zemalja bavilo socijalnim i sociološkim implikacijama turizma, a suradnici IT-a sudjeluju u definiranju međunarodno prihvaćenih metodologija, primjerice prihvatnog kapaciteta.

U ovome se razdoblju IT posvećuje razvoju vlastite znanstvene kadrovske jezgre i kreiranju vlastitog znanstvenoistraživačkog instrumentarija. Institut je izdavač prijevoda turističke antologijske knjige Josta Krippendorfa “Putujuće čovječanstvo” koja je i danas vrijedan izvor ideja mnogim ‘turističkim’ istraživačima.

### Širenje aktivnosti i međunarodna afirmacija IT-a

IT za potrebe tadašnjeg Ministarstva znanosti i tehnologije, uz ekonomska pitanja turizma, zaokružuje i bavi se sociokulturnim i prostorno-ekološkim pitanjima. Za vrijeme direktora dr. Ante Radnića razvija se metodologija istraživanja potrošnje turista kao i pristupi procjeni neregistrirane potražnje koja je bila vrijednom podlogom izrade niza marke-



Ravnatelj dr. Sanda Čorak i prvi ravnatelj Instituta za turizam dr. Srđan Marković

tinških planova za naše županije. Intenzivira se izdavačka aktivnost Instituta pa je 1990. godine izdana monografija A. Kobašića "Politika razvoja turizma", 1994. godine "Izbor radova", svima poznatog prof. D. Alfiera, a prije nekoliko godina objavljene su i teorijsko-znanstvene rasprave prof. I. Antunca. Iako originalno preuzeta od Švicaraca, razvija se i dotjeruje metodologija tržišnog istraživanja TOMAS, a unutar segmenta anketnih istraživanja, za potrebe Narodne Banke Hrvatske provodi se istraživanje potrošnje inozemnih putnika u Hrvatskoj i domaćih putnika u inozemstvu. Institut razvija i metodologiju vrednovanja javnog dobra tj. za potrebe Svjetske banke bavi se vrednovanjem šuma u turizmu kao i edukacijom stanovništva za njihovu zaštitu od požara.

90-tih IT postaje suizdavačem znanstveno-stručnog časopisa TURIZAM koji postaje međunarodno cijenjeno glasilo. Prepoznaje se potreba za kontinuiranim obrazovanjem, pa Institut koncipira i provodi seminare za djelatnike turističkih zajednica, a sudjeluje i u osnivanju Zagrebačke škole za menadžment (studij turizma).

### **Specijalizacija i sustavno praćenje razvoja turizma**

Ulazak u 2000-tu za Institut znači nastavak rada na kontinuiranim istraživanjima koja postaju podlogom vrijednih

baza podataka, a nastavlja se i intenzivira daljnja specijalizacija suradnika IT-a za pojedina područja kao što su ekonomija, marketing, ekologija, urbano planiranje promet, statističke metode obrade podataka. Poseban naglasak daje se razvoju planerskih metodologija, metodama vrednovanja turističkih resursa kao i integriranom pristupu turističkom razvoju i upravljanju, u smislu povezivanja problematike poduzeća, turističke destinacije i nacionalne turističke politike.

Tržišna istraživanja TOMAS provode se na različitim segmentima potražnje kako bi bili dobrom podlogom za segmentaciju turističkog tržišta, a razvija se i unapređuje metodologija praćenja konkurentnosti hrvatskog turizma.

Primjenjena istraživanja podlogom su dva znanstveno-istraživačka projekta na kojima Institut i danas radi, to su: Turizam i gospodarski razvoj i Prostorno-ekološki i socio-kulturni aspekti turizma. Znatna dio suradnika IT-a specijalizira se za destinacijsko planiranje i destinacijski menadžment, izradu marketinških planova, planova proizvoda kao što je primjerice nedavno završena "Strategija razvoja kulturnog turizma", a dio komercijalnih projekata uključuje i programe restrukturacije poduzeća i poslovne planove.

Za potrebe Hrvatske gospodarske komore razvija se i metodologija istraživanja turističke aktivnosti domaće populacije.

