

LOGISTIČKI MENADŽMENT U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE

LOGISTICS MANAGEMENT AS A FUNCTION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST DESTINATION

Šime Vučetić, univ.spec.oec.

Put Torova 5, 23 234 Otok Vir

Tel.: 023/362-184

E – mail: sime.vucetic4@gmail.com

Sažetak

Turistička destinacija kao lokalitet predstavlja razlog putovanja za turiste. U isto vrijeme, zbog neodoljive prirode turističke potrošnje kupuje se tamo gdje se i proizvodi ponuda odmora te turistička destinacija dolazi pod znatan pritisak turista. Logistika primjenjena na određeni prostor, primjerice teritorij turističke destinacije, omogućava optimalnu organizaciju svih tokova u destinaciji. Budući da je logistika prisutna u svim elementima i funkcijama destinacijskog menadžmenta, logički je zaključak da će učinkovitost destinacijskog menadžmenta biti veća što je veća prisutnost logistike i logističkog menadžmenta u turističkoj destinaciji i svim njezinim poslovnim subjektima. Optimalnim korištenjem kapaciteta u destinaciji, primjenjujući aktivnosti logističkog menadžmenta, uz neizostavno uvažavanje koncepta održivog razvoja, moguće je ostvariti zadovoljenje potražnje svih posjetitelja te povećanje zadovoljstva turista turističkim proizvodom u turističkoj destinaciji. To je i zaključak ovog istraživanja.

Ključne riječi: logistika, logistički menadžment, turistička destinacija, održivi razvoj.

Abstract

Tourist destination is the reason for the tourists to travel. At the same time, due to the overwhelming nature of tourism consumption are bought where they offer products and vacation and tourist destination is coming under considerable pressure of tourists. Logistics applied to a specific area, such as territory tourism destination, provides the optimal organization of all flows at the destination. Since logistics is present in all elements and functions of destination management, the logical conclusion is that the effectiveness of destination management exceed the greater presence of logistics and logistics management in the tourism destination and all its businesses. Optimal use of capacity in implementing the activities of the logistics management, with the obligatory respect for the concept of sustainable development can be achieved to satisfy the demand of visitors and increase the quality and satisfaction of tourists, tourism products in the tourist destination which is also the conclusion of this research.

Keywords: logistics, logistic management, tourist destination, sustainable development.

1. UVOD

U ovom radu će se, osim pojmovnog određenja i ciljeva logistike u turizmu, u drugom dijelu objasniti i značenje i struktura turističko-logističkog sustava za turizam. U trećem dijelu će biti riječi o logističkom menadžmentu u turizmu gdje će se posebna pozornost posvetiti samom pojmu logističkog menadžmenta i logistici u menadžmentu turističke destinacije. Na kraju ovog dijela bit

će riječi o planiranju i strategiji logističkih procesa u turizmu. Četvrti, ujedno i glavni dio rada, nosi naslov Logistički menadžment u funkciji održivog razvoja turističke destinacije. U sklopu tog naslova bit će obrađen značaj lokalne samouprave u funkciji zaštite okoliša turističke destinacije posredstvom logistike, važnost koju destinacijski menadžment ima u funkciji zaštite okoliša posredstvom logistike, te na kraju i važnost logističkog menadžmenta za održivi razvoj turizma u turističkoj destinaciji, gdje će biti prikazan proces primjene logističkog menadžmenta u turističkoj destinaciji.

