

Utjecaj političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji: primjeri Jadranskih destinacija

Barač-Miftarević, Sandra

Doctoral thesis / Disertacija

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:691108>

Rights / Prava: [Attribution-ShareAlike 4.0 International/Imenovanje-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-05**



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)





SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I
UGOSTITELJSTVU

Sandra Barač-Miftarević

**UTJECAJ POLITIČKOG OKRUŽENJA NA
ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA U
DESTINACIJI: PRIMJERI JADRANSKIH
DESTINACIJA**

DOKTORSKI RAD

Opatija, 2022.



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I
UGOSTITELJSTVU

Sandra Barač-Miftarević

**UTJECAJ POLITIČKOG OKRUŽENJA NA
ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA U
DESTINACIJI: PRIMJERI JADRANSKIH
DESTINACIJA**

DOKTORSKI RAD

Mentorica: prof. dr. sc. Tanja Mihalič

Komentor: prof. emeritus dr. sc. Branko Blažević

Opatija, 2022.



UNIVERSITY OF RIJEKA

FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

Sandra Barač-Miftarević

**INFLUENCE OF POLITICAL
ENVIRONMENT ON SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF TOURISM IN A
DESTINATION: CASE OF ADRIATIC
DESTINATIONS**

DOCTORAL THESIS

Opatija, 2022.

Mentorica rada: prof.dr.sc. Tanja Mihalić

Komentor rada: prof. emeritus dr.sc. Branko Blažević

Doktorski rad obranjen je dana 08. prosinca 2022. na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci pred Povjerenstvom u sastavu:

1. Prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana, predsjednica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Hrvatska
2. Doc. dr. sc. Daniela Soldić Frleta, članica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Hrvatska
3. Prof. dr. sc. Darko Prebežac, član, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, Hrvatska

For better me

ZAHVALA

Moje znanstveno putovanje je počelo prije šest godina te na samom početku nisam bila svjesna avanture u koju se upuštam. Tijekom vremena shvatila sam koliko je znanost zahtjevna i kakve žrtve od nas traži. Društvene relacije u ovom procesu bivaju gurnute na margine i počinjete živjeti u nekom svom svijetu većinu vremena. U tom svijetu nakon nekog perioda počinju se otkrivati neki ljepši aspekti procesa u vidu upoznavanja novih ljudi, razmjene ideja, žustre diskusije i stvaranja novih prijateljstava. Sada na kraju ove faze mog znanstvenog putovanja mogu reći: *vridilo je*. *Vridilo je* upoznati neke osobe i ja im zahvaljujem što su bili dio moje avanture.

Prof. dr. sc. Tanja Mihalič, moja mentorica koja je nemilosrdno izazivala moje intelektualne kapacitete i gurala ih preko granica mogućeg uvijek zahtijevajući više od mene. Prof. emeritus Branko Blažević, moj komentor, koji je uvijek svojim blagim i pedagoškim pristupom davao konstruktivne kritike i savjete. Prof.dr.sc.Suzana Marković koja me naučila igrati se sa brojkama i veseliti se svakom statističkom problemu. Ne spomenuti profesorice Jasnu Horvat i Josipu Mijoč koje su me uvele u svijet statistike, bio bi veliki grijeh.

Zahvaljujem predsjednici Povjerenstva prof. dr. sc. Dori Smolčić Jurdani, članici docentici dr. sc. Danieli Soldić Frleti i prof. dr.sc. Darku Prebežcu na konstruktivnoj kritici i savjetima koji su mi pomogli u finaliziranju doktorske disertacije

Draga gospođa Nada Bogojević iz ureda poslijediplomskih studija koja je uvijek rješavala sve tehničke dileme i pomagala svojim brzim reakcijama. Moji dragi kolege Srđan, Aleks, Antonio, Ana, Tihomil i mnogi drugi koji su bili moji supatnici na ovom putu. Svi djelatnici matičnog Fakulteta u Opatiji. Hvala vam.

Zahtjevno putovanje ne bi bilo lako da nije bilo obiteljske podrške. Hvala mom suprugu Dinascu koji je bez pogovora prihvatio obiteljske subote i nedjelje sa ručkom iz dostave i koji je svojim osebnim stilom podržavao moje izbore. Veliko hvala mom sinu Romanu koji je uvijek bio tu kada mi je bio potreban.

Zahvaljujem svojim roditeljima, Mari i Ivanu, koji su me odgojili kao samostalno i otporno biće. Mojoj majci Mari posebno zahvaljujem što mi je oduvijek ukazivala na potrebu da žena bude samostalna i jednakopravna muškarcima te da se zdušno i hrabro bori za svoju bolju budućnost. Hvala i ostalim članovima moje uže i šire obitelji koji su uvijek iskazivali potporu mojim planovima i davali vjetar mojim jedrima.

Svoj finalni tekst disertacije završavam upravo u ovo nesretno vrijeme kada Ukrajinu žestoko napadaju ruske snage, a nuklearna opasnost prijete svima nama. Nažalost, ovaj rat ili “specijalna akcija” kako ju naziva Putin još jednom dokazuje nesprijetnost dijela čovječanstva da prepozna i živi neke drugačije vrijednosti poput održivosti i postizanja blagostanja za cijeli ljudski rod.

Vjerujem da su svi oni koji iskreno i punim srcem žele mir i zajedništvo te zajednički prosperitet sada konsternirani. Željela bih vjerovati da ovo nije kraj, željela bih vjerovati da će ovo ludilo prestati i da ćemo jednog dana doseći visoku razinu osviještenosti te da čovječanstvo neće dozvoliti da svijet postane spržena kugla smrti.

bale-valle 2022

SAŽETAK

Cilj doktorskog rada je konceptualizacija modela mjerenja utjecaja političkog okruženja na kvalitetu života i podršku održivom razvoju turizma u destinaciji na temelju prethodnih teorijskih spoznaja. Koncept političkog okruženja se promatrao kroz dva ključna elementa koncepta: političku moć i političko povjerenje, kao zasebne koncepte.

Za potrebe empirijskog istraživanja, razvijen je mjerni instrument s 43 čestice koje su obuhvatile šest ključnih konstrukata mjerenja: političku moć, političko povjerenje, pozitivne turističke utjecaje, negativne turističke utjecaje, kvalitetu života i podršku održivom razvoju turizma. Primarni podaci prikupljeni su metodom ispitivanja, a analiza podataka provedena je na uzorku od 554 ispitanika u dvije destinacije, Rovinj u Hrvatskoj (338n) i Budva u Crnoj Gori (216n), primjenom univarijatnih, bivarijatnih i multivarijatnih metoda statističke analize (faktorska analiza, modeliranje strukturalnim jednadžbama). Doktorski rad djelomično je potvrdio prethodna mjerenja konstrukta u radovima ostalih autora te proširio postojeće znanje o utjecaju političkog okruženja u destinaciji na kvalitetu života i podršku lokalne zajednice održivom razvoju turizma. Rezultati mjerenja koncepata političkog povjerenja i političke moći pokazali su da lokalna zajednica prepoznaje i procjenjuje napore lokalne vlasti u planiranju i implementaciji javnih politika pa tako i održivog razvoja kroz prizmu turističkih utjecaja i percipirane kvalitete života u destinaciji. Rezultati ovog istraživanja mogu lokalnoj zajednici i svim dionicima u destinaciji pomoći u razumijevanju uloge političkog okruženja u životu destinacije, u kontekstu održivog razvoja turizma. Prepoznavanjem potreba lokalne zajednice, razumijevanjem uzroka dioničkog ponašanja u dioničkoj mreži te predviđanjem njihovih budućih namjera ili potreba, moguće je kreirati održivo životno okruženje na zadovoljstvo lokalne zajednice. Istraživanje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj destinacije se odvijalo u kriznom razdoblju pandemije izazvane koronavirusom Covid-19 koji je imao krajnje neočekivan utjecaj na sve sfere ljudskog života. S obzirom na činjenicu da se po prvi put u povijesti ljudskog roda dogodio ovakav slučaj, koji je doslovno preko noći zaustavio normalan život te ugrozio profesionalnu i osobnu egzistenciju milijuna ljudi, nužno je promatrati rezultate ovog istraživanja u kontekstu globalne Covid-19 krize.

Ključne riječi: *političko okruženje, turistički utjecaji, održivi razvoj, kvaliteta života, podrška lokalne zajednice*

SUMMARY

The purpose of this doctoral thesis is based on theoretical knowledge to conceptualize a model for measuring the impact of the political environment on quality of life and support for sustainable tourism development at the destination. The concept of the political environment was examined through two key elements of the concept: political power and political trust as separate concepts.

For experimental analysis, a measurement instrument with 43 items was developed, which comprised six key measurement constructs: political power, political trust, positive tourism impacts, negative tourism impacts, quality of life, and support for sustainable tourism development.

Primary data were collected by the online questionnaire, and data analysis was performed on a sample of 554 respondents in two destinations, Rovinj in Croatia (338n) and Budva in Montenegro (216n), using univariate, bivariate and multivariate statistical analysis method (factor analysis, modelling by structural equations). The doctoral thesis partially supported the preceding assessments of the construct in the works of diverse authors and extended the existing knowledge about the impact of the political environment in the destination on the quality of life and local community support for sustainable tourism development.

The results of measuring the concepts of political trust and political power showed that the local community perceives and evaluates the efforts of local forces in planning and implementing public policies and therefore sustainable development through the prism of tourism impacts and perceived quality of life in the destination. The results can help the local community and all stakeholders in the destination to understand the role of the political environment in the destination's life with a specific attention on sustainable tourism development. By recognizing the needs of the local community, understanding the causes of their behaviour in the shared network and anticipating their future intentions or needs, it is possible to create a sustainable living environment to the satisfaction of the local community.

Research into the impact of the political environment on the sustainable development of the destination took place during the crisis period of the pandemic caused by the coronavirus Covid-19, which had an exceptionally unpredictable impact on all fields of human living. Because for the first time in the history of humanity such a situation took place that disrupted regular life overnight and threatened the professional and personal lifestyles of lots of humans, it is imperative to examine the results in the global Covid-19 crisis.

Key words: *political environment, tourism impacts, sustainable development, quality of life, local community support*

SADRŽAJ

SAŽETAK	I
SUMMARY	II
1. UVOD	1
1.1. Definiranje problema istraživanja	1
1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja	4
1.3. Metodologija istraživanja	8
1.4. Struktura rada	9
1.5. Znanstveni doprinos	10
2. . TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	12
2.1. Održivi razvoj turizma	12
2.1.1. Diskurs odgovornog održivog turizma	17
2.1.2. Političko ekonomski diskurs održivog turizma	21
2.1.3. Mjerenje održivog razvoja turizma – indikatori	26
2.1.4. Izazovi budućnosti	30
2.1.4.1. Prekomjerni turizam (eng. overtourism) i nedovoljni turizam (eng. undertourism)	30
2.1.4.2. Digitalizacija i održivi turizam	37
2.1.4.3. Globalni rizici i turizam	39
2.2. Političko okruženje	42
2.2.1. Političko okruženje – definicija i razgraničavanje sličnih pojmova	42
2.2.2. Ključni elementi političkog okruženja: politička moć i političko povjerenje	48
2.2.2.1. Politička moć	49
2.2.2.1.1. Legitimni autoritet	52
2.2.2.1.2. Moć nad procesima	53
2.2.2.1.3. Moć znanja	55
2.2.2.1.4. Imovina kao izvor moći	56
2.2.2.2. Političko povjerenje	57
2.3. Društveno okruženje	61

2.3.1. Teorija društvene razmjene	63
2.3.2. Dionička teorija	65
2.3.3. Identifikacija i klasifikacija dionika	67
2.3.3.1. Identifikacija i klasifikacija dionika u turizmu	69
2.3.4. Zadovoljstvo i podrška lokalne zajednice održivim turizmom	70
3. IZGRADNJA KONCEPTUALNOG MODELA	73
3.1. Model 1. – Mihalič i sur. (2016)	73
3.2. Model 2. – Akbar i sur. (2020)	75
3.3. Konceptualni model istraživanja	78
4. DESTINACIJE ISTRAŽIVANJA – BUDVA I ROVINJ	80
4.1. Europska unija i održivost	80
4.2. Republika Hrvatska	84
4.2.1. Rovinj	89
4.3. Crna Gora	93
4.3.1. Budva	96
5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	99
5.1. Oblikovanje istraživanja	99
5.2. Operacionalizacija konstrukata i dizajn upitnika	100
5.3. Uzorak	105
5.4. Metode statističke analize	106
5.4.1. Metoda univarijatne analize	106
5.4.2. Metode bivarijatne analize	106
5.4.3. Metode multivarijatne analize	107
5.4.3.1. Faktorska analiza	107
5.4.3.2. Modeliranje strukturalnim jednadžbama	108
6. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA	111
6.1. Rezultati deskriptivne analize	111
6.2. Rezultati faktorske analize	118
6.3. Rezultati modeliranja strukturalnim jednadžbama	123

6.3.1. Rezultati analize mjernih modela Budve i Rovinja _____	124
6.3.2. Procjena strukturnog modela _____	128
6.3.3. MGA - višegrupna analiza _____	137
6.4. Rezultati bivarijatne analize podataka _____	144
7. RASPRAVA _____	157
7.1. Kritički osvrt na rezultate po hipotezama istraživanja – modeliranje strukturnim jednadžbama _____	158
7.2. Kritički osvrt na rezultate po hipotezama istraživanja – test statistički značajnih razlika _____	170
8. ZAKLJUČAK _____	175
LITERATURA _____	182
POPIS TABLICA _____	237
POPIS SLIKA _____	241
PRILOZI _____	242

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

Sintagma „održivi razvoj“ je danas općeprihvaćen teorijski i konceptualni okvir unutar razvojnih istraživanja i napose utjecaja pojedinih gospodarskih sektora na razvoj lokalnog blagostanja. Kako bi se dostigao održivi razvoj ili se njemu približilo, većina teoretičara upućuje na ključnu ulogu širokog raspona dionika u svim fazama razvojnog procesa, od onih koji donose politike pa do onih koji su neposredno uključeni u implementaciju projekata.

Planiranje i implementacija planova održivog razvoja turizma je zahtjevan i kompleksan proces u kojem sudjeluju mnogi dionici koji nemaju iste startne pozicije niti imaju istu snagu utjecaja na procese. Mreža dioničkih uzajamnih odnosa je kompleksan aparat koji nije uvijek predvidljiv te ovisi o mnogobrojnim vanjskim i unutarnjim čimbenicima. U složenom procesu, na kojeg utječu ekonomski, društveno-kulturni i okolišni faktori, pojavljuje se još jedna dimenzija - politička dimenzija definirana kao uloga države-upravljača i to na svim razinama (nacionalna, županijska i lokalna uprava) te države kao strateškog planera. U okviru političke dimenzije djeluju i politički dionici koji bi trebali biti generatori promjena i progresa (eng. *enableri*), koji bi trebali donositi strategije, planove te poticati komunikaciju u dioničkoj mreži s glavnim ciljem postizanja održivog razvoja ne samo turizma, nego i šire.

Razmjerno bogata literatura o održivom razvoju turizma upućuje da turizam, kao agent razvoja i modernizacije, dostiže veću razinu održivosti ako svi uključeni dionici (eng. *stakeholders*) djelatno sudjeluju u njegovom razvojnom procesu. Klasična je pretpostavka da samo ekonomski interesi (eng. *business as usual*) tjeraju dionike na suradnju i partnerstva koje onda postaje poluga u ostvarenju strateških razvojnih ciljeva. Međutim, često se na taj način gube iz vida druge forme sudjelovanja i suradnje dionika koje su dinamičnije i manje zasnovane na intenzivnoj uporabi resursa, a što dovodi do pitanja korelacije paradigme održivosti s količinom i intenzitetom upotrebe prirodnih i kulturnih dobara, a koje su osnova za svaki turistički razvoj.

Polazeći od činjenice da u turizmu ima zaista veliki broj dionika i njihovih interesa, moglo bi se pretpostaviti i da postoji jasna dionička teorija koja služi kao okvir za procjenu uspješnosti turističkih praksi sukladno principima održivosti. Političko okruženje snažno utječe na sve dionike u održivom razvoju turizma te se dolazi do izrazito kompleksnog problema istraživanja.

Moć je imanentna političkom diskursu te je nezaobilazni element razmatranja u dioničkoj mreži interesa i želja. Politička moć se odnosi na djelatnost države (Mann, 1986) te se prepoznaje

kroz institucionalne atribute legitimnosti autoriteta, ali svoju strukturu nadograđuje procesnom moći, znanjem i imovinom. Političko povjerenje je općenito definirano kao povjerenje građana u političke institucije, odnosno politički režim (Citrin & Muste, 1999) te je važan pokazatelj političkog legitimiteta - vjera u ispravnost političkih institucija i režima čiji su dio. Moć i povjerenje se trebaju razmatrati zajedno u bilo kojoj teoriji koja pokušava objasniti društvene odnose (Cook & Emerson, 1978; Cook, Hardin, Levi, 2007). Upravo zbog snažne povezanosti ovih dvaju ključnih elemenata političkog okruženja, za potrebe ovog istraživanja koncept političkog okruženja se promatrao iz pomalo drugačijeg rakursa.

Namjera je bila istražiti utjecaj političkog okruženja na održivi razvoj turizma na jadranskoj obali na primjeru dviju destinacija smještenih u dvije regije, odnosno dvije države koje su u recentnoj prošlosti prošle kroz proces tranzicije, privatizacije i restrukturiranja. Riječ je o destinacijama Rovinju i Budvi (Hrvatska i Crna Gora) koje su, svaka na svoj način, slučaj za sebe. Unutar tranzicijskog procesa ovih destinacija odvijali su se različiti te, više ili manje, uspješni pokušaji koordinacije, suradnje i uključivanja dionika s ciljem osiguranja održivosti njihova turističkog razvoja. Riječ je o ključnim destinacijama u dvama državama pa je istraživanje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma na razini samih destinacija zanimljiv sam po sebi. Interesi, preferencije i oblici ponašanja domicilnog stanovništva, poduzetnika, lokalnih javnih vlasti, različitih udruga u fokusu su istraživanja jer su profili turizma i održivost ovih destinacija, u osnovi, rezultat njihovog ponašanja i jasno najveći predmet interesa održivog razvoja turizma kao oruđa za postizanje održivosti na dugi rok.

Međutim, tranzicijski se proces ovih destinacija odvijao unutar razvojnih politika zemalja kojima pripadaju, a koji su vođeni politikama vlada, nadležnih ministarstava i drugih institucija koje su na, više ili manje, uspješan način utjecale na modele upravljanja destinacijama kroz poticanje i stimuliranje suradnje dionika, s ciljem ostvarenja održivosti turizma. Republika Hrvatska je članica Europske unije od 2013. godine te provodi zakone i javne politike u skladu s pravnom stečevinom EU-a. Crna Gora, koja je država kandidatkinja za članicu EU-a od 2010., iako formalno ne podliježe zakonima EU-a, intenzivno radi na usklađivanju zakona i javnih politika tako da je pretpostavka istraživanja da postoje razlike između ovih dviju država u strateškim promišljanjima i implementaciji te upravljanju održivim razvojem turizma.

Bilo je nužno istražiti nacionalne politike, strategije, regulative i zakonske propise te njihov uvid i razinu oslanjanja na paradigmu dioničke ekonomije u cilju harmonizacije interesa

involviranih dionika u turistički proces. Teorija društvene razmjene se nadovezuje na dioničku teoriju kako bi bolje objasnila razloge i načine ponašanja dionika u dioničkoj mreži i destinaciji. U tom kontekstu, ovom se disertacijom, kombinacijom različitih istraživanja i metoda analize, nastoji utvrditi u kojoj je mjeri proces restrukturiranja i uspostave održivog razvoja turizma bio vođen principima suradnje i partnerstva na razini njih sami (mikro razina), to jest u kojoj je mjeri održivost kao koncept i kao mikro destinacijska politika uvjetovana nacionalnim politikama, regulacijama i sustavima poticaja. Drugim riječima, ova disertacija je bila fokusirana na analizu nacionalne i destinacijske razine u smislu njihove interakcije u vezi s utjecajem dioničke ekonomije na održivi razvoj turizma i s time u vezi na razvoj modela upravljanja destinacijom (eng. *destination governance*) koji odražava, više ili manje, uspješno uključivanje dionika u turistički razvojni proces destinacija. Zaključno, ovdje se želi istražiti tko je i kako u procesu interakcija unutar destinacija, kao i između države i destinacija, imao veći utjecaj i veću moć (formalnu i neformalnu) na krajnje ciljeve održivog razvoja turizma. U tom smislu, uspješno partnerstvo i involviranje dionika u turistički proces i razvoj paradigme održivog razvoja turizma u kontekstu političkog okruženja mora biti bolje istraženo u studijama slučaja, a kako bi paradigma održivosti imala veći utjecaj na uspješniji razvoj i modele upravljanja održivim razvojem turizma. Važno je naglasiti da se istraživanje fokusiralo isključivo na zajednicu domaćina, odnosno na strani ponude (eng. *supply side*). Pretpostavka je da lokalna zajednica, za razliku od turista, snažnije doživljava utjecaj političkog okruženja jer političko okruženje svakodnevno utječe na kvalitetu života u zajednici u različitim oblicima. Turisti jesu dio cijele turističke priče te mogu prepoznati i validirati određene elemente utjecaja političkog okruženja, ali njihov boravak u destinaciji je ograničenog trajanja i uvida te možda nisu upoznati sa svim aspektima političkih procesa. Europsko gospodarstvo i turizam, kao dio istog, prolaze kroz transformacije bez presedana prema zelenoj i digitalnoj budućnosti u kontekstu golemih neizvjesnosti povezanih s globalnim i sigurnosnim izgledima. Nakon pandemijske krize uzrokovane virusom COVID-19, od proljeća 2021., gospodarstvo doživljava snažan gospodarski oporavak. Razine *outputa* u potpunosti su se oporavile, također zahvaljujući iznimnim mjerama potpore poduzetim na razini EU-a i nacionalnoj razini. Pandemija i odgovor politike EU-a ubrzali su dvostruku tranziciju gospodarstva EU-a i istaknuli potrebu za jačanjem otpornosti gospodarstva EU-a. Nažalost, recentna ruska invazija na Ukrajinu podriva europsku globalnu sigurnost i stabilnost te suočava EU s nekim neposrednim izazovima, ali istovremeno prijeto i svjetskom sigurnosnom poretku (Brief, 2021).

1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Ciljevi istraživanja se određuju nakon definiranja problema i predmeta istraživanja. Na temelju teorijskih spoznaja prethodnih autora, potrebno je razviti konceptualni model za mjerenje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji te ispitati pouzdanost i valjanost predloženog konceptualnog modela, predstaviti rezultate konceptualnog i empirijskog dijela istraživanja te formulirati preporuke i upute za dionike u destinaciji s ciljem postizanja visoke razine odgovornog održivog razvoja turizma u destinaciji.

Ciljevi konceptualnog dijela istraživanja jesu:

- Definirati i opisati koncept političkog okruženja u destinaciji kroz dva ključna elementa: politička moć i političko povjerenje.
- Definirati i opisati koncept održivog razvoja turizma u destinaciji.
- Definirati i opisati koncepte zadovoljstva kvalitetom života i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji.
- Opisati postojeće metode i modele za mjerenje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji.
- Opisati postojeće metode i modele za mjerenje koncepta održivog razvoja turizma u destinaciji.
- Opisati postojeće metode i modele za mjerenje koncepta zadovoljstva kvalitetom života i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji.
- Predložiti konceptualni model za mjerenje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji.

Ciljevi empirijskog i aplikativnog dijela istraživanja jesu:

- Ispitati pouzdanost i valjanost upitnika primjenom Cronbach alfa koeficijenta.
- Ispitati valjanost sadržaja i konstrukata strukturalnog modela.
- Ispitati normalnost raspodjele podataka primjenom metode deskriptivne statističke analize.
- Ocijeniti konstrukte konceptualnog modela primjenom metode deskriptivne statističke analize.

- Sažeti broj reflektivnih varijabli latentnih konstrukata mjernog modela na manji broj zajedničkih varijabli primjenom metode modeliranja strukturalnim jednadžbama SEM.
- Ispitati postavljeni strukturalni i mjerni model primjenom PLS-SEM-a.
- Ispitati razlike u populaciji primjenom višegrupne metode MGA.
- Usporediti rezultate istraživanja s rezultatima dosadašnjih istraživanja domaćih i stranih autora.
- Sustavno formulirati rezultate istraživanja.
- Sustavno formulirati implikacije i preporuke za dionike u dioničkoj mreži u destinaciji s ciljem boljeg upravljanja destinacijom u kontekstu održivog razvoja turizma.

Glavna hipoteza doktorskog rada, proizišla iz prethodnih teorijskih i empirijskih saznanja, postavljenog problema i cilja istraživanja, glasi:

Na temelju teorijskih i empirijskih spoznaja o utjecaju političkog okruženja, političke moći i političkog povjerenja, kao dva ključna elementa političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji, postavljenog konceptualnog modela te primjenom metode parcijalnih najmanjih kvadrata modeliranja strukturalnim jednadžbama (PLS-SEM), moguće je utvrditi povezanost političkog okruženja na održivi razvoj turizma i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji.

Nastavno na glavnu hipotezu formulirane su sljedeće pomoćne hipoteze:

H1: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i političkog povjerenja.

H2: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja.

H2a: Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja.

H3: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja.

H3a: Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja.

H4: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i kvalitete života.

H5: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja.

H6: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja.

H7: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i kvalitete života.

H8: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta pozitivnih turističkih utjecaja i kvalitete života.

H9: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta pozitivnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu.

H10: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta negativnih turističkih utjecaja i kvalitete života.

H11: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta negativnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu.

H12: Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta kvalitete života i podrške održivom turizmu.

H13: Strukturalni odnosi između političke moći, političkog povjerenja, pozitivnih turističkih utjecaja, negativnih turističkih utjecaja, kvalitete života i podrške održivom turizmu su snažniji za lokalnu zajednicu Rovinja nego za lokalnu zajednicu Budve.

Kako je istraživanje provedeno u dvije različite destinacije u dvama državama od kojih je jedna članica Europske unije (Hrvatska), a druga država nije članica (Crna Gora), postavljene su i pomoćne hipoteze koje su trebale potvrditi presumpciju da stavovi ispitanika, koji su sudjelovali u istraživanju, ne pokazuju značajne statističke razlike u percepciji koncepta istraživanja u odnosu na sociodemografski profil ispitanika (spol, godine života, stupanj obrazovanja, radni status, sektor zaposlenja ispitanika te prebivalište ispitanika).

Pomoćne hipoteze kako slijede:

H14: Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na demografska obilježja ispitanika:

- H14a: spol
- H14b: godine života
- H14c: stupanj obrazovanja
- H14d: radni status
- H14e: sektor zaposlenja ispitanika
- H14f: prebivalište ispitanika.

H15: Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na demografska obilježja ispitanika:

- H15a: spol
- H15b: godine života
- H15c: stupanj obrazovanja
- H15d: radni status
- H15e: sektor zaposlenja ispitanika
- H15f: prebivalište ispitanika.

H16: Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na demografska obilježja ispitanika:

- H16a: spol
- H16b: godine života
- H16c: stupanj obrazovanja
- H16d: radni status
- H16e: sektor zaposlenja ispitanika
- H16f: prebivalište ispitanika.

H17: Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na demografska obilježja ispitanika:

- H17a: spol

- H17b: godine života
- H17c: stupanj obrazovanja
- H17d: radni status
- H17e: sektor zaposlenja ispitanika
- H17f: prebivalište ispitanika.

1.3. Metodologija istraživanja

U istraživanju i analizi strukture dionika u destinaciji te stupnju njihove involviranosti u procese ostvarivanja ciljeva održivog razvoja turizma, njihov utjecaj kao i u analizi njihove uzajamne ovisnosti te konačno i utjecaja na održiv razvoj destinacije i podršku zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji, a sve to u kontekstu političkog okruženja kroz njegove ključne elemente, političku moć i političko povjerenje, koristile su se sljedeće metode: povijesna metoda, metoda deskripcije, metoda analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metoda klasifikacije, komparativna metoda, metoda generalizacije i specijalizacije, metoda kompilacije, metoda anketiranja, deskriptivna statistička metoda, bivarijatna i multivarijantne statističke metode (modeliranje strukturalnim jednadžbama – PLS SEM i višegrupna analiza odnosno MGA). Istraživanje započinje povijesnom metodom kako bi se, proučavanjem postojećih teorijskih doprinosa i sažetim pregledom dosadašnjih rezultata istraživanja različitih stranih i domaćih autora, formirala podatkovna baza za daljnje istraživanje u kontekstu problema istraživanja ovog rada. Osim znanstvenih knjiga, znanstvenih članaka, doktorskih disertacija te drugih relevantnih sekundarnih izvora podataka, istraživanje je također analiziralo postojeće strateške i akcijske razvojne planove na nacionalnim i lokalnim razinama u dvama državama, kao i postojeću zakonsku regulativu u kontekstu održivog turizma te se koristilo sve relevantne dostupne podatke na *web* stranicama svjetskih, europskih i inih institucija u kontekstu održivog razvoja u turizmu. U istraživanju je korištena i kvantitativna metoda za koju su podaci prikupljeni metodom ispitivanja. Prikupljanje podataka pomoću upitnika pragmatično je odabrano kao korisna metoda prikupljanja podataka kada je cilj prikupiti velik broj ispitanika (Horvat et al., 2000) te je prikladna metoda za opisna i uzročna istraživanja (Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, 2010), kao što je slučaj u ovom istraživanju. Određivanje veličine uzorka za potrebe istraživanja polazi od premise (Barclay, D., Higgins, C Thompson, 1995; Nunnally, J.C. & Bernstein, 1994) da bi minimalna veličina uzorka trebala biti deset puta veća od broja formativnih manifestnih varijabli latentnog

konstrukta ili deset puta veća od broja puteva strukturalnog modela usmjerenih prema endogenom latentnom konstrukt.