Ovakva specijalizacija ne bi bila moguća bez kontinuiranog usavršavanja suradnika kao i Biblioteke IT-a koja sustavno izgrađuje međunarodno relevantnu bazu podataka u turizmu. Uz časopis TURIZAM koji počinje izlaziti u dva izdanja – međunarodno i domaće, Institut pokreće svoju Znanstvenu ediciju knjigama dr. sc. E. Kušena "Turistička atrakcijska osnova" te prvom knjigom na engl. jeziku koju su uredile dr. S. Weber i dr. sc. R. Tomljenović na temu "Reinventing a tourism destination".

### **IT – danas i sutra**

Institut za turizam je danas moderna znanstveno-istraživačka organizacija čiju prepoznatljivost određuju kontinuirani istraživački projekti koji su temeljem vođenja turističke politike u zemlji. Institut prati svjetska dostignuća na određenim područjima i prenosi ih u Hrvatsku te potiče znanstveni rad svojih suradnika kao i drugih istraživača u Hrvatskoj.

Fleksibilna projekta organizacija koja se oslanja na odgovarajuću tehnološku opremljenost kao i na povezivanje s drugim vodećim institucijama u zemlji i u inozemstvu omogućuje da se istraživači bave znanstvenim, ali i stručnim radom i consultingom, na određenim specijalističkim područjima.

Kumulirano znanje i kontinuirano prikupljanje podataka rezultiralo je izradom baza podataka o turističkim kretanjima, kvalitativnim obilježjima potražnje i resursima u našim turističkim destinacijama. Te su baze podlogom mnogih znanstvenih radova jer omogućuju longitudinalna istraživanja.

Dio podataka dostupan je svim korisnicima putem web stranice Instituta i različitih publikacija. WTO je povjerila Institutu izradu tezaurusa turističkih pojmova (Thesaurus on Tourism and Leisure Activities) čijom izradom tijekom 2005. godine će se Hrvatska pridružiti nekolicini zemalja koje ga danas imaju.

Publicistička djelatnost Instituta se nastavlja kontinuiranim izdavanjem časopisa TOURISM kao i tiskanjem knjiga u okviru pokrenute znanstvene edicije Instituta. U 2005. godini predviđena su dva tematska

broja časopisa i to na teme – Evaluation of Public Goods in Tourism i Trends in Tourism and Hospitality (izbor radova s Eurochrie konferencije). Na hrvatskom će se jeziku publicirati knjiga posvećena razvoju turizma u Hrvatskoj, koji će se promatrati kroz povijest, važna obilježja i trendove pojedinih oblika turizma.

Svojim ukupnim djelovanjem, kao javna institucija, Institut podupire sve inicijative i aktivnosti različitih organizacija i poduzeća koje teže održivom razvoju turizma u Hrvatskoj. Očuvanje prirodne resursne osnove jedan je od važnih zadataka turističke politike u Hrvatskoj i onaj cilj koji svojim cjelokupnim djelovanjem potiče Institut za turizam. Integrirani pristup turističkom razvoju i upravljanju, u smislu povezivanja problematike poduzeća, turističke destinacije i nacionalne turističke politike, kao i u smislu povezivanja različitih specijalističkih znanja potrebnih za stvaranje konkurentnoga turističkog sektora, ključna je strateška odrednica sadašnjeg i budućeg djelovanja Instituta za turizam.

### **Znanstveno-stručni skup - "Kako do kvalitetnijeg turističkog proizvoda?"**

Tijekom dva dana na skupu je izloženo sedam aktualnih tema iz različitih područja turizma, od problematike održivog razvoja i mjerenja konkurentnosti do tržišnih i strateških istraživanja te vrednovanja javnog dobra u turizmu i važnosti javnog mnijenja u turističkim kampanjama.

U prvom bloku predavanja autori Z. Klarić (Institut za turizam, Zagreb) i A. Satta (ECOBILANCIO Italia, Rim) održali su izlaganja na temu: "Određivanje turističkog prihvatnog kapaciteta kao sredstva postizanja održivog razvitka turizma". Naglasak je stavljen na identificiranje osnovnih grupa indikatora važnih za određivanje turističkog prihvatnog kapaciteta, na prikaz filozofije održivosti i ekstremnih razvojnih scenarija te na ključne faze u stvaranju koncepta održivog razvitka turizma. Izlaganja su popraćena nizom primjera razvoja turizma na Mediteranu

i u Hrvatskoj pri čemu se za izračun prihvatnog kapaciteta prostora koristila metodologija PAPRAC-a.