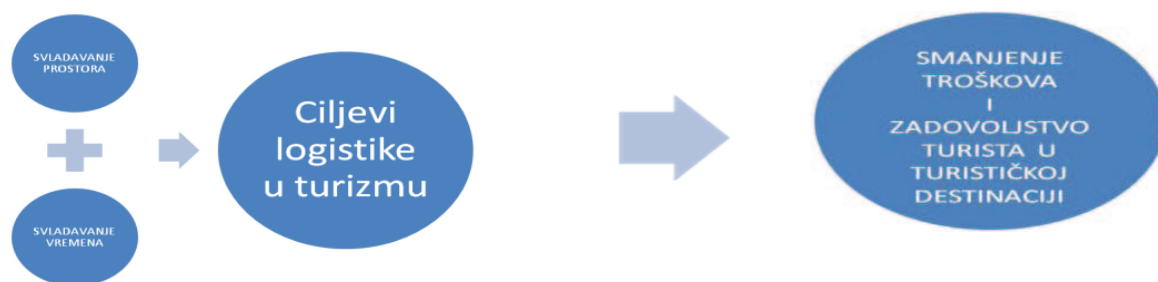
2. LOGISTIKA U TURIZMU

2.1. Pojam i ciljevi logistike u turizmu

Logistika je znanstvena disciplina koja se bavi iznalaženjem metoda optimalizacije tokova materijala, roba, informacija, energije (i ljudi) s ciljem da se ostvari najveći ekonomski efekt. U ostvarenju svoje zadaće logistika rabi znanstveni instrumentarij i znanstvene spoznaje brojnih znanstvenih disciplina, pa je treba poimati kao interdisciplinarno i multidisciplinarno područje (Zelenika & Pupovac, 2000., str. 59 - 63). Kao poslovna funkcija logistika se bavi upravljanjem robnim tokovima, kretanjem materijala i finalnih proizvoda od nabave sirovina do prerade i dalje do konačnog potrošača (Ferišak et al., 1983., str.1-2). Logistika u turizmu je prostorno-vremenska transformacija materijala, ljudi, informacija, energije, znanja, kapitala, otpada (i vode) s ciljem da se uz minimalne troškove ostvari kvalitetna turistička usluga (Mrnjavac, 2010., str. 73).

Ciljevi logistike u turizmu jesu: optimalizacija tokova dobara, ljudi, informacija, energije, znanja, kapitala, otpada (i vode) kako bi se proizvela turističke usluga na zadovoljstvo korisnika (Mrnjavac, 2010., str. 74). Na grafičkom prikazu 1 naznačeni su ciljevi logistike u turizmu: smanjenje troškova i postizanje zadovoljstva turista u turističkoj destinaciji.

Grafički prikaz 1. Ciljevi logistike u turizmu



Izvor: Doradeno prema Mrnjavac, E. (2010), *Logistički menadžment u turizmu*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija., str. 30.

Suvremeni je turist dobro informiran i svjestan cijene i kvalitete usluge koja se nudi na tržištu. Kao korisnik turističke usluge on će odabrati onu uslugu koja mu je cjenovno najprihvatljivija i za koju je procijenio da je za utrošen novac dovoljno kvalitetna. Valja staviti naglasak na činjenicu da se ne smije inzistirati na najnižoj cijeni turističke usluge koja se nudi, jer to nije, niti će biti cilj logistike u turizmu. Stoga je važno da u fokus istraživanja zadovoljstva turističkom uslugom stavimo upravo samog korisnika te usluge tj. turista, jer je to put koji vodi ka unaprijeđenju same turističke usluge i zadovoljenja korisnika te usluge.

Znanstveno promišljanje i praktična primjena logistike u turizmu postali su mogući kada je prevladala spoznaja da primjena logističkih načela izvan tokova dobara i informacija, te izvan gospodarstva, može rezultirati vrlo povoljnim učincima koji se ogledaju u kvalitetnijem i jeftinijem proizvodu i usluzi. Logistika se može primijeniti na ugostiteljska poduzeća u čijim su poslovnim procesima proizvodnje ugostiteljske usluge tokovi dobara su od primarne važnosti (Mrnjavac, 2010., str. 73). No, kada znanstveno poimanje logistike proširimo na tokove ljudi, znanja i kapitala, stvaramo pretpostavke za primjenu logistike na sve turističke aktivnosti, na turističko-ugostiteljska poduzeća i na turističku destinaciju.

U turizmu se logistika može promišljati na dva načina (Mrnjavac, 2010., str. 75):

- s obzirom na prostorni obuhvat i
- s obzirom na modele primjene u turističkim poduzećima.

Logistika primijenjena na određeni prostor, primjerice na teritorij turističke destinacije, omogućava optimalnu organizaciju svih tokova u destinaciji. Cilj ovakvog pristupa jesu minimalni zastoji i „šumovi“ u kanalima, radi optimalnog utroška vremena od strane posjetitelja i izbjegavanja ponavlanog kretanja pojedinim kanalima što opterećuje kapacitet infrestrukture u destinaciji, povećava troškove i smanjuje zadovoljstvo korisnika. U pogledu modela primjene modela logistike turistička poduzeća uglavnom dijele sudbinu ostalih poslovnih sustava. Potrebno je naglasiti da je već i djelomična primjena logistike, kao i njezina primjena u poslovnim sustavima s velikim problemima u organizaciji tokova, bolja od nikakve primjene (Mrnjavac, 2010., str. 75).