Za analizu podataka, dobivenih putem anketnog ispitivanja, koristila se metoda modeliranja strukturalnim jednadžbama kao prikladna metoda kada se ispituju odnosi između više latentnih varijabli i manifestnih varijabli te također povezanosti endogenih i egzogenih latentnih konstrukata (Orehovački, 2013). Strukturalno modeliranje jednadžbama (SEM) složena je multivarijatna statistička metoda koja omogućuje testiranje teorija i utvrđivanje uzročno-posljedičnih odnosa pojava. Metoda je utemeljena na konfirmatornoj faktorskoj analizi, regresijskoj analizi i drugim multivarijantnim statističkim metodama. U strukturalnom modeliranju utvrđuje se struktura manifestnih varijabli koje opisuju latentnu varijablu (konstrukt), pojavu ili proces i određuje njihov hipotetički uzročno-posljedični odnos. Struktura latentnih varijabli i njihov hipotetički kauzalni odnos prikazuju se dijagramom (Anić & Rajh, 2008; Mejovšek, 2013). SEM modeli podrazumijevaju dvije komponente: mjerni model – testiranje valjanosti upotrijebljenih indikatora za pretpostavljenu latentnu dimenziju kroz postupke konfirmatorne faktorske analize. Strukturalni model – specificiranje odnosa među latentnim dimenzijama. Iako je unutar SEM moguće specificirati samo mjerni model (FA) ili samo strukturalni model (odnosi manifestnih varijabli), prednost se daje integriranom pristupu. Istraživanje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji uzelo je u obzir integrirani pristup.

S obzirom na to da su u istraživanju bile obuhvaćene dvije destinacije u dvama različitim državama, bilo je nužno utvrditi je li integrirani pristup na bazi zajedničkih podataka (eng. *joint data*) ispravan u smislu vjerodostojnosti dobivenih rezultata i tumačenja. Pogrešna istraživačka pretpostavka o nepostojanju heterogenosti može dovesti do krivih zaključaka. Višegrupna analiza (Multiple Group Analysis – MGA) u PLS-SEM-u je jedna od najefikasnijih analiza za analizu utjecaja moderatora na veze između latentnih konstrukata jer, za razliku od standardne moderacije koja ispituje jedan specifičan odnos, MGA ispituje utjecaj moderatora na sve konstrukte istovremeno. U ovom istraživanju moderatorska varijabla je bila prebivalište ispitanika, odnosno pripadnost destinaciji istraživanja (Budva i Rovinj).

1.4. Struktura rada

Ovaj doktorski rad se sastoji od 8 poglavlja koja su sadržajno povezana. U Uvodu se definira problem i predmet istraživanja, opisuju se ciljevi istraživanja, prikazuju se postavljene hipoteze,

opisuju metode istraživanjaž te pojašnjava očekivani znanstveni doprinos rada u teorijskom, empirijskom i aplikativnom smislu.

Drugo poglavlje daje pregled literature po zadanim konceptima: održivi razvoj turizma, političko okruženje razmatrano kroz dva ključna elementa: političku moć i političko povjerenje, zadovoljstvo lokalne zajednice turizmom kroz kvalitetu života i podrška lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji. Ono obuhvaća opise, definicije te pregled dosadašnjih istraživanja na zadanu temu.

Treće poglavlje daje pregled izgradnje konceptualnog modela istraživanja temeljenog na radovima prethodnika te daje kratak pregled prethodnih modela s modelom istraživanja.

U četvrtom poglavlju su detaljnije opisane destinacije istraživanja u kontekstu održivog razvoja turizma kako bi čitatelj, prije teoretskog i empirijskog dijela, dobio širi uvid u razloge njihovog odabira. Održivost u kontekstu Europske unije je obrađena na samom početku poglavlja kao uvod u daljnju analizu destinacija odabranih za istraživanje fenomena političkog okruženja.

Peto poglavlje rada pod nazivom *Metodologija istraživanja* objašnjava predmet i cilj empirijskoga istraživanja, način prikupljanja podataka, opisuje uzorak te daje detaljnu operacionalizaciju varijabli upitnika. U ovom dijelu rada su također navedene metode statističke analize korištene za potrebe rada.

U šestom poglavlju su prikazani rezultati istraživanja dobiveni univarijatom (deskriptivnom), bivarijatom i multivarijatom statističkom analizom.

Sedmo poglavlje kritički analizira dobivene rezultate te prikazuje usporedbu rezultata istraživanja s prethodnim saznanjima drugih autora.

Posljednji dio rada, odnosno osmo poglavlje, prikazuje najvažnije zaključke konceptualnoga dijela rada, zaključke provedenoga empirijskog istraživanja, ograničenja provedenog istraživanja te preporuke za eventualna buduća istraživanja.

1.5. Znanstveni doprinos

Pregledom literature domaćih i stranih autora, može se zaključiti da se dosadašnja istraživanja na temu dioničke teorije i dionika u održivom razvoju turizma nisu dovoljno bavila istraživanjem utjecaja kompleksnog političkog okruženja, a posebice utjecajem političkih dionika (nacionalna, regionalna i lokalna samouprava), kao jednog od ključnih dionika na dioničku mrežu i ostale dionike u mreži te na održivi razvoj turizma. Rezultati ovog

znanstvenog istraživanja daju znanstveni doprinos području društvenih znanosti, polju ekonomije, grani trgovine i turizma, u konceptualnom, empirijskom i aplikativnom smislu.

Očekivani znanstveni doprinos u konceptualnom obliku je sljedeći:

- Kritička analiza dosadašnjih teorijskih i empirijskih spoznaja predmeta istraživanja domaćih i stranih autora.
- Produbljivanje već postojećih spoznaja u kontekstu dionika i dioničke teorije te političkog okruženja u održivom razvoju turizma.
- Doprinos razvoju znanstvene misli o razumijevanju uzroka, posljedica i procesa u destinaciji u kontekstu dionika i dioničke teorije te političkog okruženja promatranog kroz političku moć i političko povjerenje u odnosu na održivi razvoj turizma.

Očekivani znanstveni doprinos u empirijskom i aplikativnom dijelu istraživanja je sljedeći:

- Primjena metoda multivarijatnih statističkih analiza u ocjenjivanju mjernog instrumenta, utvrđivanju valjanosti i pouzdanosti mjernog instrumenta te analizi korištenog konceptualnog modela.
- U aplikativnom smislu, rezultati ovog znanstvenog istraživanja pomoći će boljem razumijevanju strukture dionika, strukture dioničke mreže, političkog okruženja, njegovih dvaju ključnih elemenata: političkog povjerenja i političke moći te procesa koji se odvijaju u destinaciji u skladu s ciljevima održivog razvoja, kao i omogućiti uvid u poziciju političkih dionika te načine njihovog funkcioniranja u dioničkoj mreži.
- Rezultati istraživanja mogu pružiti vrijedne informacije za stvaranje kvalitetnog mehanizma za strateško i operativno djelovanje u destinaciji u skladu s ciljevima održivog razvoja.

Rezultati istraživanja omogućuju dublji uvid u složenu mrežu odnosa u kontekstu utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji, otkrivaju uzroke uspjeha ili neuspjeha i ispunjavanja ili neispunjavanja ciljeva održivog razvoja turizma te daju smjernice kako se ponašati u situacijama kada se pojave nesrazmjeri između strateškog i operativnog planiranja i ostvarenja ciljeva održivog razvoja turizma u destinaciji te sukobljeni interesi između dionika procesa.

2. . TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

2.1. Održivi razvoj turizma

Ideja održivog razvoja turizma je dugi niz godina bila vezana uz ubrzani rast turizma kao jedne od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u svijetu. UNWTO-ov svjetski barometar turizma za 2019. godinu navodi da su (UNWTO, n.d.) dolasci internacionalnih turista na svjetskoj razini dosegli 1.4 milijardu noćenja te da je taj porast u velikoj mjeri prešao očekivani rast od 4-5 %. Time se nastavio trend rasta dolazaka internacionalnih turista u odnosu na 2017. godinu kada je porast bio 7 %. Prema podacima prikupljenima 2019. u istraživanju UNWTO-a Panel Experti, vjera u globalni turizam i dalje je bila snažna. Porast prihoda od turizma od 5 % u 2019. godini pratio je trend porasta broja dolazaka internacionalnih turista. Stručnjaci u turizmu su predviđali daljnje trendove rasta u idućim godinama. Svi ovi podaci govorili su o turizmu kao o rastućoj djelatnosti u svijetu. Međutim, dogodila se 2020. godina koju nitko nije očekivao niti predviđao jednostavno zato jer se dogodilo nešto krajnje neočekivano, *crni labud*. Crni labud (Taleb, 2010) ili utjecaj krajnje nevjerojatnog kao ekstremni događaj ima tri specifična obilježja: atipičan je budući da nadilazi okvire redovnih očekivanja i za njega u prošlosti nije bilo nikakvih uvjerljivih naznaka, njegov učinak je ekstreman te, iako je događaj atipičan, u ljudskoj je prirodi da izmišlja naknadna objašnjenja za njegovu pojavu, a sve s ciljem da se učini objašnjivim i predvidljivim.

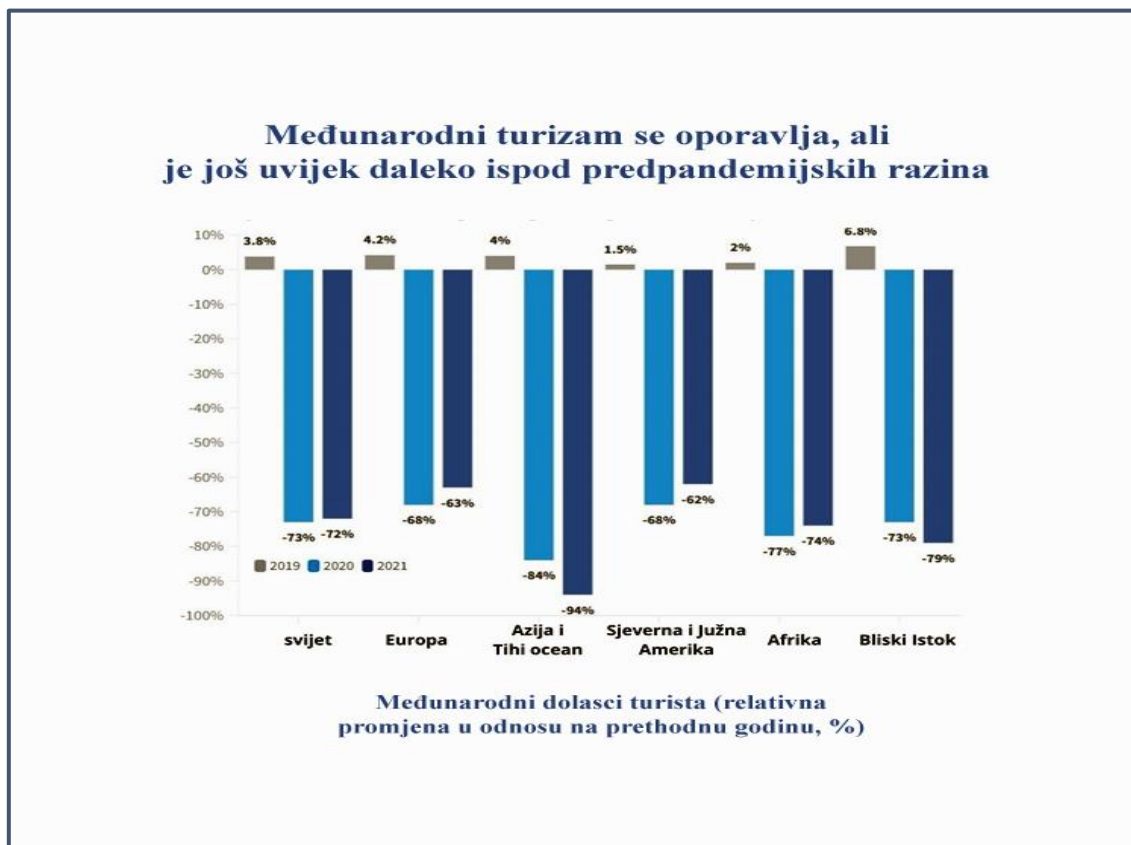
Covid-19 je po svim navedenim specifičnim obilježjima pravi crni labud (eng. *black swan*). Apsolutno je atipičan, bez precedenta, imao je ekstreman učinak koji još traje te je bilo pokušaja da se objasni i učini predvidljivim.

Globalna pandemija virusa Covid-19 uzrokovala je prisilnu izolaciju (eng. *lockdown*) u cijelom svijetu (unatoč nekim iznimkama poput Sjeverne Koreje i nekih drugih država¹), ugasila industrije, ljude imobilizirala, a turizam je na određeno vrijeme prestao postojati. Sav svijet je stao. Nakon nezadrživog rasta turizma, koji je postao opasnost za okoliš i ljudsku rasu uz klimatske promjene koje već desetljećima nezaustavljivo narušavaju ekološku ravnotežu Zemlje, došlo je do ekstremno naglog prestanka bilo kakvih aktivnosti. Naravno da su se države, koje su u svojim BDP-a imale veliki udio prihoda od turizma, našle u nezavidnoj situaciji. Drastičan pad svih turističkih indikatora u 2020. otkrio je krhku strukturu turizma

¹ Vrlo diskutabilno s obzirom na popis država koje nisu priznale postojanje COVID-19 u svojim državama.

neotpornog na ekstremne devijacije. Na slici broj 1. prikazani su pokazatelji turizma na globalnoj razini u godinama 2019., 2020. i 2021. ²

Slika 1. Međunarodni dolasci turista u 2019., 2020. i 2021.



Source: UNWTO (n.d.) – dostupno na <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>, pristupljeno 17.9.2021.

Početni zamah turizma koji je utemeljen na klasičnom konceptu „sunca i mora“ u godinama koje su dolazile počeo je jenjavati jer su turisti, napretkom društva na generalnoj razini te modernizacijom i tehnološkim dostignućima, bili u poziciji da bolje žive, više zarađuju te samim time i više troše. Turizam je iz godine u godinu pokušavao inovativnim rješenjima i raznovrsnom ponudom ispuniti sve zahtjeve novog doba te povećati profitabilnost. Počeli su se javljati sve glasnjiji i artikuliraniji stavovi i mišljenja te osvješćivanje sve većeg broja ljudi o

² UNWTO stalno ažurira podatke na mjesečnoj i godišnjoj bazi te se na njihovoj web stranici uvijek mogu naći sve aktualne informacije o turističkoj djelatnosti počevši od broja dolazaka, prihoda od turizma, turističkog izvoza, potrošnje, svrhe putovanja, vrste transporta te ostale korisne informacije.

potrebi očuvanja ekološke ravnoteže u skladu s paradigmatom održivosti u svim sferama ljudskog djelovanja.

Sintagma „održivi razvoj“ prvi put se spominje u Izvješću Brundtland (WCED, 1987) koje postaje bazično polazište za buduće akcije u smjeru ostvarivanja ciljeva održivog razvoja. Izvješće navodi sljedeću definiciju: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjice, ne dovodeći u pitanje sposobnost budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe.“. Ova definicija identificira bazične principe održivosti kao što su: holistični pristup planiranju i strategiji, štiti okoliš (bioraznolikost) i ljudsko naslijeđe, čuva esencijalne ekološke procese, olakšava i angažira javnu suradnju, osigurava produktivnost u dugoročnim okvirima te osigurava višu razinu poštenja i mogućnosti za različite zemlje (Niedziolka, 2012).

Niedziolka (2012) tvrdi da je održivi turizam definiran kao sve aktivnosti, menadžment i razvoj turizma koji čuva prirodan, ekonomski i socijalni integritet te garantira održavanje prirodnih i kulturnih resursa. Implementacija principa održivog turizma zahtijeva: optimalno korištenje okolišnih resursa koji su ključni element turističkog razvoja, održavajući pritom osnovne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodnog nasljeđa i bioraznolikosti; uvažava sociološke i kulturne autentičnosti zajednice, čuva njihove zgrade i živuće kulturno naslijeđe te doprinosi interkulturalnom razumijevanju i toleranciji; osigurava za život sposobne, dugoročne ekonomske operacije, daje sociološke i ekonomske dobrobiti svim dionicima putem poštene raspodjele, uključujući stabilno zaposlenje i mogućnosti zarade te socijalne usluge i, na kraju, doprinosi smanjenju siromaštva (Niedziolka, 2012; UNEP, 2003). Održivi razvoj je tema o kojoj se raspravlja u velikoj mjeri u turizmu zato jer takva vrsta razvoja može zadovoljiti potrebe turista, omogućiti gospodarski rast, zaštititi fizičke lokacije te poboljšati kvalitetu života lokalnog stanovništva istodobno povećavajući buduće prilike kroz koegzistenciju turističkog razvoja i kvalitete okoliša (Eagles, P.F.J., McCool, S.F., Haynes, 2002). Sharpley (2000a) tvrdi da postoji konsenzus oko tvrdnje da bi održivi razvoj turizma trebao biti građen na temeljima roditeljske paradigme održivog razvoja. Izraz održivost (eng. *sustainability*) u doslovnom smislu znači sposobnost nošenja nekog entiteta, ishoda ili procesa tijekom vremena (Jenkins, 2009). Održivost iz ekonomske perspektive obuhvaća više principa. Oni uključuju: maksimalizaciju i optimizaciju dobrobiti turizma uz istovremeno smanjenje troškova turizma, osiguravaju da se dobrobiti turizma jednako distribuiraju u lokalnoj zajednici, pogotovo između najviše zakinutih grupa u zajednici, minimalizira propuštanja u lokalnoj ekonomiji čime se povećava učinak umnožavanja te stimulira lokalno gospodarstvo u zajednici. Okolišna

održivost promovira zaštitu okoliša koji nije neophodan samo za turizam, nego je vrijedan i za održavanje života. U raspravama o održivom turizmu socijalna komponenta je bila manje zastupljena, a sociokulturni učinci manje opipljivi te se pojavljuju sporije i u suptilnijim oblicima (Swarbrooke, 1999).

UNEP (2003) navodi pozitivne i negativne učinke turizma na okoliš u kontekstu triju stupova održivosti:

- Ekološki utjecaj – eksploatacija prirodnih resursa, degradacija tla, voda i atmosfere, uništavanje ekosustava i bioraznolikosti te povećana emisija štetnih plinova suprotno očuvanju prirode i kulturne baštine, uspostavljanju zaštićenih područja, racionalnoj upotrebi prirodnih resursa i obnovljivih izvora energije, recikliranju i sl.
- Društveno-kulturni utjecaj – multikulturalnost koja se ostvaruje turizmom može imati pozitivne učinke (bolje obrazovanje i životni standard, suradnja, izgradnja kulturnog identiteta i međusobno razumijevanje i sl.) i negativne učinke (promjene u životnom stilu i vrijednostima, komercijalizacija, kriminal, konflikti i sl.).
- Ekonomski utjecaj – želja za gospodarskim razvojem, ekonomskom koristi i povećanjem zaposlenosti putem turizma može dovesti do prevelike gospodarske ovisnosti o turizmu (veliki udio turizma u BDP-u, izravnanje platne bilance i sl.), prevelikog sezonskog poslovanja, viših cijena nekretnina i životnih namirnica i dr.

UNWTO je filozofiju i principe održivog razvoja spretno uskladio te je odredio tri stupa održivosti i to: ekonomski, okolišni i sociokulturni stup. Na ovim trima stupovima počiva cjelokupna filozofija održivosti. „Održivi turizam je turizam koji u potpunosti uzima u obzir trenutne i buduće gospodarske, društvene i okolišne učinke, te se brine o potrebama posjetitelja, okoliša i destinacije“ (UNWTO, UNEP, 2005).

Održivi turizam bi trebao optimalno koristiti resurse okoliša koji su ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući očuvanju prirodne baštine i biološke raznolikosti. Nadalje, trebao bi poštovati sociokulturnu autentičnost zajednica domaćina, čuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicionalne vrijednosti i doprinosti međukulturalnom razumijevanju i toleranciji te osigurati održivo, dugoročno gospodarsko poslovanje, pružajući društveno-ekonomske koristi svim dionicima koji su pravedno raspoređeni, uključujući stabilno zapošljavanje i mogućnosti za dohodak te socijalne usluge zajednicama domaćinima i doprinoseći smanjenju siromaštva.

Većina autora (Aref, 2011; Benckendorff et al., 2009; Moscardo, 2009; Woo et al., 2015a) se slaže da je doprinos turizma kvaliteti života i socioekonomskom razvoju lokalne zajednice dobro poznat. Klarin (2018) tvrdi da bi održivi razvoj trebao pružiti rješenje u smislu zadovoljavanja osnovnih ljudskih potreba, integriranja razvoja i zaštite okoliša, postizanja jednakosti, osiguravanja socijalnog samoodređenja i kulturne raznolikosti te održavanja ekološkog integriteta. Međutim, često se zaboravlja inherentno politička priroda održivosti te je nužan oprez kako bi se izbjeglo reproduciranje modela održivosti bez pažljivog razmatranja teorijskih osnova i ideologija ugrađenih u njima. Konačno, treba imati na umu da održivost kroz svoje složeno i različito povijesno podrijetlo ostaje specifičan i ontološki otvoren koncept koji, prije bilo kakve rigorozne operacionalizacije, izričito zahtijeva eksplicitan opis razumijevanja istog (Purvis i sur., 2019).

Generalna skupština Ujedinjenih naroda odobrila je 25. rujna 2015. Agendu za održivi razvoj do 2030. (UN, 2015), a s njom i Ciljeve održivog razvoja, odnosno okvir koji sadrži 17 glavnih ciljeva i 169 manjih, putem kojih države, civilno društvo i privatni sektor mogu voditi i mjeriti svoj doprinos održivom razvoju do 2030. (Vidi sliku 2.). Nova razvojna agenda je do sada najambicioznija, a 17 ciljeva univerzalni je poziv na akciju za iskorjenjivanje siromaštva, zaštitu planeta i osiguranje da svi ljudi uživaju u miru i prosperitetu. Ciljevi su međusobno povezani - često će ključ uspjeha jednog biti rješavanje problema koji su češće povezani s drugim. Ciljevi održivog razvoja (UN, 2019) rade u duhu partnerstva i pragmatizma kako bi donijeli prikladne i ispravne izbore za poboljšanje života, na održiv način, za buduće generacije. Održivost nije "jednostavno" pitanje okoliša, ekonomske pravde i razvoja, nego je riječ o ljudima i našem opstanku kao pojedinaca i kultura. Najvažnije pitanje je hoće li i na koji način različite skupine ljudi nastaviti opstajati. Zapravo, sve popularnija literatura o kretanju prema održivosti slavi mnoge skupine koje su uspješno prilagodile svoje kulturno nasljeđe, jedinstvene oblike društvene i produktivne organizacije i specifične načine povezivanja sa svojim prirodnim okolišem (Barkin, 2000).

Održivost se odnosi na izravno sudjelovanje. Ako postoji jedna konstanta u raznolikoj literaturi na tom području, onda je to prepoznavanje činjenice da je pokret izrastao iz vlastitog korijena kako bi sudjelovao i podupirao nevladine organizacije srednje razine koje tvrde da govore u ime izvanredne proliferacije grupa u zajednici i građanskih organizacija koje počinju zahtijevati sve veću ulogu u raspravi o nacionalnoj politici (Barkin, 2000).

Slika 2. Ciljevi održivog razvoja



Izvor: IDOP (n.d.) – dostupno na <http://idop.hr/hr/dop-trendovi/ciljevi-odrzivog-razvoja/opcenito-o-globalnim-ciljevima-odrzivog-razvoja/17-globalnih-ciljeva-za-odrzivi-razvoj-koji-ce-do-2030-promijeniti-sliku-svijeta/>, pristupljeno 27.4.2020.

2.1.1. Diskurs odgovornog održivog turizma

Kontinuirana akademska debata o konceptu održivosti i održivog turizma dovela je do promjena kada je riječ o turističkom diskursu. Diskurs odgovornog održivog turizma ujedinio je održivost i odgovornost u zajedničku ideju dovodeći turističke politike i praksu u sklad s konceptom održivosti.

Debata o održivosti turizma počinje radovima Inskeepa (1991) koji je definirao pet glavnih kriterija za održivi turizam: gospodarska, ekološka i društvena odgovornost te odgovornost prema turistima (zadovoljstvo turista) i, zaključno, globalna pravda i jednakost. U posljednje vrijeme istraživanja održivog turizma, dokumente i akcije sve više prati pojam odgovornog turizma. Primjeri uključuju novi europski dokument pod nazivom „Povelja o održivom i odgovornom turizmu” (TSG, 2012) te dvije novije knjige pod nazivom “Odgovorni turizam” (Leslie, 2012) i “Preuzimanje odgovornosti za turizam” (Goodwin, 2011).

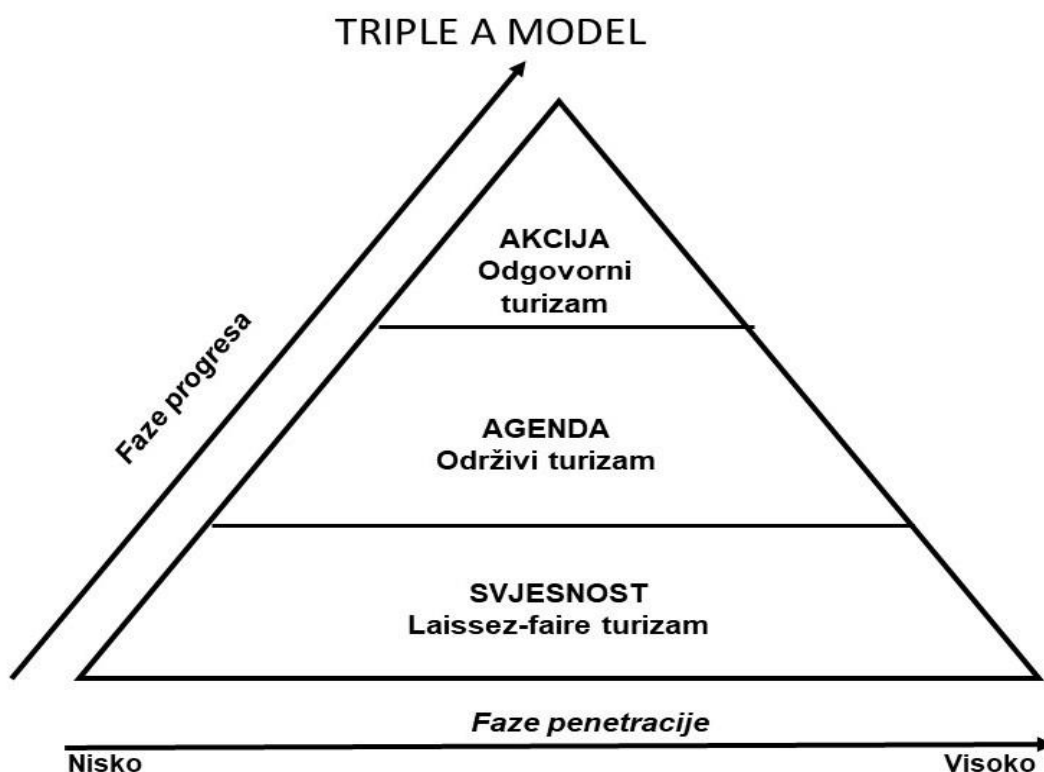
Goodwin (2011), jedan od gura pokreta odgovornog turizma, tvrdi da ideja odgovornog turizma imperativno zahtijeva akciju preuzimanja odgovornosti od svih sudionika: potrošača, dobavljača i vlada. Odgovorni turizam je zadužen za adresiranje utjecaja prevladavajućeg turizma, za povećanje pozitivnih i smanjenje negativnih utjecaja. Odgovorni turizam znači da svi koji su uključeni preuzimaju odgovornost da turizam postane održiviji. Autor (Goodwin,

2011) jasno povezuje odgovoran turizam s djelovanjem u korist održivosti turizma. Njegovo razumijevanje koncepta odgovornosti pretpostavlja tri aspekta: odgovornost, sposobnost djelovanja i sposobnost reagiranja. Treći aspekt, sposobnost odgovora, je taj koji se izravno bavi ponašanjem u turizmu i uključuje ulazak u dijalog, stvaranje rješenja i djelovanje kako bi turizam postao održiviji.