U drugom bloku predavanja predstavljena je tema vrednovanja javnog dobra u turizmu. Profesor S. Navrud (Agricultural University of Norway, Aas, Norveška), u prvom dijelu svog izlaganja dao je teoretski okvir tehnika vrednovanja javnog dobra, s naglaskom na Contingent Valuation metodu ili metodu vrednovanja scenarija te Hedonic Price metodu ili metodu hedonističkih cijena, a u nastavku je prikazao nekoliko primjera primjene Contingent Valuation metode u vrednovanju javnog dobra (procjene šteta u slučaju prirodnih katastrofa na primjeru izlivanja nafte u more i ocjena isplativosti ulaganja u izgradnju vjetrenjača u Norveškoj u odnosu na gubitak prirodnih resursa).

Autori S. Horak i Z. Marušić (Institut za turizam, Zagreb) dali su pregled iskustava Instituta za turizam u vrednovanju javnog dobra u turizmu u Hrvatskoj. Predstavili su projekte vrednovanja ambijentalne vrijednosti mediteranskih šuma u turizmu obalnog područja u Hrvatskoj u kojima su korištene tri tehnike vrednovanja javnog dobra: metoda vrednovanja scenarija korištena za procjenu ambijentalne vrijednosti šuma sa stajališta turista – korisnika usluga u turizmu, metoda hedonističkih cijena primjenjena na cijene hotelskog smještaja te ekspertna procjena direktora hotela o utjecaju šuma na formiranje cijena smještaja.

Treći blok predavanja naglasio je važnost tržišnih istraživanja u turizmu. Autorice S. Čorak i Z. Marušić (Institut za turizam, Zagreb) prikazale su iskustva na TOMAS istraživanjima koja se u Hrvatskoj provode od 1987. godine na pojedinim segmentima turističke potražnje, od istraživanja provedenog u primorskim destinacijama i marinama do anketiranja domaćinstava. U zaključku su iznijele prijedlog novih tržišnih istraživanja specifičnih vrsta turizma koja do sada nisu bila sustavno obuhvaćena anketnim ispitivanjima.

Mjerenje konkurentnosti u turizmu obradili su u četvrtom bloku predavanja autori N. Ivandić i N. Telišman-Košuta (Institut

za turizam, Zagreb). Polazeći od pojma konkurentnosti u turizmu autori su koristeći se sustavom pokazatelja analizirali konkurentsku sposobnost hrvatskog turizma nastojeći procijeniti poziciju Hrvatske u širem okruženju te utvrditi koliko postojeći turistički potencijali određuju sadašnju poziciju hrvatskog turizma na turističkom tržištu.

Važnost strateškog planiranja u turizmu elaborirao je prof. dr. L. Mountinho (University of Glasgow, V. Britanija) u petom bloku predavanja. Da bi utvrdio različite mogućnosti za donošenje strategije autor se posluži sustavom različitih scenarija pri čemu naglašava napose važne elemente: održivost, konkurentnost i stratešku prednost.

Potrebu "brandinga" u hrvatskom turizmu prezentirao je T. Hodges (Brandstory Ltd, London, V. Britanija) naglašavajući da je preduvjet kreiranja jake tržišne marke postojanje marketinškog plana destinacije i s jasnim tržišnim pozicioniranjem i tržišnom prepoznatljivošću. Kako to u praksi postići, te koje su posljedice stvaranja tržišnih marki bez jasnog pozicioniranja i prepoznatljivosti autor je prikazao na brojnim primjerima. Konačno autor se osvrnuo i na hrvatsku tržišnu marku "Mediteran kakav je nekad bio" te provocirao sudionike na njezinu analizu u smislu jasnog tržišnog pozicioniranja, prepoznatljivosti i odraza naše jedinstvenosti.

U zadnjem bloku autorica rada "Program podizanja društvene svijesti o ulozi i važnosti turizma" R. Tomljenović (Institut za turizam, Zagreb) obradila je važnost javnog mnijenja u turizmu. Na primjeru akcije borbe protiv šumskih požara provedene u Marini kod Trogira i Milni na Braču iznijela je korake u senzibiliziranju javnosti te ukazala na nužnost pokretanja programa društvene svijesti o ulozi i važnosti turizma, te koristima koje on donosi stanovnicima posredno i neposredno, s obzirom na fragmentiranost turističkog sektora i nevidljivosti sveukupnog turističkog utjecaja na ekonomsko blagostanje i kvalitetu života.

T. Hitrec  
S. Čorak