2.3. Turističko-logistički sustav¹

Upravo zbog složenosti i dinamičnosti pojave, otvorenosti prema okruženju i velikom prostornom obuhvatu, turizam je preporučljivo istraživati sustavnim pristupom. Pod uvjetom sve veće primjene logističkih načela u turizmu, odnosno nastojanja da se turistička poduzeća organiziraju na temelju integrirane logistike, struktura turističko-logističkoga sustava obuhvaćala bi (Mrnjavac, 2010., str. 77):

- ugostiteljske podsustave,
- turističko-agencijske podsustave,
- prometne podsustave,
- podsustave turističkih atrakcija, i
- podsustav organizacije i upravljanja destinacijom.

Kada bi se postavio turističko-logistički sustav, on bi zasigurno bio koristan za funkcioniranje turističke destinacije u cjelini. Stoga bi logistiku u turizmu trebalo promišljati u smislu planiranja i organiziranja tokova materijala, roba, informacija, energije, ljudi, znanja i kapitala kako bi svi poslovni subjekti, koji u turizmu direktno ili indirektno sudjeluju, prije svega profitabilno poslovali, a posjetitelji turističke destinacije bili zadovoljni kvalitetnim turističkim proizvodom.

3. LOGISTIČKI MENADŽMENT U TURIZMU

3.1. Pojam logističkoga menadžmenta

Pojam menadžmenta usko je vezan uz logistiku. No, bilo je potrebno da praktična primjena logističke koncepcije dostigne sveobuhvatnost, da se okrene korisnicima i da postane ostvariva tek primjenom tzv. integralne logistike na cjelokupno poslovanje poduzeća, pa da pojam logističkoga menadžmenta bude općeprihvaćen (Mrnjavac, 2010., str. 180). Logistički je menadžment podsustav integralnog sustava menadžmenta suvremenog poduzeća koji se bavi planiranjem

¹ Opširnije u Mrnjavac, E.: Logistički menadžment u turizmu, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 77-82.

ciljeva, organizacijom resursa i aktivnosti, upravljanjem ljudskim potencijalima i kontroliranjem procesa prostorno-vremenske transformacije dobara, energije, informacija i znanja od mjesta nastajanja do poduzeća, kroz poduzeće i od poduzeća do mjesta korištenja s ciljem efektivnog i efikasnog udovoljavanja zahtjevima pravih korisnika, pravih proizvodima i uslugama, u pravoj količini i kvaliteti, na pravom mjestu, u pravo vrijeme i za pravu cijenu (Zekić, 2000., str. 66). Menadžmentsko-logistički sustav odnosno sustav logističkoga menadžmenta je sustav međusobno, svrsishodno povezanih i međuučecajnih podsustava i elemenata, koji pomoću temeljnih elemenata proizvodnje omogućuje proizvodnju logističkih proizvoda unutar određenoga logističkog poslovnog sustava (Zelenika, & Pavlić-Skender, 2005., str. 312).

Definicija vodeće svjetske organizacije stručnjaka logistike (*The Council of Logistics Management*) glasi: Logistički menadžment je onaj dio procesa opskrbnog lanca koji planira, primjenjuje i kontrolira učinkovitost tokova i skladištenja dobara, usluga i pripadajućih informacija od početne točke (izvorišta) do završne točke (potrošnje) s ciljem zadovoljenja zahtjeva kupaca (preuzeto iz Mrnjavac, 2010., str. 180., prema Stock & Lambert, 2001., str. 3).

3.2. Logistika u menadžmentu turističke destinacije

Destinacija predstavlja razlog putovanja, a turističke robe u njoj izazivaju potrebe. U isto vrijeme, zbog neodoljive prirode turističke potrošnje, kupuje se tamo gdje se i proizvodi ponuda odmora. Destinacija dolazi pod znatan pritisak gostiju, koji je usmjeren i na vrijeme i na specifične lokalitete. Zbog toga su pažljiv profesionalni menadžment i planiranje destinacije vrlo bitni za prihvatljivu turističku ponudu (Magaš, 2003., str. 14). Brojnost, raznorodnost i specifičnost turističkih usluga koje nudi destinacija, a koje je zbog lakše identifikacije na turističkom tržištu nužno objediniti u jedinstveni proizvod, dovode do potrebe upravljanja destinacijom (Mrnjavac, 2010., str. 212). Na destinacijski menadžment treba gledati kao na turističke aktivnosti koje angažiraju lokalne interese unutar svrsishodne poslovne suradnje s nositeljima ponude u svrhu stvaranja destinacijskog proizvoda (Magaš, 2008., str. 2 - 3). Lokalna je zajednica shvatila da se razvojem turizma u destinaciji treba upravljati s ciljem razvijanja elemenata turističke ponude, a sve skupa povezati u jednu jedinstvenu homogenu cijelinu zvanu turistički destinacijski proizvod.