Polazeći od konzervativnijih pozicija koje su zadržale koncept 'održivog i odgovornog turizma' (TSG, 2012) Mihalić (2016.) predlaže novi pojam 'odgovorno održivi' turizam, koji spaja dva koncepta i razlikuje konceptualne stupove održivosti i čimbenike koji omogućuju njegovu provedbu. Održivo odgovorni model (eng. *Sustainable Responsible Tourism*) SRT ima za cilj dovesti do novog, proširenog diskursa o održivom turizmu i do nove paradigme održivog turizma koja uzima u obzir svih šest dimenzija održivosti: (1) političko socijalni kapacitet (svijest, agenda, akcija) i dionički kapacitet; (2) kvaliteta života lokalnog stanovništva i industrijske mogućnosti; (3) zadovoljstvo posjetitelja; (4) ekonomski i ekološki kapacitet, (5), okolišni i (6) sociokulturni kapacitet. Dominantni turistički diskurs o održivosti (teorija, promatrana kao koncept) i odgovornosti (praksa, shvaćena kao prikladna akcija) zahtijeva čvrsto razumijevanje procesa kako odgovorna destinacija zapravo provodi program održivosti (Mihalić, 2016). Nadalje, održivi razvoj turizma cilja na uspostavu ravnoteže utjecaja sva tri stupa održivosti: ekonomski, okolišni i sociokulturni, istovremeno uzimajući u obzir potrebe posjetitelja, turizma i domaćina, lokalne zajednice (Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers, 2005). Mihalić (2016a) istražuje teoretske perspektive političke i bihevioralne ekonomije modelirajući snažno argumentiran model održivosti i odgovornosti koji se sastoji od triju faza: svijesti, plana i djelovanja (*Awareness, Action and Agenda*). Mihalić i Kaspar (1996) su predložili model koji su bazirali na radu Freya (1985) te su strukturirali četiri faze na temelju originalnih Freyevih društvenih faza koje su preimenovali. Prva faza je, takozvana faza neznanja koja se javlja prije nego što odredište razmotri probleme okoliša. Turistički dionici nisu svjesni problema i stoga uopće ne izražavaju zabrinutost, a ekološki skupovi vrijednosti određuju njihovo ponašanje. Kako ova faza djeluje kao pretpovijest našeg diskursa o održivosti, sljedeća faza je relevantnija. Ovo je faza ekološke svijesti, kao što je primjer izloženosti informacijama o utjecajima turizma na okoliš i odnosima koji su destinacije učinili dovoljno svjesnim utjecaja turizma koji se više ne mogu poreći. Budući da je ekološka briga turizma, naše polazište, duboko povezana s aktualnom ideologijom održivog turizma, pitanja održivosti neizbježno ulaze u destinaciju te stvaraju i oblikuju, takozvanu svijest o održivosti turizma. Sljedeća faza uključuje konceptualno uključivanje pitanja održivosti koja

postaju predmet rasprave i prenose se u ciljeve, kodirani u strategiju destinacije i stavljeni na njen dnevni red. Oblikovati spremnost da djelujemo u skladu s konceptom održivosti je točka gdje počinje rasprava o relevantnim instrumentima politike. Konačno, etika društvene održivosti i potreba za djelovanjem, kako bi se postigli strateški ciljevi, dovode ovaj proces do posljednje faze, što je uspješna provedba politike održivosti, a time i faza provedbe održive akcije, čime se očituje odgovornost za okoliš. Destinacija odnosno njeni dionici, ponašaju se na održiv način, ispunjavajući tako ciljeve i standarde za održivi razvoj, poslovanje, proizvode itd.

Slika 3. *Triple A* model

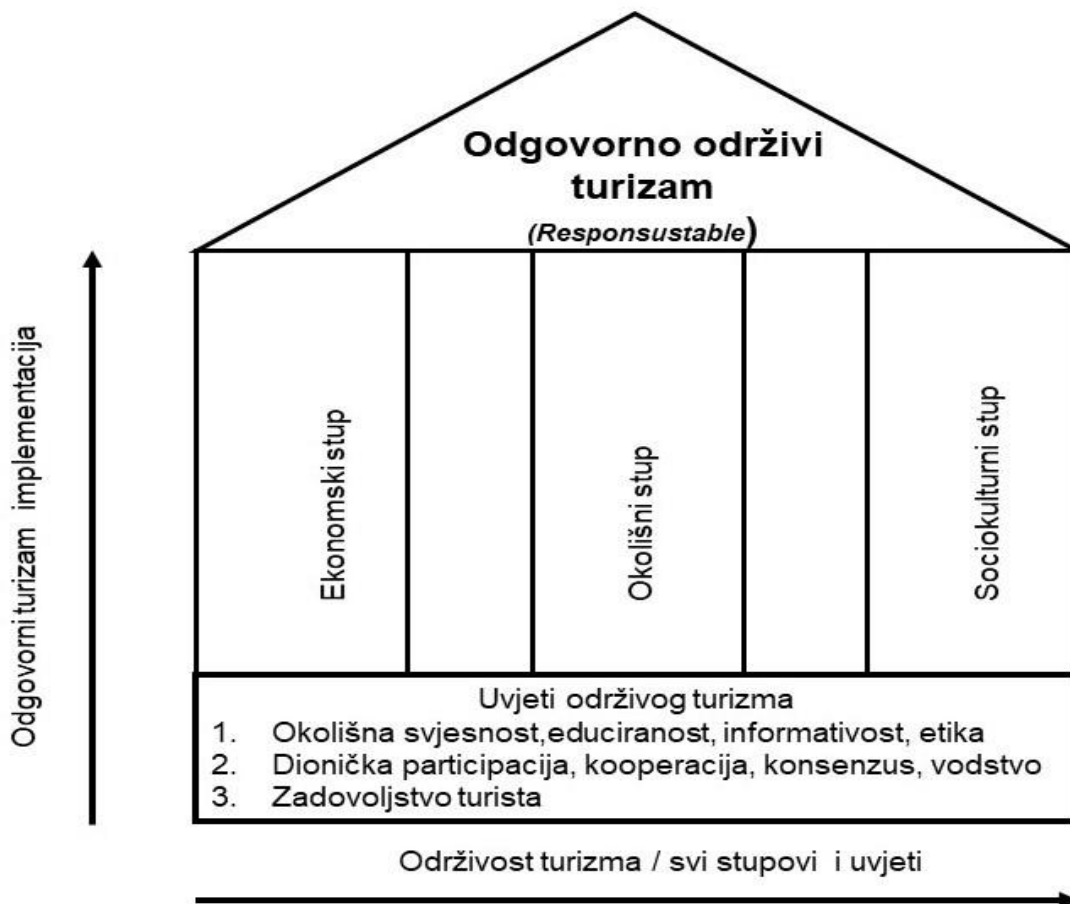


Izvor: Doktorandica prema Mihalič i Kaspar (1996)

U modelu *Triple A* (Mihalič & Kaspar, 1996) su predstavljene tri faze Freyeva modela nakon što je briga za okoliš ušla u društvo. Piramidalni oblik asocira proces održivosti i odgovornosti na planinarske uspone na planinu. Za dostizanje vrha planine, odnosno finalne faze *Triple A* modela, potreban je uspon od dna do vrha i taj uspon je podijeljen u tri koraka. Svaki korak je baza za sljedeći korak. Veliki izazov modela je refleksija svih faza u svim trima područjima održivosti: ekonomskom, okolišnom i sociokulturnom. Model *Triple-A* nadopunjuje raspravu o pokazateljima održivosti i daje savjete o tome kako kontinuirano provoditi koncept održivosti

i prijeći od turizma vođenog tržišnom vrijednošću i ekološki *laissez-faire* turizma prema odgovornijem turizmu koji se temelji na ekološkoj i društvenoj vrijednosti. Mihalič (2016a) inteligentno spaja termine održivosti i odgovornosti u jedan izraz - održivoodgovorno (eng. *responsustable*), demonstrirajući potrebu da sadašnje razumijevanje odgovornog turističkog ponašanja mora svoj izvor povući iz koncepta održivog turizma (vidi slike 3. i 4.).

Slika 4. Odgovorno održivi turizam



Izvor: Doktorandica prema Mihalič (2016)

Mihalič (2016a) smatra da turizam mora odgovoriti na potrebe dionika unutar koncepta održivog razvoja koji želi zadržati svoju visoku tržišnu konkurentnost nudeći visoku razinu zadovoljstva turista, ali da nema dovoljno snažne odgovore kada je riječ o potrebama i pravima drugih dionika na strani ponude (eng. *supply side*). Društveno politički kapacitet (eng. *sociopolitical capacity*) povezuje različite grupe ili pojedince (poduzeća, vlade, aktiviste, stanovnike, ekološke organizacije, udruge itd.) te svi oni imaju interes za turizam i moć utjecaja na planove i akcije i, posljedično, njegov učinak.

Dionici su istovremeno i pogođena strana uključujući tu i ekonomsku, okolišnu i ekološku pravdu. Prekomjerni turizam (eng. *overtourism*) je u posljednje vrijeme gorući problem i subjekt znanstvenih rasprava koje su donijele određeni stupanj napretka, u smislu održivog i odgovornog razmišljanja, kada je u pitanju kvaliteta života (Mihalic, 2020). Pravo je stanovnika i drugih dionika u destinaciji da turizam doprinese njihovoj kvaliteti života, dok turističko gospodarstvo ima pravo na kvalitetu mogućnosti (CELTH, 2018.). Posjetitelji također imaju pravo na visoku kvalitetu doživljaja koju destinacija može ponuditi i time ih privući i potaknuti na posjet (UNEP; UNWTO, 2005). Dionici i njihova percipirana prava i očekivanja nadopunjuju razmišljanje o nosivosti odredišta (eng. *carrying capacity*).

Nisu samo kvalitativni ekonomski i ekološki kapaciteti ti koji određuju održivi razvoj i prisutnost turizma, već također i percepcija turizma dionika koja definira socio-psihološki, kvalitativni kapacitet destinacije (eng. *socio-psychological carrying capacities*). To je, dakle, i pitanje balansiranja kapaciteta triju stupova održivosti i balansiranja društveno-psiholoških nosivih kapaciteta dionika pod strateškim vodstvom i upravljanjem te upravljanjem društveno-političkim kapacitetima destinacije (Mihalič, 2020).

Model održivog odgovornog turizma (Mihalic, 2016a) se naslanja na definiciju održivog turizma (UNWTO, (n.d.); *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, 2005) koja navodi da je održivi turizam širok pojam koji se u suštini svodi na pružanje ekonomske koristi destinacijama i zajednicama, kroz konkurentan, održiv turizam poduzeća koja stvaraju nova radna mjesta te rade na smanjenju štetnih utjecaja na okoliš.

Fundamentalna karakteristika turizma je njegova sposobnost povezivanja gospodarskih, društvenih, kulturnih i ekoloških aspekata održivosti i djelovanja kao pokretačka snaga za njihovo međusobno unapređenje. To je zato što turizam, kao gospodarska djelatnost, uvelike ovisi o prisutnosti netaknutog okruženja, bogate kulture i gostoljubivih zajednica domaćina. Prilika koju turizam donosi za ostvarivanje prihoda i poslova iz kulturnih iskustava samo je jedan primjer toga. Zauzvrat, ovo postavlja veliku odgovornost za turizam da se bavi društvenim, kulturnim i ekološkim utjecajima vlastitog razvoja i poslovanja (UNWTO, 2013).

2.1.2. Političko ekonomski diskurs održivog turizma

Paradigma održivog razvoja turizma je adaptivne naravi koja legitimira raznovrsnost pristupa prema specifičnim okolnostima te ne može biti ograničena krutim okvirom (Hunter, 1997). Od samih početaka znanstvenog razvoja paradigme održivosti, promovirao se holistički pristup u

kojem su se primjenjivali normativni politički ciljevi koji se tiču okoliša, gospodarstva i društva (Voß & Bornemann, 2011). Koncepti transformacije, tranzicije i puta postali su važni, usredotočujući se na progresivne smjerove promjene prema normativno definiranim ciljevima održivosti i razvoja (Olsson et al., 2006). U uvjetima dinamičke nesigurnosti ne može se postići niti jedno stanje, a pristup postupnim promjenama i prilagodljivom upravljanju zagovara učenje za održivost (Folke et al., 2005).

Politička ekonomija je društvena teorija koja se široko primjenjuje u društvenim znanostima, ali rjeđe u istraživanju turizma (Bramwell, 2011).

Britton (1982, 1991) se bavi temom nejednakih ekonomskih odnosa između perifernih destinacija i metropolitanskih gospodarstava. On shvaća važnost političke ekonomije u razotkrivanju kapitalističke strukture koje pokreću ne samo razvoj turizma, već i nejednakosti ukorijenjene u sustavu neravnomjernog razvoja te pozicionira turizam u kontekst kapitalističkog sustava akumulacije. Bianchi (2004) istražuje korištenje koncepata moći i neravnomjernog razvoja iz političke ekonomije za evaluaciju razvoja turizma.

Mosedale (2010) tvrdi da je politička ekonomija, u svojim različitim oblicima i preobrazbama, istraživačka filozofija koja predstavlja i društveni komentar i teorijski napredak te se bavi nizom različitih tema: politikom, regulacijom i upravljanjem, proizvodnim sustavima, društvenim odnosima, nejednakostima i razvojem. Kao kritička teorija, politička ekonomija nastoji pružiti razumijevanje društava – i struktura i društvenih odnosa koji ih tvore – kako bi izazvala društvenu promjenu prema pravednijim uvjetima. Dredge i Jenkins (2008) tvrde da, u odnosu na potencijalnu upotrebu, političke ekonomije, za razumijevanje aktivnosti države u turizmu, u velikoj mjeri zanemaruju složeni pogled na državu.

Politička ekonomija svoje korijene vuče iz burnog razdoblja industrijske revolucije i razvoja kapitalizma u zapadnoj Europi u osamnaestom i devetnaestom stoljeću. Osnivači klasične političke ekonomije, Adam Smith (1723.-1790.), David Ricardo (1772.-1823.) i J. S. Mill (1806.-1873.), istaknuli su dubok utjecaj kapitalizma na društvenu organizaciju industrijskih društava. Njihovi su radovi transformirali naše razumijevanje izvora vrijednosti u industrijalizirajućim kapitalističkim društvima i način kako se taj isti izvor vrijednosti može poboljšati širenjem privatnog vlasništva i produktivnog rada, a ne akumulacijom zemlje (Mosco, 2008). Marx (1818.-1883.) i Engels (1820.-1895.) su rekonfigurirali fokus političke ekonomije, osporavajući stav da je kapitalizam dio 'prirodnog poretka stvari' razotkrivanjem klasnih odnosa moći i nejednakosti koje su bile svojstvene procesima kapitalističke robne

proizvodnje. Politički ekonomisti su nastojali razmotriti složene i promjenjive ekonomske, političke, društvene, tehnološke i kulturne sile koje oblikuju organizaciju i dinamiku domaćih i međunarodnih ekonomija (Gilpin, R., & Gilpin, 2001).

Neoklasična politička ekonomija inspirirana je radom 'marginalista' kao što su Leon Walras (1834.-1910.) i William Stanley Jevons (1835.-1882.). Dunn (2009) smatra da je neoklasična politička ekonomija preoblikovala ono što se tada shvaćalo kao klasična politička ekonomija za koju je izvor vrijednosti bio u produktivnom radu, u apstraktnu znanost utemeljenu na metodološkom individualizmu i rigoroznim matematičkim principima. Alfred Marshall (1842.-1924.) kasnije je konsolidirao ekonomsku znanost u proučavanje pojedinaca i poduzeća koji ostvaruju svoj racionalni 'osobni interes' na slobodnim tržištima (Larrain, 1989).

Mason (2015) tvrdi da navodno 'vrijednosno neutralan' stav neoklasične teorije zamagljuje političku prirodu tržišta i pretpostavka je koja ostaje sastavni dio ideologije neoliberalizma i tržišnog fundamentalizma. Ideja da je tržište samo racionalni instrument za raspodjelu resursa putem cjenovnih signala je međutim sama po sebi duboko ideološki pristup. Taj pristup evidentno implicira izolaciju tržišta i ljudskih bića od njihovog društvenog i političkog konteksta i stoga je slijep za način na koji se proizvodnja i distribucija konstituiraju iz dijalektike klasne borbe i nejednakosti moći.

Wolf (1982) misli da tumačenje političke ekonomije, kao jednostavnog tehničkog pitanja koje se bavi time kako povećati produktivnost i rast, zanemaruje bogat i jednako značajan doprinos antropologije i sociologije našem razumijevanju kako društva organiziraju svoje ekonomske poslove i s kojim ciljem ih organiziraju.

Politička ekonomija turizma se tumači kao 'transakcijski proces' u kojem se različite i međusobno povezane institucije natječu i/ili surađuju kako bi iskoristile stratešku ekonomsku dobit od turizma (Milne & Ateljevic, 2001; Teo, 2002). Ekonomski značaj turizma znači da se njegovi ekološki i socio-kulturni utjecaji često zanemaruju (Pforr, 2001). Glavni narativ neoliberalnog diskursa je progres tvrdi Fairclough (2013). U neoliberalnim kapitalističkim ekonomijama rast je postao bezuvjetni imperativ, često opravdan i racionaliziran metaforom „trickle down“ koja implicira da ekonomski rast stvara prosperitet za sve (tj. narativ o „općem dobru“).³ Neoliberalni diskurs koji izranja iz golemog, trajnog političkog projekta nije samo

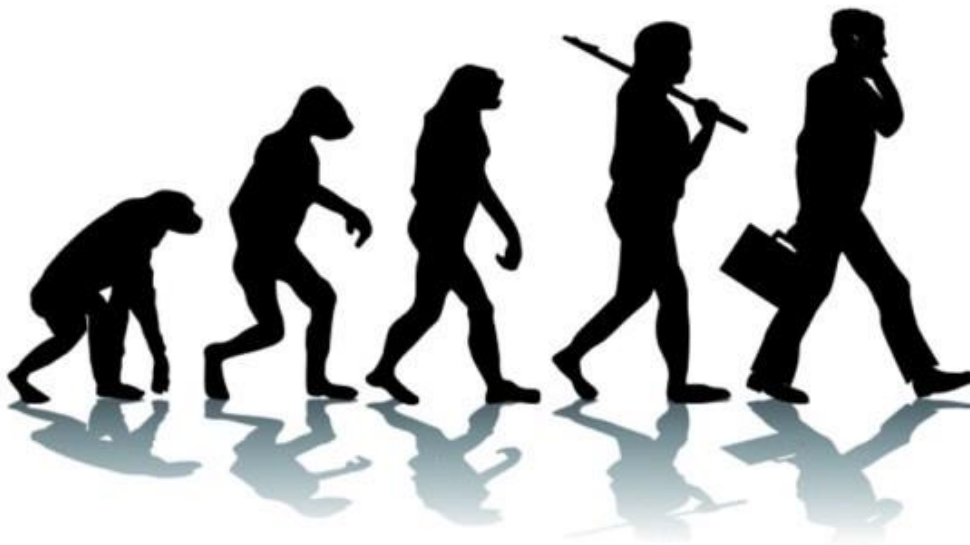
³ Ekonomija cijeđenja ili "teorija kapanja" navodi da će porezne olakšice i beneficije za korporacije i bogate „curiti“ na sve ostale. Zalaže se za porezne olakšice na dohodak i kapitalnu dobit ili druge financijske pogodnosti

jedan diskurs među mnogima, već je taj diskurs toliko snažan da se s njim teško boriti jer „na svojoj strani ima sve sile svijeta kojem doprinosi da postane ono što jest” (Bourdieu, 1998). Utjecaj neoliberalnog turističkog razvoja istraživali su u svom radu Scherle, Pillmayer i Braun (2020), u arapskom svijetu na primjeru Maroka i Jordana. Maroko i Jordan su odredišta arapskog svijeta u kojima se složene strukture i procesi neoliberalne turističke politike mogu ispitati kvazi-arhetipski: u mjeri u kojoj politika uvelike smatra da je tržište krajnja odrednica za razmjenu materijalnog i nematerijalnog dobra. Ovaj rad ispituje konfliktne učinke neoliberalnog prodora u turističku politiku na ove dvije destinacije, kao i na ključne dionike. S obzirom na jednostranu instrumentalizaciju slobode pojedinca u smislu produktivnosti, rasta i napretka, očito je da neoliberalna turistička politika ne služi pravedno onima koji su izravno uključeni ili lokalnim zajednicama, nego umjesto toga promiče interese zapadnih industrijaliziranih nacija. Dwyer (2018) poziva na radikalnu promjenu prihvaćene paradigme *business as usual* u turizmu. Također, poziva na bolje razumijevanje različitih „dinamika” koje su dovele do naše trenutne krize održivosti i na razmatranje koji mehanizam može olakšati nove oblike turizma. Postojeća paradigma ekonomskih interesa kao najvažnijih interesa (eng. *business as usual*) u svojoj srži zapravo legitimira *homo economicus* koji svojom pohlepnom i kalkulativnom prirodom (Mill, 1844) želi maksimalizirati dobit te ne obraća pozornost na ograničenost raspoloživih resursa (vidi sliku 5.). Paradigmu profita treba zamijeniti paradigma održivog razvoja kako bi se društvo dovelo u ravnotežu uvažavajući nove vrijednosti nastale na temelju promišljanja o postojećim ekološkim, tehnološkim, političkim, sociološkim, etičkim i psihopatološkim procesima. Torkington i suradnici (2020) smatraju da postoji očita potreba za novim pojmovima koji bi zamijenili općeprihvaćen izraz, "održivost". Pojedinci i grupe (političari, novinari, akademici, školska djeca, aktivisti i tako dalje), koji žele istinski oblikovati društvo održivosti, nužno trebaju novi pojam koji bi bio prikladniji i bliži njihovim nakanama. Osim toga, tvrde da, iako turistička politika ostaje nacionalna i konkurentna, čini se da ima malo nade da će se baviti ili dvojnim pitanjima klimatskih promjena ili prekomjernim turizmom. Potreban je radikalni pomak ako turizam želi poboljšati lokalnu i globalnu održivost te dobrobit. To bi uključivalo napuštanje postojećih ekonomskih paradigmi, vrijednosti *business as usual*, ocjenjivanje razvoja turizma u odnosu na alternativne mjere uspjeha i rad s

velikim poduzećima, investitorima i poduzetnicima kako bi se potaknuo gospodarski rast. Argument ovisi o dvije pretpostavke: svi članovi društva imaju koristi od rasta, a rast će najvjerojatnije doći od onih koji imaju resurse i vještine za povećanje produktivnog učinka. (*Trickle-Down Theory Definition*, n.d.)

onima koji se smatraju konkurentima, a ne protiv njih. Argument 'zdravog razuma' za rast treba biti izazovan. Ako se neoliberalizam aktivno dovodi u pitanje kao neodrživ, tko je taj koji može, i na koji način, postići osiguranje razvoja koji poboljšava dobrobit i štiti okoliš, zaključuju autori.

Slika 5. Klasični ekonomski pogled na evoluciju



Izvor: Medium. (n.d.) dostupno na <https://medium.com/@ShahabU/homo-sapiens-to-homo-economicus-what-marketing-must-forget-cc05870447e6>, pristupljeno 15.3.2022.

U političkoj ekonomiji se smatra da društveni sustav čini cjelinu pa su različiti aspekti društva dijelovi cjeline (Harvey, 2010; Peet, 2007). Pokretačkom snagom promjena u društvenom sustavu smatraju se unutarnje suprotnosti i sukobi i između elemenata ove cjeline (Jamal & Watt, 2011). Stoga je politička sfera povezana s upravljanjem u snažnom odnosu s ekonomskom i socijalnom sferom.

O postojanju političke volje, osvještenosti građana o problemima održivosti, i to ne samo na mikro razini, nego i na makro razini te stupnju razvoja civilnog društva, ovisi naša budućnost. Ona može biti obećavajuća ako se blagostanje čovječanstva postavi kao ultimativni cilj koji može prevladati sve prepreke kapitalističkog ustroja koje kreiraju i održavaju postojeće neoliberalne elite.

2.1.3. Mjerenje održivog razvoja turizma – indikatori

Pojavom koncepta održivog razvoja, u znanstvenim i stručnim krugovima pojavila se potreba za njegovim mjerenjem. Kako izmjeriti održivi razvoj mjerljivim podacima koji će vjerojatno prikazati provodi li se koncept održivog razvoja i postoje li u konačnim ishodima točne brojke i konkretni zaključci, jedna je od najvažnijih tema održivog razvoja. Mnogobrojni autori te znanstvene i međunarodne institucije provodili su istraživanja, prezentirali svoje radove na tu temu i dali određene konkretne prijedloge za mjerenje održivog razvoja uz pomoć indikatora.

UNWTO je u višegodišnjim naporima predlagao indikatore održivog razvoja turizma kako bi se mogao uspostaviti kvalitetan proces monitoringa s glavnom svrhom ranog uočavanja, praćenja i, prije svega, prevencije za ublažavanje ili dokidanje negativnih utjecaja turizma tim više što sustav indikatora održivog razvoja, prema materijalima UN-a, nije izdvajao turizam kao posebnu aktivnost ili djelatnost (Ceron, Jean-Paul & Dubois, 2003).

Kozić i Mikulić (2011) smatraju da je primarna namjena indikatora pružanje relevantnih i ključnih informacija koje su nužne u donošenju odluka i upravljanja turističkom destinacijom. Vojnović (2016) smatra da je monitoring indikatorima održivog turizma potreban u izradi prostornih planova, programa ukupnog razvoja, planova razvoja turizma te drugim strateškim dokumentima općina i gradova. Usprkos manjim nedostacima, značaj i snaga monitoringa je u tome što on pruža jasniju sliku održivosti turizma na istraživanom prostoru. Pružanje relevantnih stručno-znanstvenih informacija stanovništvu turističkih destinacija daje mogućnost da stanovništvo objektivno donese svoje mišljenje o budućim projektima koji mogu narušiti ekološko, ekonomsko i sociokulturno okruženje.

Summit Ujedinjenih naroda o Zemlji, održan u Rio de Janeiru 1992. godine, označio je prekretnicu u provedbi pokazatelja za mjerenje evolucije prema održivosti, koji su se počeli razvijati u različitim razmjerima i od tada su dobili podršku mnogih organizacija (*Sustainable Development UNWTO*, n.d.; Torres-Delgado & Palomeque, 2014; Torres-Delgado & Saarinen, 2014; Vera et al., 2018; UNWTO, 2018).

Razumijevanje održivog razvoja turizma kao procesa, umjesto njegove konceptualizacije kao idealizirane države, povezuje napredak postignut u održivosti s potrebom mjerenja evolucije destinacija pomoću pokazatelja (Sharpley, 2000b). Indikatori predstavljaju temeljni instrument za prevladavanje problema provedbe načela i politika održivog turizma u stvarnom kontekstu (Hunter, C., & Green, 1995).

Indikatori su neizbježno povezani s izgradnjom održivijeg turističkog razvoja; čine ga opipljivim i objektivnim pomoću uočljivih varijabli (Manning, 1999). Slično tome, Butler (2018) smatra da je, bez mjera ili pokazatelja, upotreba izraza „održivi turizam“ besmislena. Kao što tvrde Bramwell i Lane (2011), održivi turizam društveno je konstruiran i osporen koncept kojem se pristupa iz širokog spektra gledišta koja "odražavaju ekonomske interese, etička uvjerenja različitih aktera te snagu i učinkovitost različitih lobija".

Indikatori (promjenjive veličine) spadaju u sredstva kojima se vrednuju određene informacije, čime se lakše uočavaju trendovi razvoja određenog fenomena (npr. turizma) te se pokušavaju spriječiti nepredviđeni negativni efekti poduzimanjem prikladnih aktivnosti. Pavlović (2014) tvrdi da referentne točke (eng. *benchmarks*) i granične vrijednosti imaju značajnu ulogu pri evaluaciji indikatora. Referentne točke predstavljaju mjerila u odnosu na koje procjenjujemo vrijednost indikatora, dok granična vrijednost identificira kritičnu promjenu određenog indikatora.

„VICE model“ (eng. *Visitors-Industry-Community-Environment*) (Turton et al., 2010) održivog turizma je jedan od jednostavnijih modela na osnovi kojeg je predložen set primarnih i sekundarnih indikatora održivog turizma različitih tipova destinacija. UNWTO (2004) definira indikatore održivog turizma kao „set mjera koje nude neophodne informacije za bolje razumijevanje veza i utjecaja turizma na kulturno i prirodno okruženje u kojem se turizam događa i o kojem je ovisan“. UNWTO u priručniku objavljenom 2004. identificira 13 dimenzija održivosti koje pokrivaju glavna pitanja održivosti: upravljanje prirodnim resursima (voda, energija, otpad, itd.), zadovoljstvo lokalnog stanovništva, turista, očuvanje kulture i baštine, sezonalnost, klimatske promjene, ekonomske koristi, itd. U priručniku se ovih 13 dimenzija dalje raščlanjuje na 150 potkomponenti te se dolazi do brojke od 700 mogućih indikatora. Veliki broj indikatora ovaj priručnik definira i klasificira u tri skupine:

- Ključni pokazatelji održivog turizma (Osnovne informacije potrebne za upravljanje održivim turizmom u bilo kojoj destinaciji. Ova skupina pokazatelja koristi se za procjenu ključnih pitanja za destinacije, uključujući intenzitet turizma, sezonalnost, potražnju, učinke turizma na lokalnu zajednicu i gospodarenje nastalim otpadom.).
- Dopunski pokazatelji za određene ekosustave (Indikatori koji procjenjuju ključne čimbenike oblikovane specifičnim karakteristikama određene destinacije (tj. obalna područja, otoci, planina, itd.).

- Određeni pokazatelji mjesta (Indikatori koji procjenjuju važna pitanja u vezi s upravljanjem turističkom destinacijom, a koji nisu uzeti u obzir kod ključnih i specifičnih indikatora te se mogu definirati isključivo za destinaciju koja se proučava. Slijedom toga oni ne mogu biti korišteni u usporednoj analizi destinacija).