Promet je osnova na kojoj počiva dostupnost destinacije u fizičkom i informacijskom aspektu. Zahvaljujući prometu posjetitelji se kreću destinacijom, pa će atraktivnosti modaliteta i kvaliteta usluge bitno pridonijeti percepciji kvalitete turističke ponude. Postojanje nekih oblika prometne ponude u obliku turističkih atrakcija znatno će pridonijeti privlačnosti destinacije. Dok uloga prometa u destinaciji i destinacijskom menadžmentu nije upitna, postavlja se pitanje kakvu poziciju ima logistika i treba li je koristiti u destinacijskom menadžmentu., te u slučaju potvrdnog odgovora u kojoj mjeri i na koji način? (Mrnjavac, 2010., str. 213).

Logistika se primjenjuje u destinaciji (Mrnjavac, 2010., str. 213):

- u organizaciji tokova,
- u uspostavljanju opskrbnih lanaca,
- u organiziranju logističkih mreža,
- u organizacijskim strukturama poslovnih sustava od funkcije logistike do integralne logistike, a nekih turističkih proizvoda ni nema bez logistike (događajni turizam).

U svakoj funkciji destinacijskog menadžmenta također se nalazi logistika (Mrnjavac, 2010., str. 214):

- planiranje – uizma u obzir i prostorni raspored turističkih i ostalih objekata prema kriterijima racionalnog korištenja raspoloživog prostora i optimalne međusobne udaljenosti prema očekivanim logističkim tokovima u destinaciji;

- organiziranje – organizacijska struktura destinacije (Preuzeto iz Mrnjavac 2010., str. 214., prema: Magaš, 2008., str. 61 - 82) temelji se na destinacijskim menadžment organizacijama i kompanijama koje su posredstvom logističkih mreža povezane s poslovnim sustavima na proizvodnji i plasmanu turističkih usluga;

- kontrola – se svodi na kvalitetu turističkog proizvoda (preuzeto iz Mrnjavac, 2010., str. 214., prema: Magaš, 2008., str. 83 - 85) koja je istovremeno i cilj logistike.

Obavljanjem javno-koordinacijskih funkcija u turističkoj destinaciji, destinacijski menadžment koristi glavne funkcije menadžmenta. Turistička destinacija, kao složeni sustav mnogih vrlo različitih elemenata u svakoj od funkcija ima uključen promet kao sastavnicu koja, uz to što omogućava realizaciju turističke ponude u turističkoj destinaciji, i sve njene elemente spaja u cijelinu. Budući da se logistika nalazi u svim elementima i funkcijama destinacijskog menadžmenta, logički je zaključak da će učinkovitost destinacijskog menadžmenta biti veća što je bolja logistika i logistički menadžment u turističkoj destinaciji i svim njezinim poslovnim subjektima.

3.3. Planiranje i strategija logističkih procesa u turizmu

Nakon prognoze budućih gospodarskih kretanja, planiranje se odvija kroz dobro poznate i verificirane aktivnosti: sagledavanje mogućnosti poslovnoga sustava s naglaskom na komparativne prednosti, postavljanje ciljeva koji trebaju biti konkretniji od temeljnog cilja organizacije, postavljanje alternativnih putova, detaljna razrada alternativa s definiranjem prednosti i nedostataka, odabir optimalne alternative prema unaprijed definiranim kriterijima koji proizlaze iz temeljnoga cilja organizacije, izrada planova za provedbu alternative, te realizacija plana (Mrnjavac, 2010., str. 192 - 193). Cilj strategijskog planiranja u turizmu je usmjeren ka dugoročnom razvoju i opstanku poslovnog turističkog sustava i turističke destinacije u budućnosti.

U osnovi se definiraju dvije logističke strategije razvoja (Mrnjavac, 2010., str. 193):

- strategija snižavanja logističkih troškova, i
- strategija većeg zadovoljstva kupaca.

Osim te dvije osnovne skupine logističkih strategija u praksi se primjenjuju i neke druge koje također mogu proizvesti vrlo zadovoljavajuće učinke. U skupini ostalih logističkih strategija potrebno je istaknuti strategije bazirane na (Mrnjavac, 2010., str. 195):

- skraćanju vremena,
- zaštiti okoliša,
- povećanju proizvodnosti,
- dodavanju vrijednosti (s motrišta kupaca),
- specijalizaciji ili diversifikaciji,
- rastu bez obzira na ostale okolnosti.