Unatoč grupiranju pokazatelja i dalje postoji problem odabira relevantnih indikatora koji se može riješiti redukcijским procesom jer je naprosto nemoguće primijeniti apsolutno sve indikatore s liste UNWTO-a. Problem koji iz redukcijskog procesa proizlazi jest problem djelotvornosti odabranih indikatora. Po kojim kriterijima se redukcijški proces može uspješno izvršiti pitanje je na koje su znanstvenici pokušali dati odgovore. Glavne značajke djelotvornih indikatora su relevantnost, dostupnost podataka za njihovu evaluaciju i izvedivost usporedbe indikatora tijekom vremena (Lozano-Oyola et al., 2012; Torres-Delgado & Saarinen, 2014). Autori sustav indikatora shvaćaju kao skup mjerenja koja se koriste za pružanje podataka koji mogu pomoći boljem razumijevanju veza industrije i utjecaja na prirodne i kulturne sredine. Svaka komponenta sustava procjenjuje aspekt održivosti. Dupeyras i Maccallum (2013) su razvili limitirani set indikatora za mjerenje turističke kompetitivnosti, a koje mogu koristiti vlade kao smjernice za izbor regulatornih odredbi i zakona. Gutierrez, Rivera i Soler (2020) su identificirali set indikatora održivosti vezanih uz tri komponente održivosti: društvena komponenta ili ljudi (eng. *people*), okolišna komponenta ili planet (eng. *planet*) i ekonomska komponenta ili profit (eng. *profit*), ali su dodali i jednu novu komponentu koja dopunjava postojeću teoriju održivosti, a to je regulatorno okruženje. Ovaj aspekt dodatno nadopunjuje postojeće teorije o održivosti koje ne samo da ističu socijalne, ekološke i ekonomske stupove, već uključuju i perspektivu upravljanja (eng. *governance*). Regulatorni indikatori su presudni u osiguranju da se ostatkom pokazatelja održivosti učinkovito upravlja i regulira, zajedno s novom temom regulatornih pokazatelja. Ti pokazatelji uključuju vladinu uključenost, učinkovitu politiku, strateško planiranje i dostupnost podataka. Njihova studija naglašava vrijednost uključivanja svih relevantnih dionika u turizam, posebno uzimajući u obzir interese, perspektive i ideje ne samo državnih vlasti i akademije, nego i turista, turističkih djelatnosti i vlasnika poduzeća, a posebno lokalne zajednice Ovo je važno kako bi se osiguralo da se pokazatelji smatraju relevantnima i ozakonjenima od svih dionika u destinaciji. U analizi okvira indikatora održivosti (Lee et al., n.d.) izdvojili su 89 indikatora koje su klasificirali u 6 kategorija: upravljanje okolišem, ekonomsko upravljanje, socio-kulturno upravljanje, znanost i tehnologija, upravljanje ljudskim resursima i državna politika. Analizu su izradili na temelju prethodnih znanstvenih saznanja eminentnih stručnjaka. Choi i Sirakaya (2006) tvrde da

vladina politika, tehnologija i stavovi stanovnika doprinose održivom turizmu utemeljenom u zajednici. Njihova studija iznosi tvrdnju da odnosi s lokalnim stanovništvom, vladina politika, znanost i tehnologija i javnost potiču ili ometaju razvoj turističkog poslovanja, a oni su slični pokazateljima održivosti turizma u zajednici i močvarnog turizma (Choi & Sirakaya, 2006; Lee & Hsieh, 2016).

U Agendi 21 (UNEP, 2003) identificirani su indikatori te su dane preporuke i smjernice međunarodnim organizacijama da razvijaju i definiraju sustave indikatora održivog razvoja kao pretpostavke procesa odlučivanja i samoregulacije održivog razvoja na svim razinama. Glavna uloga indikatora je upozoravanje na promjene unaprijed definiranih vrijednosti koje su važne za upravljanje razvojem. Temeljna svrha indikatora jest da na vrijeme i jasno upozore na promjene određenih vrijednosti važnih za razvoj i upravljanje, kako bi se pravovremeno poduzele korektivne akcije i mjere usmjerene postavljenim razvojnim ciljevima (Kristjánsdóttir et al., 2018; White et al., 2006). Miller (2001) tvrdi da, iako postoji problem nepostojanja zadovoljavajuće definicije održivog turizma, proces razvijanja indikatora svakako može pomoći u određivanju važnih postavki samog koncepta. Prema Milleru (2001), koncepti održivog razvoja i održivog turizma trebaju biti prihvaćeni i razumljivi široj javnosti te moraju biti i relevantni za tu istu širu javnost. Nadalje, on zaključuje da, iako postoji opći konsenzus o potrebi dugoročno održivog turizma, konsenzus oko načina i politika nužnih za provedbu ciljeva dugoročno održivog turizma nije postignut. Ova se neusklađenost ogleda u različitim mišljenjima izraženim o rasponu mogućih prikazanih pokazatelja te o odgovornosti za ublažavanje utjecaja, što je sve skupa dovelo do neslaganja oko mjere u kojoj su kvalitativne mjere prikladne. Lokalno stanovništvo s jedne strane ističe nedostatak informacija u procesu, ali unatoč tom nedostatku snažno zagovara lokalno uključivanje u razvoj turizma.

Godine 2013., Europska unija je definirala „Europski sistem turističkih indikatora“ za održivo upravljanje na razini destinacije. ETIS je obuhvatio 67 indikatora, 27 ključnih i 40 izbornih indikatora. ETIS se prvenstveno fokusira na osnovna pitanja za mjerenje, praćenje i upravljanje učinkom i utjecajem turističkih aktivnosti na destinacijskoj razini kako bi se postavili temelji održivom upravljanju destinacijom, a posebno na specifične potrebe i karakteristike zadovoljene u različitim vrstama destinacija. Točnije, ETIS nudi popis od 43 temeljna pokazatelja koji će se koristiti za usporedbe tijekom vremena i kao osnova za menadžment održivog razvoja destinacije. Ovaj popis je organiziran u četiri tematska sektora: upravljanje destinacijama, ekonomska vrijednost, socijalni i kulturni utjecaj i utjecaj na okoliš (*European*

Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management | Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, n.d.).

Torres-Delgado i Palomeque (2014) su na temelju ETIS-a razvili sistem indikatora (26 indikatora) prilagođen turizmu na lokalnoj razini koji su se referirali na tri dimenzije održivog razvoja te su ih testirali na 20 katalonskih općina⁴. Rezultati su potvrdili djelotvornost indikatora kao alata za planiranje i upravljanjem razvojem turizma na razini općine. Usporedo s razvojem različitih sistema indikatora za mjerenje održivog razvoja, neki autori (Agyeiwaah et al., 2017; Chernev, 2003; Griffin, 2014; Marzo-Navarro et al., 2017; Muangasame & McKercher, 2015) su ukazali na učestalu problematiku prevelikog broja indikatora koji zahtijevaju od operatora izbore te vode lošim odlukama, usvajanju lakših rješenja te mogućem nedjelovanju. Agenda za održivi i kompetitivni europski turizam obuhvaća 26 primarnih i 24 sekundarna indikatora.

2.1.4. Izazovi budućnosti

Pandemijska kriza Covid-19 u 2020. godini pokazala je da živimo u nepredvidljivom okruženju u kojem vrebaju svakojake opasnosti, poput ozbiljnih klimatskih promjena, potresa, požara, tsunamija i bolesti koje se, unatoč razvijenoj tehnologiji, ne mogu spriječiti. Turizam i njegovu krhku strukturu, neotpornu na takve izazovne situacije, čeka neizvjesna budućnost. Prekomjerni (eng. *overtourism*) i nedovoljni (eng. *undertourism*) turizam su svakako ozbiljni izazovi u budućim vremenima. Digitalizacija se nametnula kao neophodni element u planiranju razvoja društvenih zajednica te pruža mnogobrojne dobrobiti za turizam te ovisi o mudrosti stratega i izvršitelja planova za održivi razvoj turizma. Globalni rizici prepoznati od znanstvene i institucionalne sfere, podijeljeni u nekoliko ključnih kategorija, ukazuju na krucijalni problem umreženosti današnjeg svjetskog društva u kojem se interpoliraju različiti problemi i teškoće i to u realnom vremenu. Nitko ne može biti izoliran i netaknut, nego se problemi dotiču apsolutno svih u većoj ili manjoj mjeri.

2.1.4.1. Prekomjerni turizam (eng. *overtourism*) i nedovoljni turizam (eng. *undertourism*)

Prekomjerni turizam (eng. *overtourism*) se definira kao situacija u kojoj lokalno stanovništvo osjeća da njihov način života nestaje kao rezultat turističkih aktivnosti te taj osjećaj proizvodi

⁴ Katalonija, pokrajina u Španjolskoj.

otpor prema turizmu u cjelini, prema turistima, donositeljima odluka (sve razine vlasti⁵) i ekonomskim subjektima u destinaciji. Pawson, D'Arcy i Richardson (2017) definiraju pojam prekomjerni turizam (eng. *overtourism*) kao „bilo koja destinacija koja trpi zbog turizma“. Ovaj se izraz također odnosi na ono što je općenito poznato kao prihvatni kapacitet odredišta, odnosno maksimalno ograničenje razvoja turizma (eng. *carrying capacity*) (van der Borg et al., 1996; Wattanacharoensil & Weber, 2020).

Prihvatni kapacitet je također definiran kao maksimalan broj ljudi koje odredište može smjestiti istovremeno, a da pritom ne prouzrokuje razaranje i smanjenje turističkog zadovoljstva. Prema UNWTO-u (1981), prihvatni kapacitet (eng. *carrying capacity*) je maksimalan broj ljudi koji može istovremeno posjetiti turističku destinaciju bez nanošenja štetnih posljedica u fizičkom, ekonomskom ili sociokulturnom okruženju te neprihvatljivog smanjenja zadovoljstva turista. Prijelomna točka je situacija kada turizam ne predstavlja zadovoljstvo za nikoga u destinaciji. Važno je razlikovati pojam prekomjernog turizma (eng. *overtourism*) od prekobrojnog turizma (eng. *overcrowding*). Pretjerana gužva je fenomen koji predstavlja negativno mišljenje turista o drugim turistima (Alegre & Garau, 2010; K. L. Andereck & Nyaupane, 2011; Shelby et al., n.d.; Vaske & Shelby, 2008) dok prekomjerni turizam naglašava pogled lokalnog stanovništva na turizam (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Ap, J., 1993; Ap & Crompton, 1993; Sheldon, P.J., Var, 1984).

Ogroman rast globalnog turizma posljednjih je godina doveo do uskih grla i prenapučenosti na raznim destinacijama. Zagušenje, zagađenje, previsoke cijene smještaja i robe, loše iskustvo posjetitelja, pa čak i ogorčenost ili prosvjedi lokalnog stanovništva, među posljedicama su takvog širenja. Učinkovito mjerenje i praćenje prekomjernog turizma i dalje će biti ključni čimbenici održivog razvoja turizma (Wattanacharoensil & Weber, 2020).

Vremena turbulencija u putovanjima i prometu uzrokovanih naftnom krizom, inflacijom i globalnom ekonomskom recesijom ponukale su neke autore da u svojim radovima upozore na potencijalne negativne ishode kao rezultat kontinuiranog rasta potražnje za međunarodnim putovanjima (Haulot & Dewailly, 2018; Krippendorf, 1975; Lawson et al., 1998; Turner, L., & Ash, 1975; Young, 1973). Svi navedeni autori točno su utvrdili da će potražnja za turizmom i dalje rasti i da će takav rast zahtijevati pažljivo planiranje i upravljanje kako bi se ublažili učinci masovnog turizma na okoliš i društva. Young (1973) je predvidio ozbiljne socijalne, okolišne i

⁵ Državna, regionalna i lokalna samo/uprava. (op. autora).

ekonomske posljedice za određene regije bez kontrole rasta i proaktivnog regionalnog planiranja i upravljanja.

Rastom se moglo upravljati samo putem globalne turističke politike koja bi optimizirala turističke tokove, integrirala se s nacionalnim i regionalnim politikama za distribuciju turističke potražnje i na taj način minimizirala sukobe. Turner i Ash (1975) su pretpostavili da će se potražnja za turizmom demokratizirati, uključujući i izvanredne klase, čiji bi obim postao toliko golem da se destinacije neće moći nositi s novonastalom situacijom. Ovaj argument korespondira središnjoj kritici (Doxey, 1975; Haulot & Dewailly, 2018; Krippendorf, 1975) da će s rastom turističkih tokova rasti i utjecaj na okoliš, trošenje resursa i zemlje, što će rezultirati radikalnom promjenom tradicionalnih društveno-ekonomskih sustava.

Doxey (1975) objavljuje "IRRIDEX", teoriju o tome kako se stavovi stanovnika prema prisutnosti turista u zajednici mijenjaju od dobrodošlice do iritacije i uznemirenosti, odnosno o povećavanju broja turista u odnosu na broj lokalnog stanovništva, a sve do konačnog rezultata - prisustva antagonizma između domaćina i gostiju (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Williams & Lawson, 2001).

Pulsipher (1979) sezonski pritisak posjetitelja, nepovoljno turističko ponašanje i utjecaje na okoliš povezuje s negativnim turističkim ishodima. Dakle, radi se o pitanjima koja su slična onim pitanjima koja su četrdeset godina kasnije identificirana kao osnovni uzroci prekomjernog turizma (Peeters et al., 2018).

Prekomjerni turizam je fenomen koji postoji najmanje 25 godina (Capocchi et al., 2019; Cheer et al., 2019). Koncept prekomjernog turizma je eksplicitno povezan s perspektivom stanovnika (Koens et al., 2018a). Istraživanja pokazuju da gužva dovodi do promjena u percepciji mogućnosti življenja, poželjnosti ili ekonomske održivosti mjesta (Lawson et al., 1998; Pasquinelli et al., 2021). Negativni ishodi se mogu povezati sa socijalnim, okolišnim ili ekonomskim pitanjima (Wattanacharoensil & Weber, 2020). Negativne posljedice uključuju zagušenje i prekomjerno korištenje infrastrukture (od cesta do toaleta), privatizaciju javnih mjesta, gubitak kupovne moći, visok omjer turista i stanovnika, komercijalnu gentrifikaciju, asocijalno ponašanje i pogoršanje okoliša (zagađenje zraka, otpad) (Koens et al., 2018a; Peeters et al., 2018). Prekomjerni turizam je fenomen koji bi se mogao pojaviti kada lokalni stanovnici počnu uočavati društvene, ekonomske ili ekološke promjene izazvane povećanom socijalnom gustoćom posjetitelja na lokalitetima te da predstavljaju značajnu, negativnu promjenu, uzrokujući preopterećenje, uzbuđenje i negativne afekte. Stanovnici će smatrati da nemaju

unutarnji *lokus* kontrole nad turizmom ili turističkim aktivnostima, a psihološki, pad zadovoljstva mjestom potaknut će antiturističku nastrojenost. Tamo gdje takva ometanja dosegnu prag, to će pokrenuti strategije izbjegavanja ili oblike agresije i to sve češće u organiziranom i politički aktivnom načinu. (Gössling et al., 2020).

Određeni autori (Seraphin et al., 2019a, 2020) izdvajaju Veneciju kao utjelovljenje negativnih utjecaja koje prekomjerni turizam može imati na destinaciju. Uništavanje baštine, negativni utjecaji na život mještana i ugrožena održivost destinacije, između ostalih. U istraživanju Seraphina i suradnika (2020), zaključeno je da je Venecija “padajuća destinacija” (eng. *fall destination*).

Peeters i sur. (2018) te Milano (2017) se slažu s prethodnim autorom te govore o venecijanskom sindromu (eng. *Venetian syndrome*) koji je prerastao u često upotrebljavani termin u objašnjenju fenomena prekomjernog turizma u drugim destinacijama.

Lokalne vlasti u Veneciji su poduzele određene mjere s namjerom da smanje pritisak na grad ograničavanjem broja posjetitelja (kontrolne točke i vrata), (Peltier, 2018); pružanje pristupa samo mještanima nekim područjima (Luo et al., 2019), razvijanje kodeksa ponašanja (Peltier, 2018) i naplaćivanje novčanih kazni za turiste zbog nepoštivanja propisanih pravila u određenim područjima (Coffey, 2018). Prema Seraphinu i sur. (2019b), ove strategije se mogu kategorizirati pod kišobran *Trexit* (turistički izlaz). Drugim riječima, odnosi se na bilo koju strategiju usmjerenu na odvrćanje turista od posjeta destinaciji ili uskraćivanje pristupa nekim područjima. *Trexit* nije održivo rješenje za prevladavanje prekomjernog turizma (Seraphin et al., 2019b). Priliv previše turista u destinaciji utječe na interakciju između turista, domaćina i lokalne zajednice (Séraphin et al., 2018).

Doxey (1975) prezentira model indeksa iritacije koji sugerira da odgovori stanovnika na turizam mogu proći kroz niz od četiriju faza, uključujući: euforiju, apatiju, iritaciju i antagonizam. Butlerov (1980) model životnog ciklusa turističke destinacije također pruža sinopsis sociokulturnih utjecaja turizma. Treći predloženi model je model kreativnog uništavanja koji je razvio Mitchell (1998), a koji objašnjava proces kojim se uništavanje zajednice i njezinog nasljeđa događa komodifikacijom pod utjecajem turizma (Hano, 2012; Mitchell, 1998; Mitchell & de Waal, 2009).

Životni ciklus destinacije (J. K. Butler & Cantrell, 1984; R. Butler, 2018; R. W. Butler, 1999; Mill, C., Morrison, 1985) počinje od faze veoma sporog rasta broja turista u kojoj destinacija još nije

prepoznata od potencijalnih turista, da bi u drugoj fazi ciklusa turizam rastao do nekog vrhunca, a onda u trećoj fazi dolazi do stagnacije te se pomalo ulazi u četvrtu fazu opadanja broja turista.

Van der Borg (1991) smatra da se s vremenom mijenja volumen turista, kao i sastavne jedinice volumena (mješavina turista i izletnika). Slijedom promjena, različiti tipovi posjetitelja proizvode različite pozitivne i negativne utjecaje, troškove i benefite u različitim fazama destinacijskog životnog ciklusa. Lokalna zajednica, odnosno stanovnici destinacije i njihova dobra volja (eng. *goodwill*) su ključni za uspjeh i održivost bilo kakvog turističkog razvoja (Bimonte & Punzo, 2016; van der Borg et al., 1996).

Percepciju prekomjernog turizma pothranjuju u jednakoj mjeri i pozitivni održivi i negativni neodrživi utjecaji, što znači da bi turistički akteri trebali pažljivo upravljati negativnim utjecajima i pokušati maksimizirati pozitivne, kako bi postigli maksimalan pozitivan učinak turizma na opće zadovoljstvo životom u destinaciji (Mihalič & Kuščer, 2019).

U kontekstu urbanog turizma prvo sveobuhvatno istraživanje gradskog prekomjernog turizma bavi se s pet izazova povezanih s prenapučenošću (WTTC, 2017). Riječ je o preopterećenoj infrastrukturi, prijetnjama kulturi i baštini, uništavanju prirode, otuđenim lokalnim stanovnicima i degradiranom turističkom iskustvu. Mjesta s bogatom kulturnom poviješću koja su izdržala test vremena postaju sve sklonija utjecajima prirodnih opasnosti (poput zemljotresa, poplava, ciklona), kao i prijetnjama izazvanim ljudima (poput vandalizma, krađe, paleža i brze urbanizacije).

Cócola-Gant (2014) turizam shvaća kao proces gentrifikacije koji uzrokuje različite oblike raseljavanja, dok se određeni autori (Jover & Díaz-Parra, 2020) bave artikulacijom između gentrifikacije povezane sa zamjenom lokalnog stanovništva novim bogatijim, obično pripadnicima srednje klase te njihova naknadna i preklapajuća zamjena privremenim posjetiteljima (Diaz-Parra & Jover, 2021). Nastavno, oni razmatraju otuđenje mjesta koje se može opisati kao objektivni i fizički proces raseljavanja i/ili otuđenja iz centra grada onih koji su ga tradicionalno naseljavali.

Otuđenje se ovdje također može promatrati u subjektivnom smislu. Bivši stanovnici na transformacije gradskog središta gledaju prilično negativno (takva percepcija manje je očita u trenutnim reakcijama stanovnika, posebno onih koji već duže vrijeme ne žive na tom području). Evidentno je da su u tom procesu mnoge starije trgovine i poduzeća, posebno *pubovi* - vrlo relevantni u uličnoj kulturi Seville – nestali. Učestale promjene trgovina i *pubova* u smislu

vlasništva, izmjene načina i vrste poslovanja te njihova zatvaranja i ponovna otvaranja pod novim upravama također su dio sveopćeg nereda.

Gentrifikacija, raseljavanje i otuđenje mjesta isprepleteni su društveno-prostorni procesi koji doprinose društvenoj nepravdi. Svi su ti elementi dobro informirani Lefebvreovim teorijskim i empirijskim radom o urbanom prostoru (Brenner & Elden, 2009).

Asocijalno ponašanje uključuje dvije dimenzije: način na koji se ljudi ponašaju neprimjereno u javnosti (npr. ljudi koji su pijani ili neuredni na javnim mjestima) i posljedice takvog ponašanja na okoliš (npr. vandalizam, grafiti i druga namjerna oštećenja imovine) (Sinkovics & Penz, 2009).

Za radikalnu političku partiju u Barceloni, Popular Unity Candidacy (CUP) i ostale aktiviste proturističkog pokreta glavni problem s kojim se grad suočava je neodrživ broj turista koje Barcelona prima svake godine. U posljednjih dvadeset godina, Barcelona je zabilježila trostruki porast turista koji su boravili u hotelima (ne uključujući boravke u drugim oblicima smještaja, poput kampova ili turističkih apartmana u stilu Airbnbija), s oko 3 na 9 milijuna godišnje. S obzirom na relativno malu gradsku populaciju od 1,6 milijuna, ovo je izvršilo nenasan pritisak na lokalnu zajednicu i donijelo samo ograničene koristi. Najteže su pogođene četvrti u središtu grada ili u blizini plaža, poput Barcelonete. Iznajmljivanje stanova u stambenim blokovima izazvalo je znatne napetosti između turista i lokalnog stanovništva, a kao rezultat napetosti, pojavile su se parole o turizmu, poput: "Zašto to nazvati turističkom sezonom ako ih ne možemo upucati" i "Ne želimo turiste u našim zgradama" i "Ovo nije odmaralište na plaži", napisane na zidove zgrada u susjedstvu (Hughes, 2018).

Još uvijek u znanstvenim krugovima nije postignut konsenzus o definiciji nedovoljnog turizma (eng. *undertourism*). Je li to koncept koji je čista suprotnost od termina prekomjernog turizma ili ne. Riječ *undertourism* se i dalje razmatra u rječniku Cambridge (Cambridge University Press, n.d.; Undertourism: Ovo su destinacije koje žele vašu pozornost, National Geographic, n.d.).

Nedovoljni turizam (eng. *undertourism*) je problem je s kojim se suočavaju mnoge destinacije, naročito u postpandemijskom razdoblju te kojim moraju upravljati destinacijske organizacije (DMO) u suradnji sa svim dionicima u destinaciji. U neizvjesnim vremenima, nedovoljni turizam može imati negativne posljedice na isti način kao i prekomjerni turizam. Problemi koji proizlaze iz nedovoljnog turizma nisu zastupljeni tako učestalo kao problemi uzrokovani prekomjernim turizmom.

Nedovoljni turizam je prepoznat mnogo prije pandemije virusa COVID-19 i to u kontekstu sigurnosti i političkih razloga. Neki autori (Cheer et al., 2019; Muangasame & McKercher, 2015; Ritchie & Crouch, 2003) utvrđuju kratkoročne utjecaje zdravstvenih kriza uzrokovanih bolestima na turizam. Milano i Koens (2021a) tvrde da previše turizma donosi neravnotežu, koncentraciju kapitala i nejednakost, dok u područjima s premalo turizma, na području na kojem su se sustav i znatan broj dionika navikli na turizam ili o njemu ovise, također utječe na kvalitetu života u destinaciji.

Prekomjerni i nedovoljni turizam su dva vezana koncepta koji su isprepleteni i složeni za rješavanje te su neizbježni u eri globalizacije, sofisticiranosti i emancipacije (Milano & Koens, 2021b; Soydanbay, 2017). Prekomjerni i nedovoljni turizam su rezultati lošeg planiranja, pogrešno upravljanih destinacija i manjka koordinacije (Seraphin et al. (2020). Milano i sur. (2019a) raspravljaju o neiskorištenosti smještaja u destinaciji, dok drugi autori (Mihalic, 2016, 2020b; Mihalič & Kuščer, 2019) navode da se nedovoljni turizam odnosi na nedovoljno posjećenu destinaciju koja prima manje turista ili ih uopće nema.

Seraphin i sur. (2019.) tvrde da postkolonijalne destinacije, destinacije nakon sukoba i katastrofa nikada nisu mogle u potpunosti iskoristiti svoje turističke resurse i privući turiste zbog negativnog imidža uzrokovanog terorizmom i građanskim ratovima (Haiti, Sirija, Turska i Irak).

Pojedina odredišta su patila od negativnog imidža zbog pojave bolesti, kao što su malarija, žuta groznica i ebola (Connell i sur., 2009.; Gowreesunkar i Seraphin, 2019.; Kuo i sur., 2006.; Pintassilgo i sur., 2016.) Turizam ovisi o sigurnosti i vrlo je ranjiv zbog čimbenika kao što su: ekonomske krize, prirodne katastrofe, izbijanja različitih bolesti, politička nestabilnost, terorizam (Tarlow et al., 2002). Ovi čimbenici mogli bi uzrokovati pad ili nestanak nekih destinacija s turističke karte.

Sigurno okruženje nužan je preduvjet za razvoj turizma (Gowreesunkar & Seraphin, 2019.). Lim (2020) smatra da je termin nedovoljnog turizma podcijenjen i nedovoljno istražen te da je nužna daljnja znanstvena aktivnost s ciljem definiranja i strukturiranja termina.

2.1.4.2. Digitalizacija i održivi turizam

Informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT)⁶ su dosegle nevjerojatne vrhunce razvoja te su dramatično utjecale na društva u svim njegovim segmentima, pa i u turizmu. Neki autori, poput del Chiappa i Baggio (2015) te Huang i sur. (2017), istraživali su u svojim radovima prednosti tehnologija i njihovu primjenu u turizmu, dok su se neki drugi rjeđe bavili nedostacima istih (Koo et al., 2021). Digitalna transformacija procesa otvara prostor za nove poslovne modele u turizmu (Souto, 2015). Važno je istaknuti da digitalizacija ima bezbroj koristi te da može značajno unaprijediti poslovanje u turizmu i ostalim djelatnostima, ali istovremeno donosi potencijalne opasnosti, kao što su gubitak ljudskog momenta u interakciji i opasnost od tehnološke ovisnosti.

Revolucija u ICT-u ima duboke implikacije na gospodarski i društveni razvoj te prožima svaki aspekt ljudskog života bilo da se radi o zdravlju, obrazovanju, ekonomiji, upravljanju, zabavi itd. Smatra se da širenje i dostupnost ovih tehnologija mora biti sastavni dio strategija razvoja svih država. Najvažnija korist, povezana s pristupom novim tehnologijama, je povećanje ponude informacija koje se dijele dalje široj publici, a također se smanjuju troškovi proizvodnje. Znanje se proizvodi, prenosi, pristupa i dijeli uz minimalni trošak (Shanker, 2008).

Digitalizacija turističkog gospodarstva doprinosi povećanju učinkovitosti poslovanja poduzeća, ali i pozitivno utječe na potrošače. Sfere nacionalnog interesa bi se trebale ozbiljno pozabaviti digitalizacijom, posebno kada je riječ o turizmu. Pojava novih tehnologija najprije ukazuje na promjenu gospodarskih sustava, a da se ne spominje njihova reputacija pružanja turističkih usluga kao pokretača gospodarskog razvoja (Filipiak et al., 2020)

Digitalizacijom su mnogi procesi u turističkim poduzećima postali učinkovitiji, a time i isplativiji. To rezultira velikim potencijalnim opsegom prodaje jer korištenje interneta čini prijelaz i distribuciju informacija bržim, boljim i jeftinijim, bez obzira na geografska i vremenska ograničenja. Potrošači imaju brži i izravniji pristup ponudama, znanjima i uvjetima kao i zaštiti svojih interesa. Mogu se upoznati sa specifičnostima mjesta i mogu procijeniti ispunjava li ono njihove zahtjeve za održivost (Haseeb et al., 2019). Digitalizacija omogućuje procjenu čimbenika rizika ESG-a⁷ (Ziolo et al., 2019) i njihovo uključivanje u proces donošenja odluka. Informacijske tehnologije utječu na strateško upravljanje i marketing suvremenih

⁶ *ICT- Information and Communication Technology*, engleski izraz za informacijske i komunikacijske tehnologije.

⁷ ESG (okoliš, društvo i upravljanje) (*Environmental, Social, and Governance (ESG) Criteria*, n.d.).

organizacija, kao promjenu paradigme, transformirajući najbolje poslovne prakse na globalnoj razini. IT transformira strateški položaj organizacija mijenjajući njihovu učinkovitost, diferencijaciju, operativne troškove i vrijeme odgovora. Osobito je IT potaknuo radikalne promjene u radu i distribuciji turizma. Možda najočitiji primjer u turizmu je reinženjering procesa rezervacije, koji se postupno racionalizira i omogućuje i potrošačima i industriji da uštede znatno vrijeme u identifikaciji, amalgamiranju, rezervaciji i kupnji turističkih proizvoda. Budući turisti mogu pretraživati internet i identificirati bogatu ponudu kako bi odabrali putovanja koja odgovaraju njihovim osobnim zahtjevima. Fokus se stoga prebacuje na individualna putovanja i dinamične pakete te ciljanje mini-segmenata (Buhalis, 1998). Buhalis i Amaranggana (2015) smatraju da se koncept pametnog turizma (eng. *smart tourism*) referira na destinacijski menadžment kao put razvoja turističkih destinacija kroz digitalnu transformaciju. Pametni turizam je prikupljanje i agregiranje informacija od turističkih operatera, infrastrukture i pojedinaca relevantnih za određenu destinaciju. Te se informacije zatim digitaliziraju, stvarajući komercijalnu i ljudsku vrijednost za one koji posjećuju destinaciju s naglaskom na održivost, iskustvo i učinkovitost (Chen et al., 2021; Gretzel et al., 2015; T. Um & Chung, 2021).