Strategije razvoja provode se odgovarajućim odlukama. Odlučivanje kao proces odabira optimalnog pristupa i postupka za ostvarenje poslovnoga cilja u određenim uvjetima poslovanja, bazira se na modelima odlučivanja. Njima se proces odlučivanja nastoji objektivizirati kroz primjenu metoda operacijskih situacija, a subjektivne metode se zadržavaju u onoj mjeri u kojoj to predstavlja kvalitativni doprinos procesu odlučivanja ili ako objektivne metode nemaju odgovor na postavljeni problem (Mrnjavac, 2010., str. 195).

4. LOGISTIČKI MENADŽMENT U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE

4.1. Lokalna samouprava u funkciji zaštite okoliša u turističkoj destinaciji posredstvom logistike

Razvoj lokalne samouprave u interakciji je s napretkom gospodarstva i kvalitetom života u danom prostoru. Od ranih početaka do današnjih dana razvoj lokalne samouprave određen je utjecajima mnogih veličina od kojih se posebno ističu geopolitički položaj, prometna povezanost, gospodarska struktura, politika, kultura i demografija. Na dosadašnji gospodarski razvoj urbanih cijelina, gradova i općina, najznačajniji utjecaji dolazili su od geopolitičkih položaja, ekonomskih

politika država koje su upravljale područjem, te od prirodnih značajki (Grbac, 2004., str. 172 - 173). Turizam i okoliš su međuovisni. Fizički (prirodni i izgrađeni) okoliš nudi mnogo atrakcija za turiste, a razvoj turizma može izazvati brojne pozitivne i negativne utjecaje na okoliš. Razvoj i upravljanje turizmom tako da je kompatibilan s okolišem, i da ga ne degradira, je najbolji čimbenik u postizanju održivog razvoja. Da bi se turizam mogao planirati u skladu s okruženjem, prije svega je važno shvatiti potencijalne utjecaje turizma na okoliš. Zaštita okoliša mora biti integralni dio procesa planiranja. Primjena mjera zaštite okoliša i održivog razvoja je neophodna, uključujući i određivanje prihvatnog potencijala turističkog područja. Odabir oblika turizma koji su najpogodniji za zaštitu okoliša također pomažu u limitiranju negativnih utjecaja na okoliš. Predlaže se koncentracija objekata u zonama koje su adekvatno infrastrukturno opremljene. Postupni razvoj turizma omogućava da se na vrijeme uoče eventualne negativne pojave i da se one korigiraju (Magaš, 2003., str. 125-127).

Primjenom tehnika za smanjenje sezonalnosti u turizmu, posebno racionalnijeg korištenja prostora i upravljanjem u prostoru za vrijeme vršne turističke sezone, lokalna samouprava može smanjiti negativne utjecaje turizma u turističkoj destinaciji. Veliki problemi sa zaštitom okoliša se javljaju upravo u vrijeme vršne turističke sezone kada je pritisak na infrastrukturu i eksploataciju turističkih atrakcija najveći, te je na lokalnoj samoupravi da prije svega osigura kvalitetne preduvjete za nesmetano funkcioniranje postojeće infrastrukture te da ne prijeđe granicu nosivosti kapaciteta u destinaciji što bi i samim turistima smanjilo doživljaj i atraktivnost destinacije.

Koncepcija turističke destinacije koja će se temeljiti na konceptu održivoga razvoja turizma, a uz primjenu logistike, zajednički je zadatak destinacijskog menadžmenta i lokalne uprave. U domeni logistike lokalna uprava može i treba odabirom lokacija turističkih zona, skladišnih objekata, turističkih atraktivnosti, prometnica, garaža i parkirališta, trgovačkih centara, poslovnih zona, stambenih četvrti i ostalih objekata utjecati na učestalost, obujam i pravce logističkih tokova. Jedan dio lokacija od ranije je određen i na to lokalna uprava ne može utjecati. To se odnosi na povijesne i kulturne spomenike, starije ugostiteljske objekte, turističke atrakcije poput plaža, šetnica, parkova, zaštićenih područja prirode i sl. Lokalna uprava, međutim, može utjecati na odabir lokacije novih objekata, na prometnu infrastrukturu i, posebice, na lokaciju skladišno-distribucijskog centra koji predstavlja žarište tokova opskrbe destinacije. Racionalnim odabirom lokacije spomenutih objekata lokalna uprava bitno će pridonijeti smanjenju udaljenosti, interferenciji, broju i zastoja dostavnih vozila – nositelja logističkih tokova na području destinacije, a upravo se na tim načelima zasniva zelena logistika (Mrnjavac, 2010., str. 236 - 237).