Um i Chung (2021) navode da pametni turizam ne samo da podiže turističke resurse, već i omogućuje upravljanje turizmom te poboljšava kvalitetu života. Primjena pametnog koncepta unutar destinacije smatra se nužnom za potencijalno poboljšanje turističkog iskustva kroz poboljšani pristup informacije u stvarnom vremenu i unaprijeđenja korisničke podrške putem interneta, adresiranje čimbenika koji potencijalno oblikuju negativno iskustvo kao što je izgubljena prtljaga, sigurnosne brige, kašnjenja i duga čekanja, kao i usluge koje su u nastavku očekivanja (tj. nepristojno osoblje, nečiste sobe). Turisti u sklopu pametnog turizma očekuju personalizirane usluge u destinaciji kako bi unaprijedili svoje turističko iskustvo. Destinacija koristi tri vremenska razdoblja i to razdoblje prije putovanja, kada turisti dobivaju informacije u stvarnom vremenu i temelje se na profiliranju korisnika kako bi oni mogli donijeti informiraniju odluku. Vremensko razdoblje tijekom putovanja pokriva poboljšani pristup informacijama u stvarnom vremenu za pomoć turistima, poput istraživanja odredišta, izravnu personaliziranu uslugu kao i povratne informacije u stvarnom vremenu. Razdoblje nakon putovanja uključuje produljeni angažman za ponovno proživljavanje iskustva, kao i sustav povratnih informacija koji turistima omogućuje da pregledaju svoje holističko iskustvo (Buhalis, 1998; Buhalis & Amaranggana, 2015).

Prvi val tehnologija smanjio je troškove putovanja i letenja, smanjio je troškove smještaja, putničkih agencija i turoperatora te je omogućio turistima da traže informacije i da rezerviraju *online* bez potrebe da posjećuju putničku agenciju. Najnovije tehnologije pružaju rješenja za probleme vezane uz masovni turizam te omogućuju prilagođena iskustva i održivost. Stoga, njihova primjena i korištenje pogoduju i potrošačima i poduzećima te mijenjaju strukturu ugostiteljskog sektora (Zeqiri et al., 2020). Globalni turizam je imao koristi od triju valova tehnologije promjena (Pease & Rowe, 2005; Shanker, 2008) koja je omogućila CRS, GDS i korištenje interneta za povezivanje poslovnih destinacija i turističkih poduzeća. Evolucija tehnologija, koja je omogućila 4. industrijsku revoluciju, poznata je kao Industrija 4.0 (Ivanović, 2016). Održivost u kontekstu digitalne evolucije postaje prioritet koji može učinkovito rukovoditi lokalnim upravljanjem upravo zbog visokih informacijskih i tehnoloških mogućnosti. Doprinos i uključenost javnih tijela bitni su u osiguravanju infrastrukture i ljudskih kapaciteta, što potiče korištenje ICT-a. Proizvodi turističke niše trebali bi biti identificirani kao dio nacionalnih planova razvoja turizma koji se mogu lako i učinkovito plasirati na tržište korištenjem ICT alata (Shanker, 2008).

2.1.4.3. Globalni rizici i turizam

Današnji svijet se suočava sa složenim i međusobno povezanim događajima i izazovima koji bivaju sve kompleksniji. Globalizacija je donijela prednosti u smislu jače povezanosti država i tržišta širom svijeta, ali je istovremeno kreirala i jaču ranjivost cijelog sistema na kojeg globalni šokovi, poput ratova, potresa, požara, terorizma, pandemija i epidemija te klimatskih promjena djeluju puno brže, u ozbiljnijim oblicima i s dalekosežnim posljedicama (GlobalRescue. & WTTC., 2019).

Izvješće Svjetskog gospodarskog foruma objavljenog 2019. (World Economic Forum, 2019) definira globalni rizik kao „neizvjestan događaj ili stanje koje, ako se dogodi, može uzrokovati značajan negativan utjecaj na nekoliko zemalja ili industrija unutar sljedećih 10 godina”. Svjetski gospodarski forum u istom izvješću ispituje 30 globalnih rizika i klasificira ih u pet glavnih kategorija: ekonomsku, ekološku, geopolitičku, društvenu i tehnološku. Prema de Amorimu i suradnicima (2018), ovi rizici mogu utjecati na ljude i poduzeća diljem svijeta s potencijalnim sigurnosnim, zdravstvenim, ekološkim, ekonomskim i tehnološkim utjecajima. Nadalje, autori tvrde da su globalni rizici sistemski rizici te da imaju potencijal utjecati na cijeli svijet kroz različite rastuće međupovezanosti i međuovisnosti. Većina od 30 rizika

predstavljenih u Izvješću o globalnom riziku (World Economic Forum, 2019) može izravno ili neizravno utjecati na turizam. Turizam također može biti pokretačka snaga u stvaranju ili smanjenju nekih od tih rizika, ovisno o tome koliko je dobro planiran i kako se njime upravlja. Svjetski gospodarski forum (World Economic Forum, 2019) određuje devet glavnih globalnih gospodarskih rizika: baloni imovine⁸ u velikoj ekonomiji; deflacija u velikoj ekonomiji; neuspjeh glavnog financijskog mehanizma ili institucije; kvar ili nedostatak kritične infrastrukture; fiskalne krize u ključnim gospodarstvima; visoka strukturna nezaposlenost ili nedovoljna zaposlenost; nedopuštena trgovina; jak šok cijena energije; i neupravljiva infacija. Iako ovi rizici imaju različite implikacije na različite gospodarske aktivnosti, turizam je njima jedinstveno pogođen.

Izvješće o globalnom riziku (World Economic Forum, 2019) razmatra pet glavnih globalnih rizika za okoliš uključujući: ekstremne vremenske prilike; neuspjeh ublažavanja i prilagodbe klimatskim promjenama; veliki gubitak biološke raznolikosti i kolaps ekosustava; velike prirodne katastrofe te ekološke štete i katastrofe uzrokovane čovjekom. Ekstremni vremenski događaji, kao što su oluje, ekstremne vrućine i hladni valovi, imaju razorne utjecaje na turizam (Windle & Rolfe, 2013) te utjecaji poput ovih mogu smanjiti interes turista za takve destinacije jer su turisti općenito osjetljivi na klimu, vrijeme i temperaturu koje su vrlo jake determinante turističke potražnje (Bigano et al., 2005). Klimatske promjene veliki su izazov za turizam i utječu na njega te se očekuje se će imati još snažnije posljedice za turizam u narednim godinama (Scott, D., Hall, M.C., Gossling, 2012). Učinci ekstremnih vremenskih događaja ostvaruju se u mnogim oblicima uključujući izbor destinacije potrošača, prostorne obrasce turističke potražnje te održivost i konkurentnost destinacija. Stoga, neuspjeh mehanizama i mjera ublažavanja klimatskih promjena i prilagodbe predstavlja važan rizik za turizam (D. Scott et al., 2016).

Kada je riječ o geopolitičkim rizicima, u Izvješću o globalnom riziku navodi se pet ključnih: neuspjeh nacionalnog upravljanja, neuspjeh regionalnog ili globalnog upravljanja, teroristički napadi velikih razmjera, kolaps države i oružje za masovno uništenje (World Economic Forum, 2019). Neuspjeh nacionalne uprave, koji se očituje u obliku neuspjeha vladavine prava, korupcije, političkog zastoja i nestabilnosti, utjecao je na turizam diljem svijeta, prvenstveno kroz promjene u potražnji za putovanjima i destinacijama. Saha i Yap (2015) su procijenili učinke političke nestabilnosti na razvoj turizma u destinacijama baštine na popisu UNESCO-a

⁸ Balon imovine nastaje kada cijena imovine, kao što su dionice, obveznice, nekretnine ili roba, raste brzim tempom bez temeljnih faktora, kao što je jednako brzo rastuća potražnja, kako bi se opravdao skok cijene.

te su zaključili da povećanje političkih nestabilnosti za jednu jedinicu smanjuje dolaske turista i prihode od turizma između 24 i 36 %. Na primjer, korupcija se smatra snažnom preprekom za razvoj i učinkovitost turizma (Ghialy, Y., Shrabani, 2013; Saha & Yap, 2015). Nekorumpirane vlade promiču turizam kroz pravila i propise koji povećavaju sigurnost i stabilnost i pokušavaju stvoriti legalne okvire za zaštitu turista i turizma. Politička korupcija je fatalna i izvor je ogromnih rizika za turizam. Korupcija vlade također može dovesti do javnih nemira i negodovanja koji mogu utjecati na turizam izražavajući zabrinutost za sigurnost. Drugi oblici korupcije, kao što su monopoli koje podržavaju korumpirani političari, mogu ograničiti ulazak malih poduzeća na tržište (Ghialy, Y., Shrabani, 2013; Torres, 2003).

Turizam je vrlo osjetljiv na globalno sigurnosno okruženje. Mnoge postojeće regionalne i globalne institucije imaju važnu turističku komponentu koja povećava sigurnost i promiče suradnju u turizmu među državama članicama. Naime, formiranje regionalne suradnje u turizmu uvelike je usmjereno i potaknuto regionalnim i globalnim institucijama.

Rat u Ukrajini, koji je započela Rusija u veljači 2022., još jednom je potvrdio apsolutnu nepredvidivost budućnosti te je snažno utjecao na globalnu zajednicu kreirajući ekonomsku, političku, sigurnosnu i ekološku krizu s mogućom prijetnjom nuklearne katastrofe koja bi bila ultimativna destrukcija svijeta kakvog poznajemo (DW, 2022).

Neuspjeh urbanog planiranja, kriza s hranom, velike prisilne migracije, duboka društvena nestabilnost, brzo i masovno širenje zaraznih bolesti i krize vodoopskrbnog sustava te potencijalne nestašice vode šest su glavnih rizika koje je Izvješće o globalnim rizicima identificiralo kao globalne društvene rizike (World Economic Forum, 2019). Pandemija korona virusa 2019. (COVID-19) ozbiljno je pogodila svjetski turizam (Zhong et al., 2021) te još jednom pokazala krhku strukturu gospodarskog sektora, a posebno turizma.

Nadalje, Izvješće o globalnim rizicima navodi štetne posljedice tehnološkog napretka, kvar kritične informacijske infrastrukture i mreža, *cyber* napade velikih razmjera te masivne incidente poput prijevара i krađa podataka. Turisti i turizam sve više postaju ovisni o informacijskoj tehnologiji i značajnoj količini turističkih transakcija kojima se upravlja kroz globalnu informacijsku infrastrukturu i mreže. Turizam je informacijski intenzivna djelatnost, a informacijska tehnologija u obliku e-turizma revolucionirala je turizam i „re-inženjering cjelokupnog procesa razvoja, upravljanja i marketinga turističkih proizvoda i destinacija” (Buhalis, 1998; Buhalis & Amaranggana, 2015; Buhalis & O’Connor, 2005).

E-turizam je proširio doseg tržišta i poboljšao učinkovitost turizma (Chang et al., 2015) Posljednjih godina došlo je do velikih kvarova i poremećaja informacijske infrastrukture i mreža zbog prirodnih i tehnoloških i opasnosti koje stvara čovjek (Ding et al., 2019). Takvi poremećaji mogu imati teške posljedice za turiste i turističke aktivnosti.

S obzirom na važnost turizma za globalno i nacionalno gospodarstvo, važno je da se globalni rizici analiziraju i prate na nacionalnoj i regionalnoj razini. To će donositeljima politika i odluka pružiti potrebne informacije za upravljanje rizicima i razvoj svog vlastitog turizma na temelju implikacija globalnih rizika (Asgary & Ozdemir, 2020). Turizam bi trebao postati dio rješenja u smanjenju nekih od tih rizika putem vlastite sposobnosti da smanji sukobe, poveća mogućnosti zapošljavanja i prihoda te edukacijom turista u kontekstu svjesnosti o globalnim ekološkim rizicima koji mogu utjecati na turizam, zaključuju isti autori.

Progres modernog svijeta u kojem živimo donosi bezbroj opasnosti, ali i mogućnosti koje mogu mijenjati svijet na bolje. Potrebna je samo dobra volja i želja za korisnim promjenama s ciljem blagostanja za sadašnje, ali i buduće naraštaje.

2.2. Političko okruženje

2.2.1. Političko okruženje – definicija i razgraničavanje sličnih pojmova

Ostvarenje ciljeva održivog razvoja turizma ne bi trebalo gledati samo u kontekstu postojeće paradigme triju stupova održivosti (ekonomski, okolišni i sociokulturni), već bi se trebala promatrati i dimenzija političkog okruženja. Iako se u posljednje vrijeme znanstvenici počinju intenzivnije baviti i političkim okruženjem (Akbar et al., 2020a; Bramwell, 2011; Mihalič et al., 2016; Šegota et al., 2017) kao nezaobilaznom dimenzijom koja utječe na održivi razvoj turizma formalnim i neformalnim načinima; saznanja o političkom okruženju su nedostatna i manjkava tim više što se radi o relativno novom konceptu u teoriji održivog razvoja. Istraživanja u ovom segmentu zahtijevaju daljnja istraživanja političkog okruženja u kontekstu održivog razvoja turizma. Političko okruženje kreira način i prostor djelovanja dionika koji sudjeluju u dioničkoj mreži koja nije stalne naravi nego je podložna promjenama te su odnosi u mreži uvijek drugačiji ili barem pokušavaju to biti. Političko okruženje utječe na sve dionike u destinaciji posrednim i neposrednim djelovanjem.

Većina autora u svojim istraživanjima koristi pojam političkog okruženja ne nudeći nikakvu preciznu definiciju koncepta kao da se podrazumijeva što točno koncept znači pa tako neki

autori navode da mogućnosti političkog učenja ovise o količini i tipu informacija dostupnih u političkom okruženju (Delli Carpini, 2005; Gordon, 1994; Kuklinski et al., 2001), a Converse (1962) i Zaller (1992) tvrde da političko okruženje može snažno oblikovati izborne procese i mišljenja.

Zbog uočenog nedostatka precizne definicije, potrebno je odrediti točno značenje izraza političko okruženje (eng. *political environment*), ali i razgraničiti pojam od sličnih termina koji se u pojedinim tumačenjima preklapaju.

Kako navode Mihalič i suradnici (2016), sistem ili političko okruženje se može definirati kao politički sistem ili političke stranke, ali u svom istraživanju koriste termine politička moć, vodstvo, strukture, mehanizmi i strategije upravljanja u svrhu implementacije održivog turizma. U ovom istraživanju koristit će se termin političko okruženje u istom smislu kao što su ga koristili i gore navedeni autori, referirajući se na ulogu države kao upravljača na svim razinama (nacionalna, županijska i lokalna uprava), ulogu države kao strateškog planera te ulogu države kao kreatora pozitivnog i konstruktivnog ozračja u destinaciji, kroz stvaranje političkog povjerenja korištenjem političke moći na pravedan i profesionalno odgovoran način.

Lokalno upravljanje je zamišljeno kao političko okruženje u kojem se ljudi mogu lakše angažirati, poboljšavati svoje političke vještine i praksu (Beetham, 1996).

Prije samog početka istraživanja političkog okruženja, potrebno je naglasiti da pojedini autori (Beritelli, 2011; Bramwell, B., & Lane et al., 2011) koriste izraz upravljanje destinacijom (eng. *destination governance*) u skoro pa istom smislu kao i izraz političko okruženje. Pomnim istraživanjem literature na temu političkog okruženja u kontekstu održivog razvoja i održivog razvoja turizma, može se reći da nema dovoljno znanstvenih radova koji se bave tim terminom te se izraz političko okruženje može prepoznati upravo kroz termin upravljanja destinacijom, ali ne kao istoznačnicu, nego kao pojam čije je značenje najbliže pojmu političke dimenzije, odnosno političkog okruženja kada se o njemu govori u smislu političke moći, vodstva, struktura, mehanizama i strategija upravljanja u svrhu ostvarenja ciljeva održivog razvoja turizma. Lowndes, Pratchett i Stoker (2006) iznose tvrdnju da javna tijela mogu značajno doprinijeti sudjelovanju zajednice davanjem poticaja toj istoj zajednici da se mobilizira.

Prema Church i Cole (2007), nužna su daljnja znanstvena istraživanja o utjecaju vlade i njenih institucija kao i moći koju posjeduje na turizam. Sofield (2003) smatra da je potrebno promijeniti mišljenje o tome kako je turizam isključivo privatne naravi te je nužno da se u cijeli

kontekst uvede i važna uloga vlade kao i njene obveze koje je po zakonu dužna ispunjavati, a naročito u smislu održivog razvoja turizma i ostalih djelatnosti. Opće je prihvaćeno mišljenje da tržište samo po sebi ne može biti prihvatljiv mehanizam za provjeru i uravnoteženja nužnih za postizanje održivosti te da su regulatorni okviri ispravan način funkcioniranja (Bianchi, 2004). Mowforth (2009) tvrdi da je vlada ta koja ima ključnu ulogu i posjeduje potencijalnu moć da kontrolira, planira i usmjerava rast i razvoj turizma. Vlada mora uspostaviti pravila i politike kojima će odrediti načine djelovanja u skladu sa zacrtanim strateškim i operativnim ciljevima na nacionalnoj razini, a koje će tržište regulirano tim istim pravilima i politikama provoditi.

Istraživanje važnosti političkog okruženja u Sloveniji (Mihalič et al., 2016) potvrdilo je da političko okruženje, definirano kroz neke od ključnih značajki upravljanja, određuje percepciju rezidenata turističkog utjecaja u relaciji s trima stupovima održivosti (ekonomski, sociokulturni i okolišni). Posljedično, na podršku rezidenata turizmu može utjecati i dobro razvijeno političko okruženje i upravljanje destinacijom. Bramwell i sur. (1993; 2013) navode da su uspješnije one destinacije koje imaju efikasno upravljanje. Prema Butleru (2010), učinkovito vođenje obično podrazumijeva posjedovanje dobrih mehanizama za uspješnu koordinaciju zajedničkih aktivnosti. Hall (1984) tvrdi da je turizam veoma kompleksna i visokopolitička arena te da je politička moć „svejed“, dok Sharpley (2009) te Ritchie i Crouch (2003) iznose tvrdnje da se pitanje održivosti u sadašnjosti može promatrati kroz četiri dimenzije: političku, ekonomsku, okolišnu i sociokulturnu. Koncept održivog turizma donosi socijalna, kulturna, ekonomska i politička pitanja skupa s pitanjima okoliša, tvrde Nowacki i ostali (2018) te također navode da se prvi problem javlja već u procesu planiranja i kohezije državnih politika. Isto tako, tvrde da bi politika održivog razvoja, prakticirana u prostornom planiranju i turizmu, mogla i trebala biti sinteza politika različitih državnih odjela. Prečeste izmjene na ministarskim pozicijama i promjene državnih koalicija su odgovorne za odsustvo kohezije u strateškim politikama. Taj problem se prelijeva i na niže razine državne administracije uključujući tu i lokalnu upravu. Postizanje kohezije u smjernicama i odlukama na različitim razinama administracije i menadžmenta je problem koji mora biti jasno razumljiv svim dionicima i to kao obveza (Bendor, 1990; Nowacki et al., 2018). Iskrivljeni odnosi između vlasti, bogatih elita i lokalnog stanovništva kompliciraju upravljanje turizmom kao i činjenica da turizmu često nedostaje vodstvo (N. Scott & Marzano, 2015). Sve više se upravljanje promatra kao sredstvo za prevladavanje sukoba i moći među odredišnim dionicima i rješavanju složenosti koja proizlazi iz mnogih raznovrsnih unutarnjih i vanjskih agencija i organizacija koje utječu na

funkcioniranje turističke destinacije (Richins et al., 2011). Prethodna tumačenja političkog okruženja zahtijevaju precizniju definiciju upravljanja destinacijom (eng. *destination governance*) kako bi se mogle razgraničiti sličnosti između ovih dvaju termina. UNWTO (n.d.) navodi da upravljanje ima dvije specifične dimenzije: direktnu sposobnost vlade, determiniranu koordinacijom i suradnjom, kao i sudjelovanjem mreža dionika te direktnu učinkovitost determiniranu vještinama i resursima koji podržavaju načine na koje se provode procesi za definiranje ciljeva i traženje rješenja i mogućnosti za relevantne dionike te osiguravanjem alata i sredstava za njihovo zajedničko izvršavanje. Nadalje, UNWTO smatra da se mora intenzivno raditi na razvoju učinkovitih modela i politika upravljanja, kao što su strateško planiranje i turističke politike, upravljanje i vertikalna kooperacija (nacionalno-regionalno-lokalno) i razvoj javno-privatnog partnerstva.

Upravljanje se odnosi na "interakcije među struktura, procesa i tradicija koje određuju kako se izvršavaju vlasti i odgovornosti, kako se donose odluke i kako građani ili drugi dionici izražavaju svoje mišljenje" (Graham et al., 2003). Pojedini autori iznose u svojim istraživanjima tvrdnje da su istraživanja politike održivog turizma više fokusirana na ponašanje dionika umjesto da se društveni odnosi i strukture promatraju u širem kontekstu društvenih normi, institucionalnih pravila, društvenog kapitala i režima upravljanja te u kontekstu sustava proizvodnje i potrošnje.

Neki autori (Bramwell et al., 2017; Gössling et al., 2012; Michael Hall, 2011a; Nunkoo, 2017; Zahra, 2011) razmatraju regionalno upravljanje turizmom u odnosu na supsidijarnost kao normativni princip dodjele ovlasti. Načelo supsidijarnosti ukazuje na to da zadaće trebaju ostvariti najniže i većinom podređene organizacije koje ih mogu obaviti te da samo u slučaju neuspjeha hijerarhijski više pozicionirana organizacija ima opravdanje za preuzimanje tih zadataka. Planiranje i politika u turizmu uključuju političku raspravu o tome što je to dnevni red, o kojim će se pitanjima baviti dnevni red, tko je uključen ili koji su dionici pogođeni te alternativne načine djelovanja koji su dostupni (Bramwell, B., & Lane et al., 2011). Upravljanje podrazumijeva fokus na "sustave upravljanja" i na načine na koje se društvima upravlja i/ili vlada (Bulkeley, 2005; Stoker, 1998). Prema Atkinsonu (2003), upravljanje uključuje procese "kojima se postiže određeni stupanj društvenog poretka, ciljevi koji se odluče, razrađene politike i pružene usluge". Koncept upravljanja vidljivo je širi od vlasti, priznavajući da često nisu samo formalne agencije vlasti koje su uključene u poslove upravljanja, nego i ne-državni akteri koji mogu biti uključeni u upravljanje: akteri u poslovanju, zajednici i dobrovoljnim

sektorima (Goodwin, M., Painter, 2005). Organizirano i učinkovito upravljanje ključni je uvjet za unapređivanje ciljeva održivog turizma. Sudjelovanje raznolikog niza sudionika u odlučivanju o turizmu potencijalno može poboljšati demokratske procese i vlasništvo široko povezane s održivim razvojem. Prilagođeno i efektivno vođenje je ključ održivog turizma, tvrde Bramwell i Lane (2011). Kada je riječ o upravljanju ne može, a da se ne postavi pitanje kako se može definirati dobro upravljanje (eng. *good governance*). Kale (2001) tvrdi da je dobro upravljanje veoma širok i vrijednošću opterećen termin. Sukladno Petersu (2011), upravljanje je vezano za sposobnost ljudskih institucija da kontroliraju svoja društva. U kontekstu održivog razvoja turizma može se parafrazirati njegova tvrdnja te reći da je upravljanje destinacijom (eng. *destination governance*) sposobnost određenih ljudskih institucija da kontroliraju procese u destinaciji (lokalna ili nacionalna destinacija). Tosun (2005) smatra da „implementacija principa održivog razvoja i održivog turizma zahtijeva teške političke izbore i hrabre odluke“. Upravljanje za održivi razvoj referira se na procese društveno-političkog upravljanja koji su orijentirani prema postignućima održivog razvoja. Procesu obuhvaćaju javnu raspravu, političko odlučivanje, formiranje politike i implementaciju, kompleksne interakcije između javnih vlasti, privatnih poduzeća i civilnog sektora u cilju postizanja više održivog razvoja (Meadowcroft, 2007). Jessop (2014) analizira upravljanje u formi društvene koordinacije bazirane na dijaloškoj racionalnosti gdje se ciljevi modificiraju kroz tekuće pregovore i promišljanja. Aas, Ladkin i Fletcher (2005) zaključuju da je ključno pitanje involviranja lokalnog stanovništva u procese odlučivanja u destinaciji, a o tome, naravno, direktno ili indirektno odlučuju politički dionici. Ipak, lokalno stanovništvo pokazuje volju da sudjeluje u procesima odlučivanja. Pretpostavka je da misle da na taj način mogu zaštititi svoje mjesto stanovanja od štetnih učinaka razvoja turizma.

Političko interveniranje u turizmu kao agent promjene na globalnom, regionalnom i lokalnom planu je tema o kojoj su mnogi istraživači raspravljali (Henderson, 2003; Michael Hall, 2011b). Farmaki i sur. (2015) tvrde da je održivi razvoj u turizmu u kontekstu „političkog“ teško ugrađiv, a s vremenom i sam postaje politički argument te je neoboriva tvrdnja da održivi razvoj turizma nije odvojiv od političkog miljea. Reid i sur. (2004) ukazuju na činjenicu da turizam dotiče puno aspekata društva te zadire u mnoge razine funkcija lokalnih vlasti, što zapravo znači da bi se turizmom moralo baviti na visokim političkim razinama i unutar izvršne vlasti. Često se u debatama o održivom razvoju turizma koristi termin destinacijskog menadžmenta u kontekstu destinacijskog upravljanja kao organizacija koja bi trebala biti glavni motor destinacijskog razvoja. Definicija destinacijskog menadžmenta - UNWTO (n.d.) navodi da se

upravljanje destinacijom sastoji od koordiniranog upravljanja svim elementima koji čine turističku destinaciju. Upravljanje destinacijom ima strateški pristup povezivanju ovih, ponekad snažno, odvojenih elemenata za bolje upravljanje destinacijom. Zajednički menadžment može pomoći u izbjegavanju preklapanja funkcija i dupliciranja napora u vezi s promocijom, uslugama za posjetitelje, obukom, poslovnom podrškom i identifikacijom mogućih „rupa“ u upravljanju koje se ne rješavaju. Upravljanje destinacijom zahtijeva koaliciju brojnih organizacija i interesa koji rade na zajedničkom cilju, koji u konačnici predstavlja osiguranje konkurentnosti i održivosti turističke destinacije. Uloga Organizacije za upravljanje destinacijom (DMO) trebala bi biti vođenje i koordinacija aktivnosti prema koherentnoj strategiji u postizanju ovog zajedničkog cilja. Magaš i Geić (2011) ističu da se upravljanje turističkom organizacijom i destinacijom može definirati kao proces oblikovanja, upravljanja i razvoja turističkog sustava, javne ponude i javnog interesa za destinaciju. Nastavno na prethodno navedene tvrdnje različitih teoretičara, može se pokušati sažeti termin političkog okruženja kao sljedeću konceptualnu definiciju u užem smislu: političko okruženje je kompleksna dimenzija koja u sebi sublimira sve institucionalne politike i strateškog i operativnog tipa na svim razinama, sve državne, regionalne, županijske i lokalne jedinice uprave, svu zakonsku regulativu te sve institucionalne predstavnike. U ovoj kompleksnoj mreži se nalaze i predstavnici političkog života, bilo oni na vlasti ili u oporbi, kao i pripadnici nevladinih organizacija i pojedinci (lokalno stanovništvo) koji sudjeluju u političkom životu destinacije te koja samim svojim postojanjem utječe na sve dionike u dioničkoj mreži na način da oni, ili formalnim ili neformalnim putem, bivaju involvirani u procese i procedure koje se provode u skladu sa zacrtanim strategijama i ciljevima održivog razvoja u turizmu. U ovoj mreži su prisutni i turisti koji određenu destinaciju posjećuju zbog različitih motiva te svojim prisustvom doprinose složenosti odnosa i interesa.

Pojam političkog okruženja je šireg narativa jer seže izvan granica destinacijskog upravljanja i destinacijskog menadžmenta (vidi prilog 1.). Destinacijski menadžment je usko definiran kao javna ili privatna organizacija koja koordinira rad različitih subjekata (National Tourism Authority, 2017; Petrić, 2011), aktivno radi na kreiranju i promociji turističkih proizvoda s ciljem optimalne kvalitete, konkurentnosti, održivosti i profita same destinacije (Petrić, 2011). Moglo bi se reći da je to menadžerska organizacija s jasno postavljenim strukturama upravljanja te da je odgovorna destinacijskom upravljanju. Destinacijsko upravljanje je definirano kao konsolidirani sustav za stvaranje i provedbu inkluzivnih procesa upravljanja (de Bruyn & Fernández Alonso, 2012) te interakcija između vlade, poslovnih subjekata i civilnog društva

(Presenza & Cipollina, 2010) s pristupom od dolje prema gore (Peters, 2011; Ruhanen, 2013). Podrazumijeva manju kontrolu vlade (Breda i sur., 2006) te postavlja pravila i mehanizme za poslovne strategije uključivanjem dionika destinacije (H. Zhang & Zhu, 2014).

Političko okruženje je preduvjet destinacijskog upravljanja i destinacijskog menadžmenta jer kreira klimu u kojoj ova dva procesa mogu djelovati u korist cijele destinacijske mreže. Pozitivno političko okruženje mudro upotrebljava političku moć kako bi stvorilo visoku razinu političkog povjerenja koje je nužan element u interakciji dionika u destinacijskoj mreži. Međutim, nije ispravno postavljati ova tri elementa vertikalno hijerarhijski, nego ih se treba promatrati kao hibridni horizontalni permanentni proces u kojem svi elementi imaju istu snagu i utjecaj koji je promjenjive naravi te se mijenja ovisno o potrebama i situacijama u danom trenutku.

Sloboda izbora, mišljenja, rada kao i pravo na kvalitetu života koja podrazumijeva sve aspekte ljudskog života, posljedica su dobro osmišljenog društva koje politiku izjednačava s blagostanjem pojedinca i društva. U većini društava, takva vrsta političkog okruženja još nije dosegla svoje visoke etičke standarde, ali svaki oblik aktivne težnje za približno savršenim oblicima ustroja društva može dovesti do progresa.

2.2.2. Ključni elementi političkog okruženja: politička moć i političko povjerenje

Političko okruženje je kompleksne naravi i sastoji se od više elemenata, ali za potrebe ovog istraživanja fokus je bio usmjeren na njegova dva ključna elementa; političku moć i političko povjerenje. Politička moć i političko povjerenje promatrani su kao zasebni koncepti te su bili predmet interesa mnogobrojnih autora: (Al-Saghier et al., 2009; Beritelli & Laesser, 2011; Bianco, 1994; Brehm & Savel, 2019; Cheong & Miller, 2000; Chiles & McMackin, 1996; Citrin, J., Muste, 1999; Cohen, 1992; Edwards et al., 2001; Elangovan & Shapiro, 1998; Feldman, 1983; Fiske, S.T., Dépret, 1996; Janssen et al., 2018; Kayat, 2002; Kirchler et al., 2012; Levi-Faur et al., 2021; Lewis & Weigert, 1985; Marcinkowski & Starke, 2018; A. H. Miller, 1974; Mishler & Rose, 2001; Mishler, W., Rose, 1997; Nunkoo, 2017; Nunkoo & Gursoy, 2017; Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Oskarsson et al., 2009; ÖUberg & Svensson, 2010; Poudel & Paudel, 2017; Rudolph & Evans, 2005; Saito & Ruhanen, 2017; Scheidegger & Staerklé, 2011; Whitt & Lukes, 1980; A. Zaheer & Venkatraman, 1995; S. Zaheer & Zaheer, 2006).

Na temelju istraživanja navedenih autora, istraživački fokus bio je usmjeren na ova dva ključna elementa koji se nalaze u samom epicentru političkog okruženja i dioničke mreže u destinaciji.

2.2.2.1. Politička moć

Riječ „moć“ dolazi iz grčkog jezika *dynamis*; lat. *potentia*, *potestas* te se može definirati na mnogo načina. Moć u politologiji i sociologiji je mogućnost pojedinaca i skupina da nametnu svoju volju drugima, odnosno sposobnost proizvođenja promjena u društvenom životu.

Moć je razgovorno istoznačnica za vlast, autoritet, utjecaj, snagu. U svim društvima moć se temelji na izvanrednim sposobnostima pojedinaca, raspolaganju ekonomskim bogatstvom, brojnosti neke skupine i njezinoj superiornoj organizaciji. Ostvaruje se u različitim oblicima, od gole prisile do suptilnoga psihološkog utjecaja. Moć se može tipizirati ovisno o osnovi na kojoj počiva pa se, sukladno tomu raspolaze li nositelj moći sredstvima prisile, nagradnim fondom, stručnim znanjima ili karizmatičkim svojstvima, mogu razlikovati prisilna, nagradna, stručna i referentna moć (u kojoj se subjekti moći poistovjećuju s njezinim nositeljem: vođom, mesijom i sl.). Politička moć ustanovljena u obliku državne vlasti u suvremenim liberalno-demokratskim poredcima nastoji se ustavno ograničiti podjelom vlasti i ustavnim jamstvom temeljnih prava i sloboda. Zlouporabu moći sprječava i višestranačje (koje isključuje koncentraciju moći), demokratska javnost i sloboda medija, koji osiguravaju otvorenu javnu raspravu i kritiku vladajućih (Leksikografski Zavod Miroslav Krleža, n.d.).

Dahl (1957) tvrdi da većina ljudi ima intuitivnu predodžbu što znači moć. Međutim, u znanstvenom svijetu još uvijek ne postoji rigorozna izjava o konceptu moći koja bi mogla biti korisna u sistematskom proučavanju ovog važnog društvenog fenomena. Autor definira moć u smislu odnosa među ljudima te se iz ove definicije može razviti izjava o usporedivosti relativne moći koju posjeduju dvije ili više osoba. Sažeto A ima moć nad B do te mjere da može natjerati B da učini nešto što B inače ne bi učinio. (Dahl, 1957).

Whitt i Lukes (1980) tvrde da Dahlova definicija nije uspjela zahvatiti druge važne dimenzije moći, poput sposobnosti aktera da oblikuje norme i vrijednosti koje drže drugi. Roberts i sur. (2007) smatraju da je osnova društva sposobnost jedne osobe natjerati stotinu drugih da izvrše svoje pothvate, odnosno da je to temeljna gradivna baza za sav kolektivni ljudski pothvat.

Keltner, Gruenfeld i Anderson (2003) navode da je moć osnovna sila u društvenim odnosima te se čini da je to univerzalno i nezamjenjivo obilježje društvene organizacije, koja djeluje u

svim političkim, organizacijskim i institucionalnim životima, a u nekim pogledima i u svim društvenim odnosima. Svaka skupina, organizacija ili društvo moraju riješiti probleme moći kako bi postigli svoje ciljeve ili riskirali neuspjeh, disfunkciju ili čak izumiranje.

Socijalna psihologija je znanost koja je prva pokušala riješiti problem te je definirala moć kao sposobnost utjecaja koja se temelji na kontroli utjecaja agenta nad resursima koje želi ili vrednuje. Neki od autora tvrde da je moć potencijal za utjecaj, a utjecaj je provođenje moći (Bass, 1990; Fiske, S.T., Dépret, 1996; J. French & Raven, 1959; Pfeffer, 1992). Posljedica takvih tvrdnji je proučavanje moći kao dodatka društvenom utjecaju, umjesto da se proučava kao koncept sam za sebe. Moderni teoretičari odbacuju teoriju ovisnosti (Moscovici, S., Lage, 1976; Turner, 1991) te počinju kreirati nove pristupe u istraživanju moći u kontekstu međugrupnih odnosa (Fiske, 1993; Jost, J., & Major, 2001; Reicher, S., Levine, 1994; Sachdev, I., Bourhis, 1985; Stott & Reicher, 1998; Sunshine & Tyler, 2003).

Razvoj i provedba politike, ishodi politike te položaj turizma u političkim programima su pod utjecajem različitih interesa na lokalnim, regionalnim i nacionalnim razinama (Michael Hall, 2011a, 2011b). Planiranje i razvoj turizma je politički proces u kojem se donose odluke kako bi se provele politike i postigli ciljevi (Veal, 2003). Henderson (2003) navodi da je planiranje i razvoj turizma politički fenomen koji se širi izvan sfera formalnih struktura te da je riječ o odnosima moći među različitim dionicima.

Moć, definirana kao „međusobno djelovanje pojedinaca, organizacija i agencija koje utječu ili pokušavaju utjecati na smjer politike“ (C. M. Hall, 1994) bila je u fokusu istraživanja koja proučavaju sučelje politike i turizma. Konkretno, snaga određuje „tko, što, kada i kako dobiva“ (Elliot, 1997). Nekolicina autora (Fallon, 2001; Rossetto et al., 2007; Sofield & Lia, 2011) tvrdi da raspodjela moći utječe na raspodjelu resursa, procese donošenja odluka i kreiranje politike. Church i Coles (2007) navode da su dinamika i utjecaj moći u turizmu skriveni unutar političkog sustava i njegovih ideologija i vrijednosti. Elliott (1997), istražujući politički sustav na Tajlandu, s posebnom pažnjom na mjesto moći u sustavu otkriva da moć imaju političke vođe i birokracija u zemlji. Scheyvens (2011) razmatrajući održivi razvoj turizma na Maldivima otkriva da planiranje i razvoj turizma uključuje borbu za moć između različitih dionika u turizmu, a vlada je dominantni igrač.

U novijoj studiji politike turizma na malom otoku (Cipar), Farmaki i sur. (2015) utvrdili su da je provedba održivog turizma i dalje problematična, s obzirom na složeni politički kontekst Cipra, koji je vrlo osjetljiv na vanjske osi moći. Studija je zaključila da, kako se borbe za moć

intenziviraju između globalnih, nacionalnih i lokalnih turističkih dionika, diskurs zahtijeva sofisticiranije razmatranje elementa moći.

Ukratko, ove su studije dale važan doprinos literaturi o planiranju i razvoju turizma, demonstrirajući potrebu za povezivanjem kreiranja politika, struktura, vrijednosti i moći, istovremeno priznavajući ekonomske, okolišne, socijalne i političke dimenzije razvoja turizma. Međutim, studije nisu objasnile dinamiku raspodjele energije među različitim dionicima i implikacije takve dinamike na planiranje i razvoj turizma.

Definicija dionika se nalazi u poglavlju o dioničkoj teoriji i dionicima, međutim u kontekstu konstrukta političke moći važno je definirati političke dionike koji su ključan element dioničke mreže u destinaciji. Kako se pojam političkog uvijek presumptivno vezuje za moć i autoritet, važno je teorijski argumentirati tu presumpciju i vezati je uz pojam političkih dionika sukladno istraživanju autora (Ayuso et al., 2014; Doh & Guay, 2006; Holtbrügge et al., 2007).

Nacionalni ili politički dionici mogu se podijeliti na državne aktere i to na centralnu vlast, državnu vlast i lokalnu vlast te na nevladine agencije ili NGO's. Štoviše, vladine i nadnacionalne organizacije mogu biti klasificirane kao javni dionici, dok nevladine organizacije i međunarodne nevladine organizacije čine grupu privatnih dionika. Prema Gioia (1999), dionici su osobe ili grupe koje imaju materijalne, političke, povezane, informativne, simboličke ili duhovne interese u poduzeću i koje su u stanju zastupati te iste interese putem formalne, ekonomske ili političke moći.

„Ukoliko se turističke destinacije promatraju kao mreže sastavljene od individualaca, poduzeća i ostalih aktera pitanje moći dobiva dodatan značaj. Pozicije aktera, njihove veze s ostalim akterima te isto tako i kvaliteta tih istih veza. Formiranje grupa i klastera su primjeri mrežnih koncepata koji uključuju pitanja moći“ (Scott, N., Cooper, C. e Baggio, 2008).

Ibarra (1993) u obrazloženju rezultata istraživanja sugerira da neformalne organizacijske strukture mogu biti kritičnije od formalnih struktura kada je riječ o upotrebi moći. Beritelli i Laesser (2011) su u svom radu o dimenziji moći i reputaciji utjecaja u dioničkoj mreži i destinaciji izdvojili četiri nezavisne varijable bazirane na relevantnoj literaturi koje će se koristiti i u ovom radu, a to su: status i legitimnost, moć nad procesima, znanje i imovina. Teorijski okvir svih navedenih varijabli slijedi u nastavku.

2.2.2.1.1. Legitimni autoritet

Wrong (1979) tvrdi da se utjecaj može postići uz pomoć namjerne ili nenamjerne moći. Namjernu moć dijeli na četiri različite forme i to: sila ili snaga, manipulacija, uvjeravanje i autoritet. S obzirom da u većini država svijeta vlada demokratski sistem pa tako i u destinacijama koje su odabrane za istraživanje, prve tri forme moći neće se razmatrati kao aplikativne za istraživanje jer zalaze u sasvim drugu sferu ne isključujući mogućnost njihovog sporadičnog pojavljivanja u samom istraživanju te isto tako ne dovodeći u pitanje njihovo postojanje. Autoritet, kao institucionalni kod u kojem je upotreba moći kao medija organizirana i legitimizirana (Beritelli & Laesser, 2011), je upravo ona forma moći koja je relevantni mehanizam za ispitivanje utjecaja u destinaciji i na dioničku mrežu te na ostvarivanje ciljeva održivog razvoja turizma. Parsons (1963) definira autoritet kao institucionalni kod koji organizirano i legitimno upotrebljava moć kao medijum.

U ranim radovima o autoritetu, ističe se rad Fayola (1949) koji prepoznaje izvore autoriteta te ih opisuje kao “inteligenciju, iskustvo, moralnu vrijednost, sposobnost vođenja, prošli rad, itd.”. Fayol (1949) naglašava vrijednost osobnih atributa kao izvora autoriteta koje potvrđuje i Watt (1982). Beritelli i Laesser (2011) zaključuju da autoritativna moć izvire iz statusa i legitimnosti, inteligencije, vještine, iskustva, znanja i resursa. Politički dionici svoju poziciju moći u dioničkoj mreži najčešće duguju statusu i legitimnosti njihovih akcija koji izvire iz institucionalnog autoriteta, dok se ostali atributi, poput znanja, vještina i inteligencije, pojavljuju neovisno o njihovoj pripadnosti “klubu”.

Pretpostavka je ovog istraživanja da autoritet političkih dionika proizlazi iz njihovog statusa ili legitimnosti koju im daje funkcija, pozicija i pripadnost određenoj instituciji.

Dornbusch i Scott (1975) te Weber (1974) definiraju legitimni autoritet kao pravo na usklađenost drugoga s direktivama koje potpadaju u djelokrug tog legitimnog autoriteta, bez obzira na osjećaje ostalih. Ovlasti uključuju kriterije poput alokacije zadataka, evaluacije izvedbe i alokaciju sankcija na bazi izvedbe. S obzirom na to da su takve ovlasti obično podijeljene između više pozicija u formalnoj organizaciji, Walker, Rogers i Zelditch (1988) zaključuju da takva vrsta autoriteta dane pozicije uvelike ovisi o suradnji s istim takvim pozicijama u sustavu te također zaključuju da je legitimitet fundamentalno kolektivni proces koji ide puno dalje od jednostavnih formalnih pozicija ili potpore na individualnoj razini. Legitimitet nije jednostavna funkcija formalnog statusa te je moguće da dva aktera istog statusa

nemaju jednaku razinu zajedničke podrške te posljedično nemaju ni istu razinu kontrole nad podređenima (Bacharach, S.B., Lawler, 1976)

Prema Fordu i Johnsonu (1998), manjak legitimiteta postavlja nadređene u ranjiv položaj u odnosu s njihovim podređenima te sugerira da podređeni trebaju biti zabrinuti ocjenom legitimiteta svog nadređenog, kao i ocjenom odnosa ovisnosti jer im oboje pruža način da nadvladaju otpor nadređenog. Istraživanja poreznih obveznika (Gangl et al., 2015; Hofmann et al., 2014; Kirchler et al., 2012) su pokazala da kazne i globe, koje su percipirane kao nepravedne i nezakonite, dovode do prisilne motivacije, a globe i kazne propisane od legitimnog, pravednog i povjerljivog suda vode ka dobrovoljnoj motivaciji, što također potvrđuje važnost legitimiteta u odnosima između dionika. Ako građani vjeruju da je postupak donošenja odluka normativno pravedan i pravilan, građani će općenito biti spremniji smatrati vlasti legitimnim i vrijednim obraćanja pozornosti istima (Hechter, 2009). Lacey (2008) misli da je država legitimna ako može nametnuti dužnosti ljudima nad kojima „vlada“. „Nametnuti nije isto što i prisiljavati nekoga na to nešto. Nametnuti dužnost znači staviti ih u položaj u kojem imaju obvezu učiniti nešto, u ovom slučaju, da se pokoravaju zakonu“.

2.2.2.1.2. Moć nad procesima

Moć je društveno oblikovani konstrukt koji pomaže identificirati poluge djelotvornog donošenja odluka i planiranja, zaključuju Beritelli i Laeser (2011). Foucault (1980) tvrdi da se moć mora promatrati kroz mehanizme i strategije, a ne kao moć sama po sebi. On također razmatra moć kao kompleksnu stratešku situaciju u kojoj djeluju dinamični i nestabilni odnosi. U svom radu se suprotstavlja klasičnom viđenju moći koje moć definira kao odnos između onog koji moć posjeduje i koju koristi nad onim koji tu moć ne posjeduje. Njegov pristup razmatra moć kao moć koja se manifestira u svim društvenim relacijama: institucionalnim, ekonomskim, vjerskim, itd.

Prema nekim autorima (J. R. P. French, 1956; J. French & Raven, 1959; Raven et al., 1998) postoji nekoliko tipova moći:

- Prinudna moć koristi silu ili prijetnju da bi postigla usklađenost, a može biti u fizičkom, emocionalnom, političkom ili ekonomskom obliku te je najčešće objekt utjecaja/prinude ne može prepoznati. Može biti osobne ili neosobne prirode.

- Nagrađujuća moć je moć koja se temelji na pravu da nagradi osobu koja je izvršila zadatke koji su se od nje očekivali. Također, može biti osobne ili neosobne prirode.
- Legitimna moć proizlazi iz izabranog ili imenovanog položaja i vlasti te može biti utemeljena na društvenim normama. Nagrađivanje i kažnjavanje podređenih se smatra legitimnim jer ta vrsta moći ovisi o poziciji u hijerarhiji.
- Referentna moć je ukorijenjena u pripadnosti koju donosimo i / ili grupama i organizacijama kojima pripadamo. Pripadnost grupi i uvjerenja grupe dijele se u određenoj mjeri.
- Moć eksperta ili stručnost se temelji na znanju, iskustvu i posebnim vještinama ili talentima. Stručnost se može dokazati ugledom, vjerodajnicama koje potvrđuju stručnost i djelovanjem. Učinkovitost i učinci stručne baze mogu biti negativni ili pozitivni.
- Informacijska moć je sposobnost agenta utjecaja da dovede do promjene kroz izvor informacija. Informacija je jedan od oblika utjecaja koja djeluje na način da samo posjedovanje informacije znači moć koja se može ne/upotrijebiti u datom trenutku.

Moć je prepoznata kao ključni utjecaj u dioničkoj suradnji (Shaw & Williams, 1988) te može biti glavna odrednica uspjeha u planiranju (Sheehan & Ritchie, 2005). Neki autori razlikuju moć temeljenu na društvenim odnosima i pozicijama dionika (eng. *stakeholdera*) u mreži (Kennedy & Augustyn, 2014), ili na moći temeljenoj na posjedovanju određenih resursa (Tiew et al., 2015). Kod sviju navedenih autora, vidljivo je da je moć skoro uvijek povezana s nekim drugim konstruktom odnosno atributom moći. Kod Foucaulta (1980) je takva povezanost između moći i znanja, kod Thiew i ostalih (2015) povezanost moći i resursa. Njihove tvrdnje su uvijek argumentirane i vjerodostojne, ali svaka pravilnost ima i svoje iskorake pa je potrebno uvijek i iznova propitivati uvriježene postulate i argumente. Dakako da moć nije uvijek pametno popraćena znanjem niti potpomognuta resursima, ona se često pojavljuje kao izolirani atribut *per se* i kao takva zasigurno ne doprinosi ostvarenju ciljeva bilo kojeg pravca, a pogotovo održivog razvoja turizma gdje su u dioničku mrežu involvirani mnogobrojni dionici različitih uvjerenja, stavova i interesa.

2.2.2.1.3. Moć znanja

Znanje je odavno prepoznato kao vrijedni resurs za organizacijski rast i konkurentnu prednost održivosti, posebno za organizacije koje se takmiče u nesigurnom okruženju (D. Miller & Shamsie, 1996).

Klasična definicija znanja opisana u Platonovom djelu "Theaetetus" (Plato, & Jowett, 1990) precizira da znanje mora zadovoljiti tri kriterija te da, sukladno tim kriterijima, ono mora biti opravdano, istinito i vjerovano. Izraz „tacitno znanje“ pripisuje se Polanyu (1966) koji tvrdi da "mi znamo više nego možemo reći", odnosno da postoji znanje koje se ne može adekvatno verbalno artikulirati, ali i da svo znanje proizlazi iz tacitnog znanja. Tacitno znanje je opisano kao "*know-how*" koji oponira "*know-that*", odnosno činjenicama. Ova distinkcija se pripisuje Ryleu (1945) koji, u svom istraživanju, tvrdi da je svo znanje znanje o tvrdnjama. Nonaka i Takeuchi (1995) predlažu model kreiranja organizacijskog znanja koji može konvertirati tacit znanje u eksplicitno. U tom modelu tacit znanje je predstavljeno kao nekodificirano znanje i kodificirano koje zapravo predstavlja transformaciju tacitnog u eksplicitno znanje. Earl i Scott (1999) smatraju da je proces transformacije tacitnog znanja u eksplicitno često problematičan te da oduzima vrijeme (Davenport & Prusak, 1998), posebno glavnim službenicima koji znanje upotrebljavaju u procesima te koji su željni pokazati rezultate upravljanja proizišlog iz njihovog znanja. Savjet službenicima da je najbolji način postizanja transformacije tacitnog u eksplicitno znanje konverzija putem uvjeravanja, ali im nije dan učinkovit način na koji to mogu postići (Herschel, R.T., Nemati, H., Steiger, 2001). U kontekstu ovog istraživanja, tvrdnja da organizacije ne posjeduju sva zahtijevana znanja u okviru njihovih formalnih granica i moraju se osloniti na vanjske organizacije ili osobe da bi stekle znanje, dobiva na važnosti jer zapravo time potkrepljuju ideju da dijeljenje znanja (*know-how* i *know-that*) i konverzija jednog znanja u drugo omogućava progres. Wuyts, Colombo, Dutta i Nooteboom (2003) smatraju da razmjena znanja i učenje putem društvenih konekcija prelazi granice organizacije te doprinosi inovativnosti i dinamici.

Wilson (1999) piše o izvršiteljima koji imaju znanja o zakonima i regulativama programa kojeg moraju provoditi. Imaju i institucionalnu memoriju kada je riječ o praktičnim ili izvodljivim programima, temeljenoj na dugovječnosti u državnim službama koja može biti od pomoći i isplativa informacija za one koji žele implementirati slične programe. Cooper (2006) naglašava važnost znanja za destinacijsku inovativnost te vezuje znanje s vještinama i iskustvom, kao što detaljnije preciziraju Awad i Ghaziri (2005). S ove točke stajališta, individualno znanje dionika

stečeno kroz iskustvo izgleda kao najvažnija dimenzija moći koja može odrediti tko su utjecajni dionici. Zaključno se može tvrditi da znanje samo po sebi ne može biti mjerna jedinica moći, nego da uvijek dolazi u kombinaciji a vještinama i iskustvom te se ponekad promatra kao vrijedna imovina.

2.2.2.1.4. Imovina kao izvor moći

Imovina je resurs kojeg posjeduje ili kontrolira pojedinac, korporacija ili država i koja ima ekonomsku vrijednost s očekivanjem da donese buduće koristi. Imovina je iskazana u bilanci poduzeća te se može kupiti i/ili kreirati s tendencijom da poveća vrijednost poduzeća ili da donese koristi u poslovanju poduzeća. O imovini se može razmišljati kao o nečemu što može, u budućnosti, generirati novčani tijek (eng. *cash flow*), smanjiti troškove ili poboljšati prodaju, bez obzira na to radi li se o proizvodnoj opremi ili patentu. (Investopedia, 2000).

Imovina može biti i nematerijalna, ali u ovom istraživanju će se koristiti kao materijalna imovina (eng. *tangible asset*). Definicija imovine će se, za potrebe ovog istraživanja, fokusirati na materijalnu imovinu. Okoliš u smislu zemljišta, mora i neba je jedna od vrsta materijalne imovine. Hassan (2003) smatra da okoliš ima unutrašnju vrijednost koja preteže nad vrijednošću okoliša kao turističke imovine. S pravnog stajališta, imovina može biti privatna i javna. U javna dobra u upravno-pravnom smislu spadaju: opća dobra, javna dobra u općoj upotrebi i javna dobra u javnoj upotrebi.

„Opća dobra su stvari koje su izuzete iz stvarnopravnog režima obzirom na svoja prirodna svojstva, a takve stvari su zrak, voda u jezerima, rijekama i moru ili su temeljem propisa proglašena općim dobrom. Razlika između općih dobara i javnih dobara je u tome što su ova druga u stvarnopravnom režimu i u vlasništvu su osoba javnog prava. Osobe javnog prava su Republika Hrvatska, jedinice lokalne i područne samouprave, te ustanove koje osnivaju Republika Hrvatska i jedinice lokalne i područne samouprave. Javna dobra se dijele na javna dobra (Seršić, V., Nakić, 2013) u općoj uporabi i javna dobra u javnoj uporabi. Javna dobra u općoj uporabi su ona dobra u vlasništvu Republike Hrvatske namijenjena uporabi svih i svatko se može služiti njima na način koji je radi te namjene odredilo tijelo ili ustanova kojoj su te stvari dane na upravljanje. Javno vodno dobro je tipičan primjer javnog dobra u općoj uporabi. Javno dobro u javnoj uporabi su nekretnine i stvari državnih tijela, ministarstava, sudova i sl., koje su namijenjene neposrednom izvršavanju prava i dužnosti Republike Hrvatske, njenih tijela i ustanova.“ (Mirza, 2014).

Neki autori (Amit et al., 1993; Barney, 1991; Barney et al., 2001) dijele imovinu na materijalnu (eng. *tangible*) i nematerijalnu (eng. *intangible*). Nematerijalna imovina je imovina koja nije fizička u svojoj prirodi, na primjer patenti, marka, autorska prava, dobar ugled ili zaštitni znak te se može smatrati kao beskonačna (ime marke) ili ograničena, kao što je ugovor ili zakonski sporazum. U materijalnu imovinu je uključeno: zemljište, prijevozna sredstva, oprema i inventar, kao i financijska sredstva (dionice i obveznice).

Hazra, Fletcher i Wilkes (2017) u svom istraživanju o vrednovanju odnosa moći u dioničkim turističkim mrežama navode činjenicu da su se skoro svi ispitanici složili da resursi potrebni za sve vrste turističkih organizacija moraju uključivati zemlju, rad, kapital, znanje i vještine te pristup kupcima.

2.2.2.2. Političko povjerenje

Moć i povjerenje su inherentni teoriji društvene razmjene te se trebaju razmatrati zajedno u bilo kojoj teoriji koja objašnjava društvene odnose (Cook, K.S., Hardin, R., Levi, 2007). Moć je važna dimenzija političkog uređenja institucija, a institucije su univerzalno orijentirane i dijele moć s građanima u procesima donošenja odluka generirajući povjerenje (Freitag & Bühlmann, 2009). Nepravedna raspodjela moći kreira temelj za stvaranje nepovjerenja i blokira mogućnosti za povjerenje (Cook, K., Hardin, R., Levi, 2005; Farrell, 2009).

Nunkoo i Ramkisson (2012) u svom istraživanju povezuju moć i povjerenje u destinaciji te potvrđuju hipotezu o pozitivnom utjecaju moći na povjerenje u javne službenike. Slične zaključke donose i neku drugi autori (Oskarsson et al., 2009; ÖUberg & Svensson, 2010).

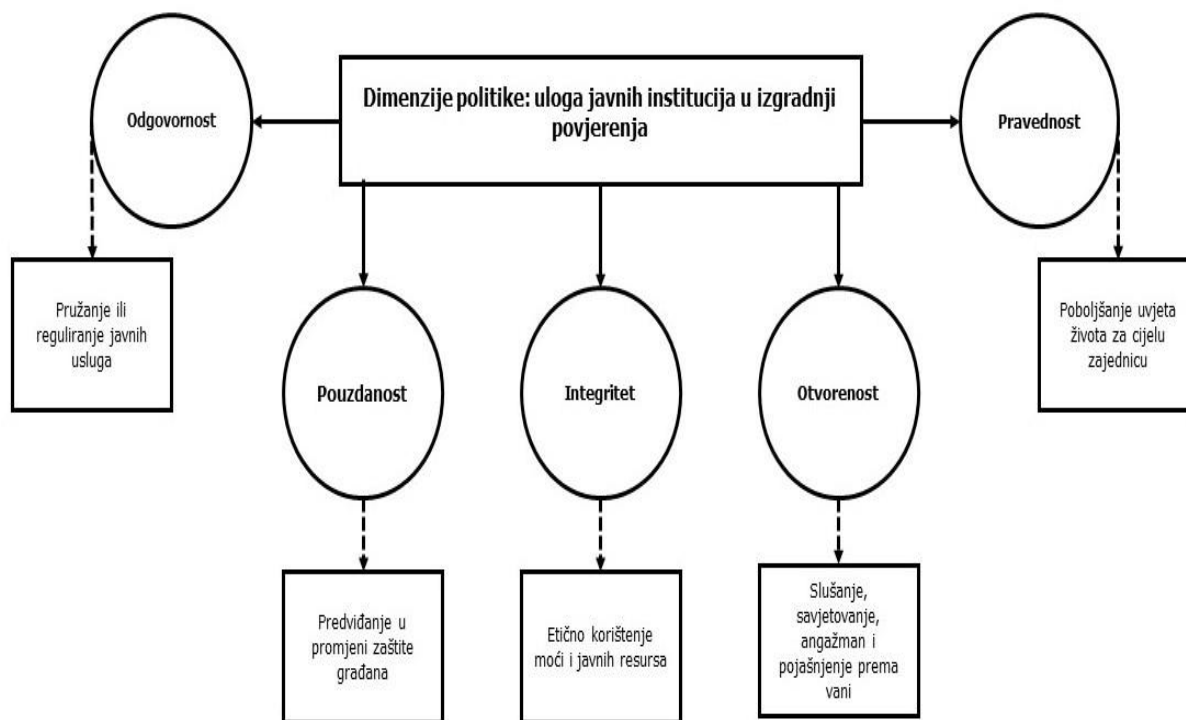
Povjerenje je psihološko stanje koje obuhvaća namjeru prihvaćanja ranjivosti na temelju pozitivnog očekivanja namjera ili ponašanja drugog (Rousseau et al., 1998). Prema Kadeforsu (2004), povjerenje je složen pojam i, kao rezultat, može imati različita značenja ovisno o situaciji i akterima u vezi.