Zelena logistika obuhvaća i optimalizaciju tokova otpada i energije. Lokalna uprava treba stvoriti uvjete za kvalitetno zbrinjavanje otpada. To podrazumijeva (Mrnjavac, 2010., str. 237):

- proizvodnju što manjih količina otpada (povratna ambalaža, smanjenje plastičnih pakiranja, posebice za velike korisnike – hotele, restorane i sl.),
- odvajanje posebnih vrsta otpada,
- recikliranje pojedinih vrsta otpada u blizini destinacije,
- otpremu ostalih vrsta otpada do udaljenih reciklažnih mjesta ili mjesta za odlaganje,
- raspored lokacija u podsustavu zbrinjavanja otpada koji minimizira broj vožnji specijalnih vozila i korištenje prometne infrastrukture.

Konceptom zbrinjavanja otpada trebaju biti obuhvaćena (Mrnjavac, 2010., str. 237):

- sva poduzeća u turizmu i ugostiteljstvu,
- domaćinstva,
- ostali poslovni subjekti u destinaciji,
- objekti javne namjene i ustanove,
- turisti.

Racionalna potrošnja energije sve više postaje determinantom kvalitetnoga i konkurentskoga proizvoda. Proizvodnja energije od naftnih derivata znatno pridonosi zagađenju okoliša, zalihe sirove nafte se iscrpljuju, a potrebe za energijom neprekidno rastu. U destinaciji se od lokalne uprave očekuje (Mrnjavac, 2010., str. 237):

- štedljivo korištenje energije (poticanjem gradnje energetske štedljivih objekata, racionalno korištenje energije i sl.),
- poticanje alternativnih izvora energije (posebice u umjerenom klimatskom pojasu – energija sunca, vjetra i sl.).

Veliki dio očekivanja potrošača i pružanja zadovoljstva potrošačima odnosi se na kvalitetu okoliša destinacije. Upravo se radi toga nositelji turističke ponude sve više bave promatranjem stanja prirodne i kulturne okoline (Magaš, 2008., str. 86). Nadalje, uštedama lokalne uprave na troškovima energije smanjuju se negativni utjecaji na okoliš, ali se također smanjuju i sami troškovi prilikom proizvodnje turističkog proizvoda u destinaciji.

4.2. Destinacijski menadžment u funkciji zaštite okoliša posredstvom logistike

Funkcije destinacijskog menadžmenta su u stvaranju pretpostavki za razvoj destinacijskog turističkog proizvoda u granicama postojećih raspoloživih prirodnih potencijala u skladu sa socioekonomskim ciljevima države i regije, a sve u skladu s pravilima održivog razvoja u turističkoj destinaciji.

One prvenstveno povezuju sve sudionike u stvaranju turističke ponude destinacije i njenom oblikovanju u jedinstveni turistički proizvod, kojeg će ciljane grupa korisnika na tržištu lako prepoznati. Njegova uloga u održivom razvoju turizma ogleda se: (Mrnjavac, 2010., str. 238):

- u poticanju ekoloških oblika turizma i oblikovanju odgovarajuće ponude,
- u stvaranju okvira za „ekološko“ postupanje poslovnih sustava koji participiraju u turističkoj ponudi.

Turistička poduzeća trebaju u granicama svoga poslovanja težiti zaštiti okoliša, jer je to jedan od glavnih ciljeva destinacijskog menadžmenta ka putu oblikovanja ekološki održive turističke destinacije i kvalitetnijega pozicioniranja na turističkom tržištu. Ako turistička poduzeća primjenjuju ekološke principe u svom poslovanju, stječu i dodatne argumente koje poslije mogu koristiti prilikom promocije svojih proizvoda, a koje će veliki dio turističkog tržišta znati prepoznati i cijeliti. Donoseći takve poslovne odlukama trebaju se prije svega rukovoditi razvojnom politikom same turističke destinacije i stimulativnim mjerama nositelja turističke ponude u destinaciji.

Na koji način turistička poduzeća mogu sudjelovati u konceptu održivoga razvoja? Svakako je potrebno prihvaćati i sudjelovati u svim inicijativama destinacijskog menadžmenta i lokalne uprave koje vode ka tom cilju – prihvatiti model makrologističke organizacije snabdjevanja destinacije, jer on racionalizira robne tokove, a time i nepovoljne učinke uzrokovane prometom po okoliš, čak i pod uvjetom nepovoljnih financijskih inputa u vlastitom poslovanju. To se odnosi i na prihvaćanje modela logistike otpada, koji je uspostavljen, a koji turističkom poduzeću također može uzrokovati organizacijske poteškoće i dodatne troškove. Povećani troškovi poslovanja nastali uslijed prihvaćanja viših ekoloških standarda trebali bi se isplatiti u budućnosti kroz povećani turistički promet i višu cijenu koje ekološki turistički proizvodi na tržištu mogu ostvariti (Mrnjavac, 2010: str. 238).