U najranijim istraživanjima (Barnes, 1965; Blau, 2017; Gambetta, 1988; Mayer et al., 1995), povjerenje se shvaćalo kao temelj suradničkih odnosa, kao i tvrdnja da je međuljudsko povjerenje značajno za odnose s organizacijskim varijablama, kao što su kvaliteta komunikacije, performanse, rješavanje problema, suradnja i građansko ponašanje. Whitener, Brodt, Korsgaard i Werner (1998) utvrdili su da definicija povjerenja odražava tri aspekta: povjerenje u drugu stranu koje odražava očekivanja ili uvjerenja da će druga strana djelovati u

dobroj vjeri; povjerenje koje uključuje spremnost na „ozljeđivanje“ i rizik da druga strana neće ispuniti njihova očekivanja te povjerenje koje uključuje određenu razinu ovisnosti o drugoj strani, a na ishode mogu utjecati postupci drugih strana. Ti se aspekti povjerenja mogu lako primijeniti na burzovnu mrežu, a na temelju rezultata istraživanja mogu objasniti uzajamno ponašanje dionika. Prema Butler i Cantrell (1984), u bihevioralnoj teoriji odlučivanja, povjerenje se temelji na nekoliko odrednica: integritet, kompetentnost, dosljednost, lojalnost i otvorenost. Dva su glavna uvjeta rizik i međuovisnost prema interdisciplinarnom sporazumu između znanstvenika pod uvjetom koji mora postojati za uspostavljanje povjerenja. Rizik je percipirana vjerojatnost gubitka (Chiles & McMackin, 1996) i stvara priliku za povjerenje u odnosu između dviju ovisnih strana. U odnosu s potpunom sigurnošću i bez rizika, povjerenje je beskorisno (Lewis & Weigert, 1985). Povjerenje kao dinamičan fenomen ima tri faze: izgradnju, stabilnost i fazu rastvaranja. U fazi izgradnje stvara se ili reformira povjerenje (Das & Teng, 1998; McKnight et al., 1998; Whitener et al., 1998). Smanjenje razine povjerenja može biti opasan čimbenik u bilo kojem procesu ili odnosu, prema Elangovanu i Shapiru (1998). Povjerenje daje stranama neku vrstu sigurnosti da se otvorenost i razmjena informacija neće koristiti protiv njih (Zaheer & Venkatraman, 1995; S. Zaheer & Zaheer, 2006).

Političko povjerenje je općenito definirano kao povjerenje građana u političke institucije, odnosno politički režim (Citrin & Muste, 1999) te je važan pokazatelj političkog legitimiteta - vjera u ispravnost političkih institucija i režima čiji su dio. Rasprostranjeno vjerovanje u legitimitet obično se smatra nužnim uvjetom za opstanak političkih režima (Dodsworth & Cheeseman, 2020; Turper & Aarts, 2017). Mishler i Rose (1997) smatraju da je općeprihvaćen stav o povezanosti povjerenja s evaluacijom institucija (pozitivni ili negativni stavovi prema instituciji) te da je njegovo ključno značenje institucionalno djelovanje u interesu povjerenja. Povjerenje je baza na kojoj je izgrađen legitimitet javnih institucija i ključan je za održavanje društvene kohezije. Osim navedenog, povjerenje je važno i za široki raspon javnih politika koje su ovisne o ponašanju javnosti. Na primjer, povjerenje javnosti dovodi do veće usklađenosti s javnim propisima i poreznim sustavom. Građani ulaze u suodnos sa svojom nacionalnom vladom na način da su vezani njenim zakonima (*Trust in Government - OECD*, n.d.). OECD navodi nekoliko vrijednosti vlade koje su snažni prediktori povjerenja javnosti kao što su: visoka razina integriteta, pravičnost i otvorenost institucija. Vladina spremnost i pouzdanost u pružanju javnih usluga te predviđanju novih potreba zajednice ključni su faktori za jačanje povjerenja u institucije. Vidi sliku 6.

Slika 6. Javne institucije i izgradnja povjerenja



Izvor: Rad doktorandice prema literaturi

Foucault (1984) razmatra povjerenje kao konstrukt političkih i ekonomskih sila u društvenoj mreži te tvrdi da povjerenje izrasta iz političke debate i društvenog konflikta. On sugerira da svako društvo ima svoj režim povjerenja, odnosno svoju opću politiku povjerenja. Za Foucaulta (1980, 1984) povjerenje se podrazumijeva kao sistem naredbenih procedura za proizvodnju, regulaciju, distribuciju i izvođenje izjava (eng. *statements*). Političko povjerenje je uvjerenje da će politički sustav proizvesti željene ishode, čak i kada društvo ili pojedinci nisu pod stalnim nadzorom (A. H. Miller & Listhaug, 1990; Shi, 2001), a u političkom kontekstu povjerenje povezuje javne institucije s građanima (Bianco, 1994). Nedostatak povjerenja je uvijek štetan u bilo kojem odnosu, a u demokratskim društvima može dovesti u krajnjoj liniji i do nestabilnosti režima. Političko povjerenje se može definirati kao podrška građana postojećim političkim institucijama, kao što je vlada ili parlament, kada su suočeni s neizvjesnošću ili ranjivošću uzrokovanom akcijama navedenih institucija (van der Meer, 2017).

Van der Meer (2017) navodi da postoji više faktora koji utječu na razinu političkog povjerenja uključujući korupciju, makroekonomske performanse, uključenost institucija te društvene

norme i vrijednosti. Političke institucije, prema Freitag i Buhlmann (2009), doprinose razvoju povjerenja kada pojedinci opažaju da su te iste institucije univerzalne, nekoruptivne, nepartijske te da dijele moć i kažnjavaju nekooperativno ponašanje. Kada su ljudi uvjereni da političke institucije i javni službenici (Stokes, 2006) djeluju u skladu s navedenim kvalitetama te da dijele isto raspoloženje sa svojim sugrađanima, oni će gajiti povjerenje prema drugim pojedincima u društvu, iako ih osobno ne poznaju. Političko povjerenje usko je povezano s političkom participacijom te utječe na stupanj participativnosti lokalne zajednice u političkom životu destinacije. (Citrin, J., Muste, 1999; Grönlund & Setälä, 2007; Mishler & Rose, 2001; Mishler, W., Rose, 1997).

Politička participacija je oblik građanskog sudjelovanja u političkom životu usmjerenog na vladu. Almond i Verba (1963) tvrde da građani moraju biti aktivno angažirani s namjerom da utječu na vladu kako bi se smatrali političkim sudionikom. Navode da nije nužno da politička participacija bude limitirana na legalna i konvencionalna ponašanja, nego impliciraju da sudionik može djelovati ili sam ili kao dio veće grupe ili institucije. Politička participacija se definira kao konvencionalna aktivnost koja je uvijek usmjerena na vladu. Parry, Moyser i Day (1992) potvrđuju definiciju svojih prethodnika, ali smatraju da političke aktivnosti nisu usmjerene samo na vladu, nego da građani mogu biti u interakciji s različitim nevladinim institucijama kao što su, npr. interesne grupe u Europskoj uniji ili određeni lobiji. Pattie i sur. (2004) se slažu da je politička participacija aktivno ponašanje i da ta aktivnost može biti individualna ili društvena u svom opsegu i namjeravanom efektu te da ne mora biti legalna, ali misle da bi politička participacija trebala biti dobrovoljna, odnosno da ne može biti legalno zahtijevana ili forsirana. Whiteley (2012) definira političku participaciju kao aktivnosti kao što su glasovanje, lobiranje za političare, sudjelovanje na političkim skupovima, sudjelovanje u protestnim skupovima te aktivnosti u političkim strankama. Smatra da je politička participacija aktivno ponašanje, individualne ili društvene naravi, s namjerom da utječe na individualne ili društvene interese, na dobrovoljnoj bazi bez novčane naknade te da ultimativno cilja na vladine odluke, bilo u formi zakona ili javne usluge kao što je, npr. zdravstvena usluga. Nadalje, on uvodi i pojam neformalne participacije koja podrazumijeva da razgovor s drugim ljudima može utjecati na njihova politička stajališta. On razlikuje dvije vrste participacijskog čina, instrumentalni koji ima namjeru proizvesti specifični ishod te simbolični koji ima namjeru izraziti mišljenje ili stav. Rast i napredak komunikacijske tehnologije, globalizacija, širenje informacija imaju značajan utjecaj na političko ponašanje te involviraju veći broj sudionika nego što je to bilo moguće u prethodnim razdobljima. Lee (2013) smatra da veći stupanj

uključivanja lokalne zajednice u razvoju održivog turizma vodi ka većoj podršci turizmu. Istraživanja pokazuju da građani koji gaje niži stupanj povjerenja u političke institucije imaju manje sklonosti ka participaciji te da se također češće ponašaju izazivački i nisu skloni poštivanju zakona. Hooghe i Marien (2012) smatraju da je povjerenje preduvjet za bilo kakav oblik participacije, dok neki drugi autori smatraju da i nepovjerenje može biti motivacijski faktor za participiranje u neinstitucionalnim oblicima participacije. Marcinkowski i Starke (2018) tvrde da građani imaju povjerenje u ishode političkog odlučivanja, kao što su osobne slobode, mir, ekonomsko i društveno blagostanje te zdrav i prirodan okoliš (Hooghe et al., 2012; Hooghe & Marien, 2012; Oser et al., 2013). Barber (1984) smatra da je participacija ključna karakteristika stabilnih političkih sistema.

2.3. Društveno okruženje

Turizam je specifična djelatnost koja ima niz utjecaja sličnih većini industrijskih djelatnosti. Troši često oskudne resurse, proizvodi specifičnu infrastrukturu i nadgradnju koja je potrebna da bi je podržala. Kao ogromna, široko utemeljena, raznolika djelatnost, kojoj nedostaju jasni tržišni lideri i jasan zakonodavni fokus, turizam prkosi pokušajima da kontrolira svoje učinke. Štoviše, kao djelatnost koja je visoko integrirana u zajednice domaćina, opstanak turizma je ovisan o zajednicama domaćinima, dok istovremeno utječe na sve sektore zajednice domaćina. Jedinstvena priroda turizma, međutim, i njegova potreba da uvozi klijente, a ne izvozi gotov proizvod, često rezultira sukobima sa zajednicama domaćinima (McKercher, 1993).

Zajednica je ekstremno zahtjevan konstrukt za objašnjenje te ga ljudi često koriste u različitim kontekstima. Izraz zajednica se ipak najčešće koristi u smislu teritorijalne pripadnosti (Theodori, 2005). Isti autor daje detaljniju definiciju zajednice kao proces orijentiran na mjesto međusobno povezanih radnji kroz koje članovi lokalnog stanovništva izražavaju zajednički osjećaj identiteta dok se bave zajedničkim životnim brigama. Njihova definicija se naslanja na teoriju društvene interakcije kao esencijalni element zajednice (Kaufman 1959; Wilkinson 1991). Društvena interakcija, prema ovim autorima, povezuje četiri elementa zajednice: ocrtava područje kao zajednički teritorij, doprinosi cjelovitosti lokalnog života, daje strukturu i smjer kolektivnim akcijama i izvor je međusobnog identiteta. Iz ove perspektive, zajednica se javlja na mjestima i orijentirana je na mjesto, koje samo po sebi, nije zajednica. Mjesto služi kao okruženje u kojem dolazi do socijalne interakcije. Zajednica je fenomen koji se javlja u „lokalnom društvu“. Theodori (2005) lokalno društvo definira kao područje u kojem

stanovništvo zadovoljava svoje svakodnevne potrebe i susreće se sa zajedničkim problemima. Nastavno na ovu ideju, postoje tri značajke svojstvene svakom lokalnom društvu: (1) geografska dimenzija (tj. lokalitet); (2) dimenzija ljudskog života (tj. ljudi koji tamo žive) i (3) relativno cjelovita organizacija (tj. institucije i obrasci ponašanja koji pokrivaju širok raspon ljudskih interesa). Ipak, autor smatra da postojanje ovih uvjeta ne osigurava zajedništvo iako njihovo postojanje nudi potencijal za stvaranje zajednice. Lokalna društva obilježena su prisutnošću nekoliko više ili manje različitih „društvenih polja“ (Kaufman, 1959; Wilkinson, 1991). Društveno polje je odvijajući, slabo ograničen, adaptibilan i međusobno povezan proces društvenih interakcija koje prikazuje jedinstvo kroz vrijeme oko prepoznatljivog skupa interesa (Kaufman, 1959; Wilkinson, 1991).

Zajednica nije datost (Theodori, 2005) jer ona nastaje u lokalnom društvu i opstaje sve dok joj lokalni građani osiguravaju opstanak. Zaključno, autor tvrdi da je zajednica varijabla te varira među lokalnim društvima i unutar lokalnog društva tijekom vremena. Lokalni stanovnici izražavaju zajednički osjećaj identiteta dok se bave zajedničkim životnim brigama pa je zajednica u stalnom stanju promjene. Proces razvoja zajednice velikim dijelom ovisi o namjernim akcijama ljudi koji rade zajedno kako bi pokušali poboljšati svoju zajednicu. Iz ove perspektive, samo djelovanje je razvoj ili, drugačije rečeno, razvoj je radnja (Theodori, 2005).

U kontekstu održivog razvoja turizma u destinaciji veći broj autora (Nunkoo & Ramkissoon, 2010, 2011, 2012) smatra da je dostizanje ciljeva održivosti u destinaciji moguće kroz efikasno sudjelovanje lokalnog stanovništva i uvažavanja njihovog mišljenja u razvojnim inicijativama (Boley et al., 2017). Najčešće se u istraživanjima, koja uključuju ljudsku interakciju, primjenjuje teorija društvene razmjene kojom se nastoji racionalno objasniti uzroke i posljedice procesa u kojima sudjeluju ljudska bića.

Kada je riječ o održivom turizmu i lokalnoj zajednici, stanovnici destinacije percipiraju pozitivne i negativne turističke utjecaje, odnosno koristi i troškove (Nunkoo & Gursoy, 2017; Sandelowski et al., 2011) te sukladno tome podržavaju ili ne podržavaju razvoj turizma u destinaciji. Stanovnici destinacije bi trebali biti u žarištu turističkog procesa odlučivanja ((Choi & Sirakaya, 2006). Veliki broj autora u svojim istraživanjima pridaje pozornost razumijevanju percepcije stanovnika i njihovoj podršci turizmu (Byrd, E.T., Cardenas, D.A. and Greenwood, 2008; Nunkoo & Gursoy, 2016; Nunkoo & Ramkissoon, 2010).

2.3.1. Teorija društvene razmjene

Teorija društvene razmjene (eng. *Social Exchange Theory*) ili SET je opća sociološka teorija koja se bavi razumijevanjem izmjene resursa između pojedinaca i grupa u interakciji (Ap, 1992a). Teorija tvrdi da je potpora stanovnika određena njihovom percepcijom koristi i troškova razvoja turizma (Blau, 2017; Cropanzano et al., 2017; Cropanzano & Mitchell, 2005; Nunkoo, 2015; Nunkoo & Gursoy, 2016, 2017; Nunkoo & Ramkissoon, 2011, 2012; Nunkoo & Smith, 2013). Uspješna zajednička i korisna suradnja između društvenih aktera ne može postojati u odsustvu povjerenja (Arrow, 1970). Homans (1961) definira koncept interakcije kao sinonim za koncept društvenog ponašanja te iznosi tvrdnju da u procesu interakcije, kada akcija ili osjećaj jedne osobe biva nagrađena ili kažnjena akcijom druge osobe, tada se, bez obzira na tip emitiranog ponašanja, može reći da te dvije osobe uzajamno djeluju. Nagrada može biti opipljiva i neopipljiva te autor ne ograničava ovaj koncept (sve može biti nagrada), ali razlikuje posebnu vrstu među njima, osjećaje eksternalizirane u ponašanju kao znak nekih unutarnjih psiholoških stanja, emocionalne stavove prema drugima (kao npr. odobravanje). Homans (1961) takvo ponašanje naziva elementarnim društvenim ponašanjem te svoju teoriju društvene razmjene razvija na temeljima psihologije ponašanja i eksperimentima Skinnera (1938) koji je razvio operantni uređaj za kondicioniranje, poznatiji kao Skinnerova kutija. Pomoću ovog uređaja, Skinner je proučavao životinje u interakciji s okolinom te je prvo proučavao štakore u svojim eksperimentima, a kasnije i golubove te je koristio isključivo nagradu (potkrepljenje/eng. *reinforcement*) kao podsticaj za postizanje željenog. On je smatrao da ono što važi za štakore i golubove važi i za ljude, samo što je kod ljudi, zbog postojanja svijesti, mišljenja i jezika složenost nagrađivanja mnogo šira. Blau (2017) tvrdi da je teorija društvene razmjene bazirana na centralnoj premisi razmjene društvenih i materijalnih resursa kao fundamentalne forme ljudske interakcije, odnosno da je društvena razmjena dobrovoljna akcija pojedinaca motiviranih očekivanim povratom drugih pojedinaca. Cropanzano i Mitchell (2005) iznose pojašnjenje osnovnih ideja objašnjenja moći teorije društvene razmjene: pravila i norme razmjene, resursi razmjene i razvijanje odnosa tijekom vremena. Jedno od temeljnih načela teorije društvene razmjene je da odnos tijekom vremena evolviraju u povjerljivu, lojalnu i zajedničku privrženost. Da bi se ona ostvarila, moraju se poštovati određena pravila razmjene, a to su pravilo reciprociteta i pregovaranja. Pravila reciprociteta se mogu podijeliti na subreciprocitete i to na: reciprocitet međuzavisnosti (eng. *interdependence exchanges*), reciprocitet narodnog vjerovanja (eng. *reciprocity as a folk beliefs*) i reciprocitet kao norma (eng. *reciprocity as a norm*).

Reciprocitet je najpoznatije pravilo razmjene koje funkcionira isključivo u odnosu međuzavisnosti (Molm, 1994) gdje su ishodi temeljeni na kombinaciji napora partnera te se smatra determinirajućom karakteristikom teorije društvene razmjene. Reciprocitet, kao narodno vjerovanje, uključuje kulturna očekivanja da ljudi obično dobivaju ono što zaslužuju (Gouldner, 1960), dok reciprocitet, kao norma i individualna orijentacija, koja podrazumijeva da se trebaju (eng. *should*) poštovati norme ili standardi kao univerzalni principi koji ipak nisu univerzalno primjenjivi s obzirom na to da treba u obzir uzeti kulturne i individualne razlike (Shore & Coyle-Shapiro, 2003).

Osobe u procesu razmjene mogu upotrijebiti i tehnike pregovaranja (eng. *negotiation*) s glavnim ciljem postizanja korisnih aranžmana (Cook et al., 1983; Cook & Emerson, 1978). Pregovaranje je eksplicitnija vrsta razmjene gdje pregovarači utvrđuju svoje dužnosti i obveze i dobitke koje očekuju. Dogovori su u principu detaljni i razumljivi te na neki način i obvezujući, a imaju i tendenciju nastavka suradnje i izvan kratkoročnih rokova koji mogu, a i ne moraju biti vezani pravno obvezujućim ugovorima. Molm (2003) tvrdi da uzajamnost stvara bolje radne odnose od pregovora i omogućuje pojedincima da više vjeruju jedni drugima i budu im predani (Molm et al., 2000). Nadalje, dogovorene razmjene potiču više beskorisne upotrebe moći i manje jednakosti (Molm, 1994, 1997).

Sociolozi i antropolozi su više pažnje posvećivali ostalim pravilima razmjene, kao što su:

- Racionalizam koji se sastoji od maksimalizacije vrijednosti i sredstva logike uzimajući u obzir da nisu svi ljudi racionalni (Meeker & Barber, 1971; Shafir & LeBoeuf, 2002; Weber et al., 1947).
- Altruizam (Meeker & Barber, 1971) koji pretpostavlja glavno pravilo činjenja dobra drugima, čak i pod cijenu vlastitog "troška", unatoč skepsi pojedinih istraživača (Batson & Shaw, 1991) koji ne vjeruju u postojanje takvog fenomena.
- Zajednički ili grupni dobitak (eng. *group gain*) gdje osobe uzimaju što im treba, neovisno o njihovom doprinosu ili sudjelovanju te daju svoj obol kada su u mogućnosti (Meeker & Barber, 1971).
- Konzistentnost statusa ili uravnoteženje pozicije je alokacija koristi temeljena na statusu pojedinca u društvenoj grupi (rasa, klasna pripadnost, itd.).

- Kompetitivnost, kao suprotnost altruizmu, nanosi štetu drugima, čak i pod cijenu riskiranja vlastitog dobitka (Meeker & Barber, 1971) - zvuči iracionalno, ali ipak postoji u stvarnosti društvene razmjene.

Socijalna razmjena obuhvaća radnje koje ovise o nagradnim reakcijama drugih, koje s vremenom osiguravaju međusobne i korisne transakcije i odnose (Cropanzano & Mitchell, 2005). Teorija socijalne razmjene široka je konceptualna paradigma koja obuhvaća brojne društvene znanstvene discipline, poput menadžmenta, socijalne psihologije i antropologije. Unatoč svom imenu, to nije pojedinačna teorija, ali ju je bolje razumjeti kao obitelj konceptualnih modela.

2.3.2. Dionička teorija

Termin dionička teorija prvi put je upotrijebljen na Sveučilištu Stanford, međutim tek Freeman (1984) iznosi prvu teoriju dionika organizacijskog upravljanja i poslovne etike koja se bavi moralom i vrijednostima u upravljanju organizacijom.

Knjiga “Strateški menadžment” identificira i modelira skupine koje su dionici korporacije te opisuje i preporučuje metode pomoću kojih uprava može uvažiti različite interese tih istih grupa. Teorija dionika je pogled na kapitalizam koji naglašava međusobno povezane odnose između poduzeća i njegovih kupaca, dobavljača, zaposlenika, investitora, zajednica i ostalih koji imaju udjela u organizaciji. Najvažnija premisa teorije je da bi poduzeće trebalo stvarati vrijednost za sve dionike, a ne samo za dioničare.

Dionička teorija je postala ključno razmatranje u proučavanju poslovne etike te je poslužila kao platforma za daljnje proučavanje i razvoj u istraživanjima i objavljenim radovima mnogih znanstvenika koji su se intenzivno bavili ovom temom. Teorija još više dobiva na značaju u 1980-im godinama, kada znanstvenici nastavljaju preispitivati održivost usredotočenosti na bogatstvo dioničara kao temeljni cilj poslovanja.

U svom istraživačkom radu, Miles, kao i u suradnji s drugim autorima (Friedman & Miles, 2002; Miles, 2012, 2017a, 2017c), tvrdi da se dionička teorija promatra kao koncept kišobrana (eng. *umbrella concept*) umjesto da se razmatra kao teorija sama po sebi, što je u potpunosti krivi pristup te predlaže klasifikaciju i meta analizu temeljenu na neusporedivom sustavnom preispitivanju koje jasno ukazuje da je dionička teorija jedinstvena teorija sama za sebe.

Habermas (1984) je utjecao na nekoliko dioničkih teorija. Jedna od tih teorija je i teorija o akcijskoj komunikaciji prema kojoj razlikuje komunikacijsku racionalnost, gdje ljudi nastoje pronaći rješenje eventualnog problema ili nastoje ostvariti zajedničku razumnu suradnju pomoću otvorenog dijaloga i konsenzusa, od instrumentalne racionalnosti, gdje je glavni cilj kontrola mijenjanjem realnosti ili suprotnost strateškoj racionalnosti gdje je glavni cilj pobjeda pomoću strateških poteza (Jonker, J. & Foster, 2002). Checkland (1999) tvrdi, u skladu s Habermasovim pristupom, da dionici koji prepoznaju nemogućnost rješenja uobičajenog problema koji ne može biti riješen sistemom kompleksnog mišljenja pokušavaju pregovorima doći do harmonizacije konflikta i različitih perspektiva.

Dionička teorija kao amalgam eklektičnih priča javlja se zbog nedostatka konsenzusa i prirode dioničke teorije (Gilbert & Rasche, 2008) uključujući strateški menadžment, poslovnu etiku, marketing, ljudske potencijale, financije i korporativno upravljanje te seže i dalje od poslovnih disciplina (Miles, 2017b).

Prema Parmar i sur. (2010), definicije i pristupi su generirani da služe različitim svrhama. Kao posljedica, postoje stotine definicija, tvrdi Miles (2012). Friedman i Miles (2006) su rano počeli sa znanstvenim naporima da sortiraju, filtriraju i strukturiraju dioničku teoriju i dionike. Miles (2017c) smatra da je meta-teorija jedini ispravan i mogući način da se izbjegnu nesporazumi, pogrešne interpretacije i zloupotrebe zbog kompleksnosti multi-kontekstualne primjene definicije. Meta-teorija propisuje što je prihvatljivo (i neprihvatljivo) kao teorija. To bi trebalo potkrijepiti teoriju dionika omogućavanjem procjene kako se teorija dionika razvijala i kako bi se trebala razvijati u budućnosti. Polazište za bilo koju meta-teoriju je konceptualno istraživanje temeljnih koncepata i principa.

Gallie (1956) tvrdi da su neki koncepti, poput umjetnosti, religije i demokracije, esencijalno osporavani koncept (eng. *essentially contested concept - ECC*), što znači da se odnose na ideje u kojima postoji široko prihvaćanje koncepta, ali i istovremeno neslaganje oko najboljeg tumačenja istog. ECC uključuju značajne vječne političke argumente (Bar-Tal, D. & Jacobson, 1998), a ne samo semantičke rasprave povezane s dvosmislenošću ili konceptualnom zbrkom. Stranke u raspravi priznaju alternativne primjere i priznaju da drugi osporavaju njihovu vlastitu upotrebu. Početna točka meta-teorije je konceptualno propitivanje. ECC ima dvije razine vidljivog značenja tvrdi Jacobs (1999):

- Razina koja se referira na zajedničku jezgru te podrazumijeva da, unatoč različitim pogledima što subjekt jest, ipak postoji zajedničko prihvaćanje osnovnog seta ideja.

- Oспорivost se javlja na drugoj razini operacionalizacije koncepta gdje se javlja različitost koja proizlazi iz ideologije i socijalne pozicije.

Teoretičari pridaju komponentama koncepta različite uloge i vrijednosti sukladno ideologiji i društvenoj poziciji. (Miles, 2017c).

2.3.3. Identifikacija i klasifikacija dionika

Prema Freemanu (1984), dionici mogu istovremeno pripadati različitim dioničkim grupama, tako da je teško precizno i jednostrano svrstati određene dionike u samo jednu grupu. Interesi dioničkih grupa su u pravilu različiti tako da dolazi do svojevrsnog internog sukoba kod dionika koji nisu isključivi pripadnici samo jedne grupe. Eklatantni primjer je osoba koja je istovremeno i stanovnik nekog grada, ali je zaposlena u lokalnoj samoupravi te se ne slaže s pojedinim odlukama koje lokalna vlast provodi, a koje taj dionik po prirodi svoje dužnosti i radnih obveza mora provoditi.

Klasifikacija dionika u jednostavne dihotomne grupe (vidi tablicu 1.) je uobičajena u dioničkoj literaturi. Osim jednostavnih dihotomnih grupa, pojedini autori su naglašavali višestruke razlike među dionicima (vidi tablicu 2.).

Iscrpna i kompleksna literatura na temu dionika i dioničke teorije zahtijevala je jednu radikalnu sistematizaciju osnovnih pojmova i definicija kako bi se otvorio prostor za razvoj teme u konstruktivnom smislu.

Tablica 1. Klasifikacija dionika- dihotomne grupe

Autori	Godina	Klasifikacija dionika
Freeman i Reed	1983.	dionici u užem i širem smislu
Goodpaster	1991.	moralni i strateški dionici
Savage i sur.	1991.	primarni i sekundarni dionici
Clarkson	1995.	dobrovoljni i nedobrovoljni dionici
Luoma i Goodstein	1999.	primarni i javni dionici
Phillips	2003.	normativni i izvedeni dionici
Hart i Sharma	2004.	aktivni i pasivni dionici

Izvor: Doktorandica prema literaturi

Miles (2017b) je sažela, sintetizirala i usporedila 885 definicija dioničke teorije (9201 podatak) preuzetih iz relevantnih akademskih izvora na temelju nekoliko strogo postavljenih kriterija: akademski članci i knjige s visokim indeksom kvalitete kao izvori; ključne riječi dionik u naslovu članka ili knjige; prevladavajući poslovni časopisi kao izvori koji su pokrivali discipline kao što su računovodstvo, poslovna etika, korporativni okolišni menadžment, korporativno upravljanje, financije, marketing, menadžment ljudskih potencijala, strategija, operacije i informacijski sistemi.