4.3. Logistički menadžment u funkciji održivog razvoja turističke destinacije

Scenarij održivog (*sustainable*) turizma je oblik koji teoretski zauzima prostor između maksimalnog i minimalnog prihvatnog potencijala, odnosno između scenarija intenzivnog i umjerene varijante alternativnog turizma. Kvalifikacija scenarija održivog turizma na prostoru primorskih turističkih destinacija, a vezano za planiranje količine i vrste turističkih kapaciteta i turističkog prometa, izravno ovisi o stanju u samoj turističkoj destinaciji. Zato je neophodno objektivno utvrditi vrijednosti fiksnih komponenti prihvatnog potencijala kao što su fizički kapaciteti, ekološki kapaciteti, kapaciteti resursa, demografski kapaciteti, kao i vrijednosti elastičnih komponenti kao što su infrastruktura i socio-kulturni kapacitet turističke destinacije

(Blažević, 2007., str. 473). Funkcije destinacijskog menadžmenta, međutim, prvenstveno dovode u vezu elemente i aktere dijela strukture i turističke ponude, te definiraju optimalizacijske modele samo jednoga dijela strukture i procesa destinacije. Cjeloviti sustavni pristup optimalizaciji nalaže obuhvat i ostalih elemenata i procesa koji nisu neposredno dijelom turističke ponude. Destinacijski menadžment, dakle, nije dovoljan. S druge strane tijela lokalne uprave u ulozi nositelja razvojne politike destinacije organizacijom definiraju lokacije, raspored, udaljenosti, komunalnu i prometnu infrastrukturu, ali ona to čine u interesu svih – lokalnog stanovništva, turista, poduzeća, javnih funkcija i ostalih djelatnosti (Mrnjavac, 2010., str. 239). Logistički menadžment u funkciji razvoja turističke destinacije dan je u grafičkom prikazu 2.

U sredini grafikona je turistička destinacija kao žarište turističkih zbivanja. Polazi se od pretpostavke da je lokalna uprava stvorila sve preduvijete za koncepciju razvoja turističke destinacije. Proces počinje funkcijom destinacijskog menadžmenta kojim on stvara pretpostavke za razvoj destinacijskog turističkog proizvoda u granicama postojećih raspoloživih prirodnih potencijala, a budući da destinacijski menadžment nije dovoljan za funkcioniranje sustava u turističkoj destinaciji, ide se na primjenu logističkog menadžmenta koji će obuhvatiti optimalizaciju svih tokova na području, u prostornom ili vremenskom smislu, na razini uspostavljanja strukture i upravljanja tokovima, kako bi svi korisnici bili zadovoljni. Zadatak i funkcija logističkog menadžmenta je da u kontekstu zaštite okoliša i primjenom modela održivog razvoja destinacije kvalitetno upravlja kapacitetima novostvorenog turističkog proizvoda. Na kraju ovog procesa kontrolu postignutog vrši destinacijski menadžment.

Grafički prikaz 2. Logistički menadžment u funkciji održivog razvoja turističke destinacije



Izvor: Doradenoprema Mrnjavac, E. (2010): *Logistički menadžment u turizmu*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija., str. 240.

Logistički koncept turističke destinacije obuhvaća optimalizaciju svih tokova na području, u prostornom ili vremenskom smislu, na razini uspostavljanja strukture i upravljanja tokovima, kako bi svi korisnici bili zadovoljni, a načelo održivosti zadovoljeno. Logistički menadžment nameće se kao ona aktivnost koja povezuje optimalnu strukturu i procese, turizam i životne aktivnosti, politiku i stvarne želje ljudi, radi na stvaranju kvalitetnog proizvoda po modelu održivoga razvoja destinacije. Koncept održivosti razvoja temelji se na prihvatnom kapacitetu (potencijalu) elemenata, koji se može kvantitativno iskazati. Primjerice, za turističku destinaciju moguće je izračunati koliki je broj: kupaca na plaži, šetača na šetnicama, posjetitelja nekog povijesnog lokaliteta, automobila i turističkih autobusa na parkiralištu, gostiju u hotelima i restoranima,

posjetitelja po kafićima, kupaca u trgovinama, plovila u sportskoj lučici i sl. (Mrnjavac, 2010., str. 239). Zadatak i funkcija logističkog menadžmenta je da u kontekstu zaštite okoliša i primjenom modela održivog razvoja destinacije upravlja kapacitetima koji u turističkoj destinaciji nisu niti će ikada u potpunosti moći biti usklađeni. Važno je težiti usklađivanju, ali naravno da se mora voditi računa da to bude razina koja je racionalna i realno ostvariva, zato što je većina proizvoda u turističkoj destinaciji miks usluga i materijalnih proizvoda koji se razlikuju po proizvodnji i plasmanu. Svakako bi cilj i funkcija upravljanja kapacitetima trebali biti što viši stupanj popunjenosti kapaciteta, uz primjenu svih aktivnosti koje će tome težiti, a da se pritom ne umanju kvaliteta turističkog proizvoda u destinaciji.

5. ZAKLJUČAK

Opće je poznato da se današnji svijet suočava s velikom degradacijom okoliša; stoga je utjecaj nekih oblika turističkog razvoja na okoliš postojeći, ali i rastući problem. No nije samo turistički razvoj uzrok degradacije i devastacije okoliša. Veza između turizma i okoliša vrlo je tijesna. Mnogi dijelovi okoliša turistima su atrakcija, a turistički sadržaji podrazumijevaju, a često i štite i razvijaju prirodni i izgrađeni okoliš (Jadrešić, 2010., str. 55). Dinamičan razvoj suvremenog turizma obilježen je visokim stopama porasta potražnje i stvaranjem novih kreativnih oblika turističke ponude koji stavljaju pred turističke poslovne sustave nove zahtjeve. Vijek trajanja turističkoga proizvoda se smanjio. Neophodno je uložiti iznimno velik napor u pronalaženje i u privlačenje novih tržišnih segmenata u turizmu. Dugoročno će uspijevati opstati samo oni poslovni turistički sustavi koji neprestano rade na smanjenju aktivnosti koje ne proizvode dodatnu vrijednost, a istovremeno postižu: manje troškove, veću kvalitetu logističkog turističkog proizvoda, veću sposobnost prilagodbe i brže reagiranje na poticaje i želje suvremenih turista. Optimalnim korištenjem kapaciteta u destinaciji, primjenjujući aktivnosti logističkog menadžmenta, uz neizostavno uvažavanje koncepta održivog razvoja, moguće je ostvariti zadovoljenje potražnje svih posjetitelja i povećanje kvalitete i zadovoljstva turista turističkim proizvodom u turističkoj destinaciji.

Održivi razvoj turizma u destinaciji nije moguć bez razvojne strategije i menadžmenta koji pomno planira i prati sve aktivnosti na ostvarenju postavljenih razvojnih ciljeva. Zadatak je destinacijskog menadžmenta osmisliti viziju razvoja destinacije i njenog ekološkog turističkog proizvoda, a na lokalnoj upravi je da u djelokrugu svojih aktivnosti stvori pretpostavke za ostvarenje tog cilja. Usklađujući sve tokove na određenom području – u ovom slučaju turističke destinacije, logistički menadžment dopunjuje i povezuje funkcije destinacijskog menadžmenta i lokalne uprave, te ostvaruje temeljni cilj destinacije – zadovoljstvo turista ekološkim licem destinacije i odgovarajućim turističkim proizvodima (Mrnjavac, 2010., str. 236).

6. LITERATURA

- Blažević, B. (2007): *Turizam u gospodarskom sustavu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.
- Ferišak, V. et al. (1983): *Poslovna logistika*, Informator, Zagreb, str. 1-2
- Grbac, B. (2004): „Upravljanje marketingom na razini lokalne samouprave (LS): Koncept, tijek i primjena“, in Karaman-Aksentijević, N., et al., ed.: *Ekonomska decentralizacija i lokalna samouprava*, Ekonomski fakultet Rijeka., str. 172-173.
- Jadrešić, V. (2010): *Janusovo lice turizma – Od masovnog do selektivno-održivog turizma*, Plejada d.o.o., Zagreb.
- Magaš, D. (2003): *Management turističke organizacije i destinacije*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija.
- Magaš, D. (2003): *Destinacijski menadžment – modeli i tehnike*, Sveučilište u Rijeci - Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija.

- Mrnjavac, E. (2010): *Logistički menadžment u turizmu*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
- Stock, J.R., i Lambert, D.M. (2001): *Strategic Logistics Management, Fourth Edition*, McGraw – Hill Irwin, Singapore, New York.
- Zekić, Z. (2000): *Logistički menadžment*, Glosa d.o.o., Rijeka.
- Zelenika, R. & Pavlić-Skender, H. (2005): *Upravljanje logističkim mrežama*, Ekonomski fakultet, Rijeka.
- Zelenika, R. & Pupovac, D. (2000): „Suvremeno promišljanje temeljnih fenomena logističkog sustava“ in: *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci, god. 18, sv. 2*, Rijeka, str. 59-63