Tablica 2. Klasifikacija dionika - višestruke razlike

Autori	Godina	Klasifikacija dionika
Sadorsky	1999.	neophodni vs. mogući; kompatibilni vs. Nekompatibilni
Friedman i Miles	2002.	interni, vanjski, udaljeni
Post i sur.	2002.	dionik, ulagač, promatrač
Sirgy	2002.	instutucijski, organizacijski, društveni
Fassin	2009.	dionik na bazi resursa, dionik na bazi industrijske strukture, društveno politički baziran dionik
Vazquez-Brust i sur.	2010.	organizacijski, društveni, regulatorni, medijski

Izvor: Doktorandica prema literaturi

Na temelju analiziranih podataka, autorica (Miles, 2012, 2017b, 2017c) je predložila klasifikacijski model koji predstavlja prvi sistematski pokušaj spajanja, filtriranja i uređivanja konstrukata dioničkog koncepta. Glavni cilj istraživanja je bila namjera minimalizirati potrebu za analizom definicija dioničke teorije i dionika budućih autora posvećenih istraživanju tog koncepta svaki put kada započnu novo istraživanje. Osnovna tipologija definicija dionika, na temelju 885 definicija filtriranih iz bogate literature, je sljedeća:

- Utjecajna osoba (eng. *influencer*): aktivni utjecaj, 1. klasa,
- Podnositelj zahtjeva (eng. *claimant*): posjeduje potencijal utjecaja, 2. klasa,
- Suradnik (eng. *collaborator*): pasivni utjecaj, 3. klasa,
- Primatelj (eng. *recipient*): nema utjecaja, 4. klasa.

Definicije dionika razvrstane u 4 osnovne skupine prema Miles (2017c):

- Dionik utjecajna osoba (klasa 1.) je individua ili grupa koja ima kapacitet utjecaja na akcije neke organizacije i aktivnu strategiju da taj utjecaj provede u djelo.
- Podnositelj zahtjeva (klasa 2.) je individua ili grupa koja postavlja zahtjeve prema nekoj organizaciji i pridruženoj aktivnoj strategiji, ali nema moć da garantira da će menadžment organizacije zahtjev razmotriti.
- Suradnik (klasa 3.) je individua ili grupa koja surađuje s organizacijom, ali nema aktivni interes za utjecajem na organizaciju.
- Primatelj (klasa 4.) je individua ili grupa koja je pasivni primatelj utjecaja organizacijskih aktivnosti.

Osnovne skupine dionika se mogu kombinirati međusobno u nekoliko potencijalnih žanrovskih kombinacija, neke kao kombinacije dva žanra, neke kao tri žanra i jedna kombinacija svih žanrova. Miles (2017c) predlaže 15 takvih žanrova.

Calzada (2019) definira pet dioničkih grupa: javni sektor, privatni sektor, civilno društvo, akademiju i poduzetnike. Sličnu klasifikaciju predlažu drugi autori izdvajajući u glavnim crtama javne institucije, gradske vlasti, sveučilišta, nevladine organizacije, organizacije lokalne zajednice, stanovnike, turiste, itd. (Thees et al., 2020).

2.3.3.1. Identifikacija i klasifikacija dionika u turizmu

U potrazi za održivim turizmom, vlade moraju prepoznati različite stavove i motivacije svih dionika i raditi s njima na postizanju zajedničkih ciljeva, a kao nužan preduvjet potrebno je znati tko su dionici u destinaciji. Dionici svakako imaju različite interese koji nisu uvijek kompatibilni, a često su i jako suprotstavljeni, što dovodi do disharmoničnih situacija i odnosa. Lokalna samouprava ima zadatak da dionike u destinaciji usmjerava i vodi u skladu s ciljevima održivog razvoja turizma. Dionici s različitim interesima ipak mogu imati koristi od održivog turizma:

- Turistička poduzeća, dok traže dugoročnu profitabilnost, trebala bi se brinuti o svom korporativnom imidžu, odnosu sa svojim osobljem i utjecaju na globalno okruženje i to neposredno oko sebe.
- Lokalne zajednice traže veći prosperitet, ali bez iskorištavanja i narušavanja njihove kvalitete života.

- Ekolozi su zabrinuti zbog štetnih utjecaja turizma, ali ga vide i kao vrijedan izvor prihoda za očuvanje.
- Turisti traže visokokvalitetno iskustvo u sigurnom i atraktivnom okruženju; postaju sve svjesniji utjecaja svojih putovanja.

Izraz dionik u turizmu, prema UNWTO-u (2005), uključuje sljedeće dionike: državnu upravu, regionalnu upravu, lokalnu samoupravu, turističke ustanove i turistička poduzeća, uključujući njihova udruženja, institucije koje se bave financiranjem turističkih projekata, turističke djelatnike, turističke profesionalce i turističke savjetnike, sindikate turističkih djelatnika, turističke centre za obrazovanje i osposobljavanje, putnike, uključujući poslovne putnike, posjetitelje turističkih destinacija, mjesta i atrakcija, lokalno stanovništvo i zajednice domaćine u turističkim destinacijama putem svojih predstavnika te druge pravne i fizičke osobe koje imaju udjela u razvoju turizma, uključujući nevladine organizacije specijalizirane za turizam i izravno uključene u turističke projekte i pružanje turističkih usluga. ⁹

2.3.4. Zadovoljstvo i podrška lokalne zajednice održivim turizmom

Koncept zadovoljstva stanovnika je po svojoj prirodi višedimenzionalan te sadrži nekoliko potkonceptata, kao što su zadovoljstvo uvjetima u susjedstvu, percipirana moć utjecaja na kreiranje politike i povjerenje u lokalne institucije (Filkins et al., 1999; Grzeskowiak et al., 2003; Sirgy et al., 2010; Sirgy & Cornwell, 2001). U kontekstu teorije društvene razmjene, većina studija, osim stavova lokalne zajednice, uključuje i turistički utjecaj i podršku turizmu te zadovoljstvo lokalne zajednice kvalitetom života u destinaciji (Tokarchuk et al., 2016; Woo et al., 2015b).

Mihalič i sur. (2016) tvrde da utjecaj turizma na blagostanje lokalne zajednice utječe na ukupno zadovoljstvo pojedinaca životom i to u nekoliko aspekata: materijalno, emocionalno, zdravlje i sigurnost, zadovoljstvo zajednicom (Kim, Uysal i Sirgy, 2013).

Chandralal (2010) smatra da turistički razvoj povećava ponos zajednice i poboljšava imidž destinacije. Andereck i Nyaupane (2011) slažu se s navedenom tvrdnjom te navode još nekoliko

⁹ Ovaj popis je uključen u izvješće o WTO istraživanju o provedbi Globalnog etičkog kodeksa u turizmu (2005.), stavak 32.

različitih životnih domena kojima je moguće mjeriti kvalitetu života stanovnika u destinaciji: blagostanje zajednice, način života, urbana problematika, ekonomska snaga, očuvanje prirode i kulture, kriminal te sportski sadržaji. Negativni su utjecaji turizma poput općenitog povećanja cijena, povećanja cijena nekretnina i zemljišta te povećanje poreznih davanja (Allen et al., 2016; Weaver & Lawton, 2001). Prentice (1993) i Tosun (2002) u svojim istraživanjima povezuju percepciju lokalnog stanovništva o pozitivnim utjecajima turizma kroz povećanje životnog standarda, povoljnu poslovnu klimu te povećan broj investicija. U SRT modelu jasno je naznačeno da lokalna zajednica koju sačinjavaju različite grupe poput industrije, vlasti, aktivista, stanovnika, okolišnih organizacija, udruga te ostalih grupa ima pravo zahtijevati ekonomsku, okolišnu i društvenu pravdu (Mihalic, 2016a).

UNEP i UNWTO (2005) adresirali su potrebu prepoznavanja uloge dionika u održivom razvoju sugerirajući da turizam treba odgovoriti na njihove potrebe i želje. Turizam ima pravo na profit, dok korisnici njihovih usluga, odnosno turisti polažu pravo na najveću moguću kvalitetu usluge. Istovremeno, lokalna zajednica ima pravo na visoku razinu kvalitete života na koju turizam ima utjecaja u velikoj mjeri. Odgovorno održivi turizam uzima u obzir potrebe i zajedničke interese lokalne zajednice te ih nastoji uskladiti sa zahtjevima turističke djelatnosti i turista u skladu sa strategijama i planovima održivog razvoja u destinaciji. Kolektivno, zajedničko djelovanje s odgovarajućim društvenim kapitalom bitan je preduvjet ostvarenja održivog razvoja. Odnosi moći svojstveni svakodnevnim društvenim interakcijama između članova zajednice poboljšavaju veze koje povećavaju pristup resursima izvan zajednice (Bramwell & Lane, 1993; Lee & Jan, 2019). Konstruktivni rezultati proizlaze iz zajedničkih normi, povjerenja i reciprociteta (Lee, Riley & Hampton, 2010). Pojedini autori (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Siisiäinen, 2000) prepoznaju mreže i norme kao neformalne društvene resurse neophodne za održivost. Društveni kapital se može definirati kao neformalni pristup drugim društvenim normama (uključujući, ali ne ograničavajući se na, povjerenje i reciprocitet), mrežama i resursima u određenim prostorima i strukturama proizašlim iz društvenih veza (Y. Zhang et al., 2021).

Postojeća literatura na temu društvenog kapitala sugerira da su tri komponente društvenog kapitala: povezivanje, premošćivanje i učvršćivanje. Putnam (1995) opisuje povezujući (eng. *bonding*) društveni kapital kao veze koje se stvaraju među ljudima sa sličnim karakteristikama, kao što su klasa, etnička pripadnost, porijeklo i interesi, čije mreže jačaju ekskluzivne identitete i solidarnost. Premošćivanje (eng. *bridging*) društvenog kapitala odnosi se na veze između

nesličnih skupina ili „ljudi koji nisu slični nama samima“, čime se proširuju veze s vanjskom imovinom te širenje informacija koje potiče generalizirani reciprocitet i stvara šire društvene identitete. Rydin i Holman (2004) predlažu dodatnu vrstu društvenog kapitala, odnosno učvršćujući (eng. *bracing*) društveni kapital koji "učvršćuje" veze stvorene povezivanjem i premošćivanjem mreža te sugerira osobne veze između različitih skupina kroz različite veze. Društveni kapital može ubrzati rješavanje zajedničkih problema zajedničkim strategijama, povezivanjem raznih mreža preko sektora i lokaliteta omogućavajući kolektivnu akciju (Kusakabe, 2012).

Recentna istraživanja o turističkom razvoju potvrđuju potencijalne koristi od turizma za lokalnu zajednicu, kao što su poboljšanje infrastrukture, mogućnosti zaposlenja te motivirajuću okolinu za poduzetnike i razvoj lokalne ekonomije (Khoshkam et al., 2016; López et al., 2018; Sinclair-Maragh, 2016). Percepcija lokalnog stanovništva o turističkim utjecajima u destinaciji može oblikovati njihove stavove te se može upotrijebiti kao prediktor njihovog konačnog odgovora prema turizmu koji može biti podrška, ali može biti i otpor (Boley et al., 2014a).

Ap (1992b) smatra da uočene koristi od razmjena u turizmu usmjeravaju opći stav stanovnika prema turizmu. Stanovnici čija egzistencija ovisi o turizmu analizirat će ekonomske i neekonomske troškove i koristi koje turizam donosi pa na temelju tih analiza donose odluku o podršci turizmu ili suprotstavljanju razvoju turizma (Vargas-Sánchez et al., 2011). Turistički utjecaji, sukladno paradigmi održivosti, mogu biti percipirani od lokalnog stanovništva kroz ekonomske, socio-kulturne i ekološke utjecaje u destinaciji koji iste procjenjuju te posljedično određuju njihov stupanj podrške razvoju turizma (Ap, 1992b; Ap & Crompton, 1993; Dyer, Pam, Dogan Gursoy, Bishnu Sharma, 2007; Látková & Vogt, 2011; Styliadis et al., 2016; Yoon et al., 2001). Stanovnici, koji percipiraju turizam u pozitivnom smislu, podržavat će razvoj istog, dok negativna percepcija stanovništva o turističkim utjecajima u destinaciji postaje glavni uzrok njihovog otpora prema razvoju turizma (Choi & Sirakaya, 2006; World Tourism Organization, 2004).

3. IZGRADNJA KONCEPTUALNOG MODELA

Razvoj konceptualnog modela je posljednji korak prije empirijskog istraživanja temeljen na teoretskim osnovama prethodnika te prethodnim mjerenjima utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj u destinaciji.

Turistički razvoj je većinom prepoznat kao važan set ekonomskih aktivnosti s ciljem unapređenja lokalnih ekonomija. Razvoj i promocija turizma kreiraju nove poslove, dodatne porezne prihode, donose profit, poboljšavaju lokalnu infrastrukturu te privlače druge industrije. (Lankford, S. V., & Howard, 1994). Turistički utjecaji su učestala tema znanstvenih radova koji su istraživali utjecaj turističkog razvoja na lokalnu zajednicu te su rezultati pokazali da turistički razvoj ne donosi samo prednosti i pozitivne efekte, nego i negativne ishode.

Lokalna zajednica iskazuje svoju podršku održivom turizmu i zadovoljstvu kvalitetom života u destinaciji nizom pokazatelja, od iskazivanja ponosa činjenicom da žive u toj određenoj destinaciji koja je prepoznatljiva pa do iskazivanja nezadovoljstva i „patnje“ zbog činjenice da žive u turističkoj destinaciji te pokazivanja želje da se upravo zbog turizma odele iz iste (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Kuščer et al., 2017; Kuščer & Mihalič, 2019; Mihalič & Kuščer, 2019; Nunkoo & Ramkissoon, 2011, 2012; Šegota et al., 2017).

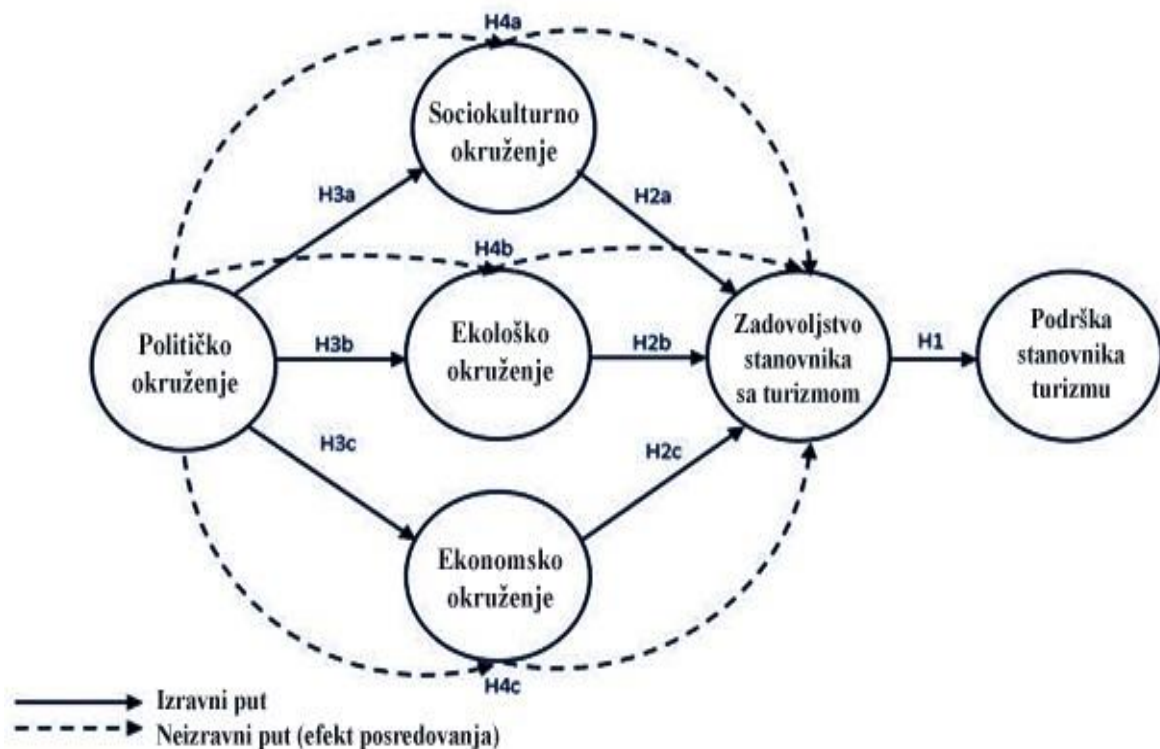
3.1. Model 1. – Mihalič i sur. (2016)

Jedan od modela koji se bavio temom utjecaja političkog okruženja i destinacijskog upravljanja u destinaciji (Mihalič et al., 2016) svoj pristup temelji na teoriji društvene razmjene (vidi slike 7. i 8.). Uz tri stupa održivosti, autori uvode koncept političkog okruženja te potvrđuju svoje pretpostavke o važnosti povezanosti političkog okruženja i održivog razvoja turizma u destinaciji. Pozitivna i negativna percepcija turističkih utjecaja (Nunkoo et al., 2012; Nunkoo & Ramkissoon, 2011) u destinaciji kroz tri stupa održivosti određuje stupanj zadovoljstva lokalnog stanovništva životom u destinaciji i slijedom toga njihovu podršku održivom razvoju u zajednici.

Autori (Mihalič et al., 2016) tvrde da lokalna uprava ima ulogu informiranja lokalnog stanovništva o razvoju turizma u zajednici te o njihovom uključivanju u proces planiranja, donošenja odluka kao i osiguravanje pravedne zastupljenosti kvalitete života lokalne zajednice u strategijama razvoja turizma. U održivom razvoju turizma, najvažniji pokretač je sposobnost lokalne zajednice da utječe na političke odluke (Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Wrong. D.H., 1979). Međutim, neki drugi autori (Boley et al., 2014b) tvrde da percepcija lokalnog

stanovništva o vlastitoj moći utjecaja na turizam ne utječe direktno na njihovu podršku turističkom razvoju. U svakom slučaju, autori (Mihalič et al., 2016) smatraju da je nužna daljna istraživačka aktivnost kompleksnog koncepta političkog okruženja.

Slika 7. Teoretski model istraživanja Mihalič i sur. (2016)



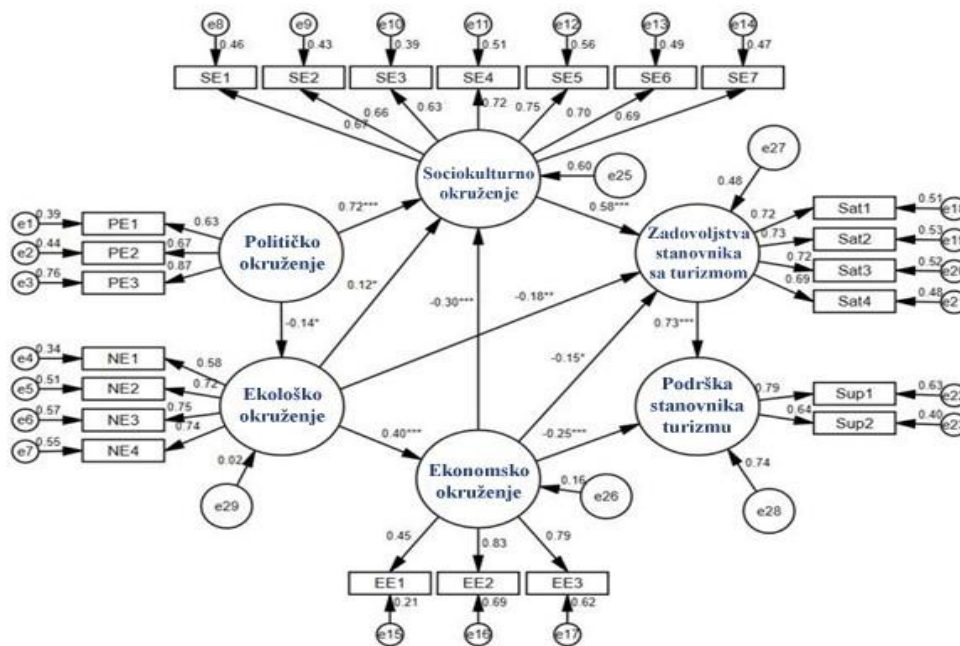
Izvor: Mihalič i sur. 2016

Političko okruženje u ovom modelu je mjereno pomoću tri indikatora: podrška lokalnih turističkih institucija, sudjelovanje lokalne zajednice u planiranju turističkog razvoja te postojanje strateškog pristupa kvaliteti života lokalne zajednice. Analizirani su direktni i indirektni utjecaji političkog okruženja na ostale faktore u modelu te je zaključeno da stanovnici Bleda¹⁰ percipiraju političko okruženje kao najmanje razvijeno te su niskim vrijednostima ocijenili njegove elemente. Na Likertovoj skali mjerenja, političko okruženje je imalo najmanju središnju vrijednost (2,95), dok je njegova visoka kompozitna pouzdanost otkrila visok stupanj interne konzistencije. Unatoč tim rezultatima, procjene političkog okruženja podrška turizmu i

¹⁰ Lokacija istraživanja je bio grad Bled u Sloveniji.

zadovoljstvo lokalne zajednice ocijenjeni su visokim središnjim vrijednostima (5.91 i 5.72). Studija je potvrdila da političko okruženje, definirano kroz neke od ključnih značajki upravljanja, određuje percepciju stanovnika o utjecajima turizma u odnosu na sva tri stupa održivosti (ekonomski, društveno-kulturni i ekološki). Posljedično, na potporu stanovnika turizmu može utjecati dobro razvijeno političko okruženje i upravljanje destinacijom (Mihalič et al., 2016).

Slika 8. Model podrške lokalne zajednice turizmu Mihalič i sur. (2016)



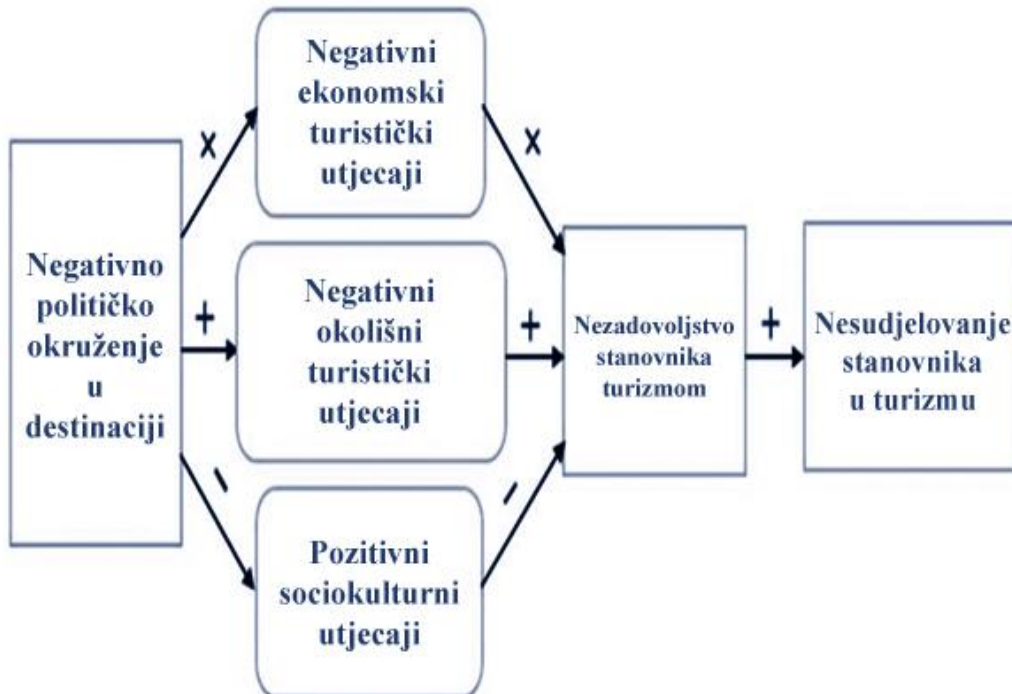
*Statistički značajno na razini $p < 0.05$.
 **Statistički značajno na razini $p < 0.01$.
 ***Statistički značajno na razini $p < 0.001$.
 Mjera valjanosti modela: $\chi^2=663.141$; $\chi^2/df=3.001$; RMSEA= 0.078,
 GFI = 0.848; AGFI=0.810; CFI=0.862; IFI=0.863.

Izvor: Mihalič i sur. 2016.

3.2. Model 2. – Akbar i sur. (2020)

Model koji istražuje utjecaj negativnog političkog okruženja predložili su Akbar, Yang, Han i Kanat (2020a). U njihovom istraživanju, izraz političko okruženje se referira na moć, vodstvo, strukture, mehanizme i strategije ili politike za implementaciju održivog razvoja turizma te uzima u obzir koordinaciju i suradnju između brojnih sudionika koji formuliraju i apliciraju turističke politike (vidi slike 9. i 10.).

Slika 9. Teoretski model istraživanja Akbar i sur. (2020)



Izvor: Akbar i sur. 2020.

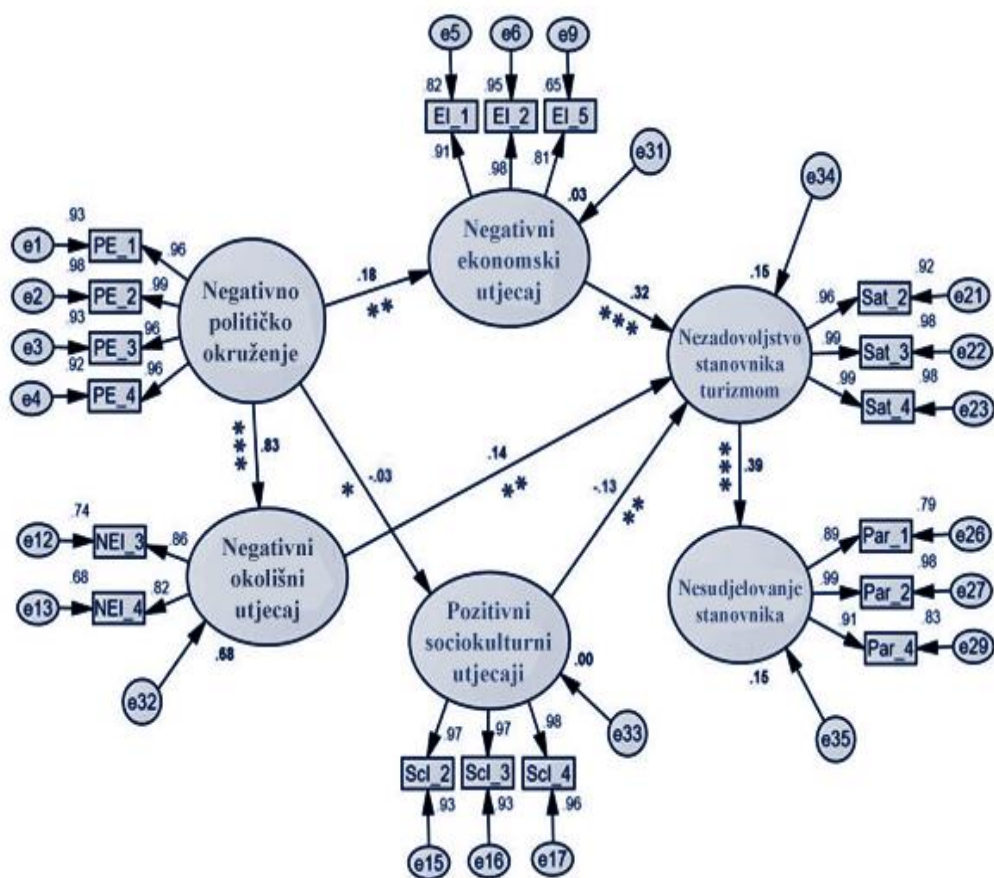
Postavljeni teoretski model uzima u obzir negativno političko okruženje koje direktno utječe na negativne ekonomske i ekološke utjecaje turizma te pozitivne sociokulturne turističke utjecaje koji opet utječu na stupanj zadovoljstva lokalne zajednice turizmom i posljedično određuju nesudjelovanje lokalne zajednice u turizmu. U svrhu mjerenja konstrukta političkog okruženja korišteni su sljedeći indikatori:

- PE_1 Razvoj turizma manje podržavaju relativne organizacije.
- PE_2 Lokalno područje ima manje koristi od razvoja turizma.
- PE_3 Lokalno stanovništvo je rijetko informirano o razvoju turizma.
- PE_4 Turističko poslovanje monopolizira nekoliko politički moćnih ljudi.

Rezultati istraživanja su pokazali da, zbog negativnog političkog okruženja, stanovnici veoma snažno doživljavaju negativne ekonomske i okolišne utjecaje turističkog razvoja. Ovi utjecaji

su u studiji identificirani kao glavni uzrok nezadovoljstva lokalnog stanovništva razvojem turizma. Snažno percipiraju pozitivne sociokulturne utjecaje koji ipak nisu relevantni u odnosu na druge indikatore. Nezadovoljstvo turističkim razvojem također uzrokuje i nizak stupanj participacije u turizmu. Potrebno je naglasiti da se ovaj model temelji na već spomenutom modelu kojeg su izradili Mihalič i suradnici (2016).

Slika 10. Model utjecaja negativnog političkog okruženja na lokalnu zajednicu Akbar i sur. 2020.

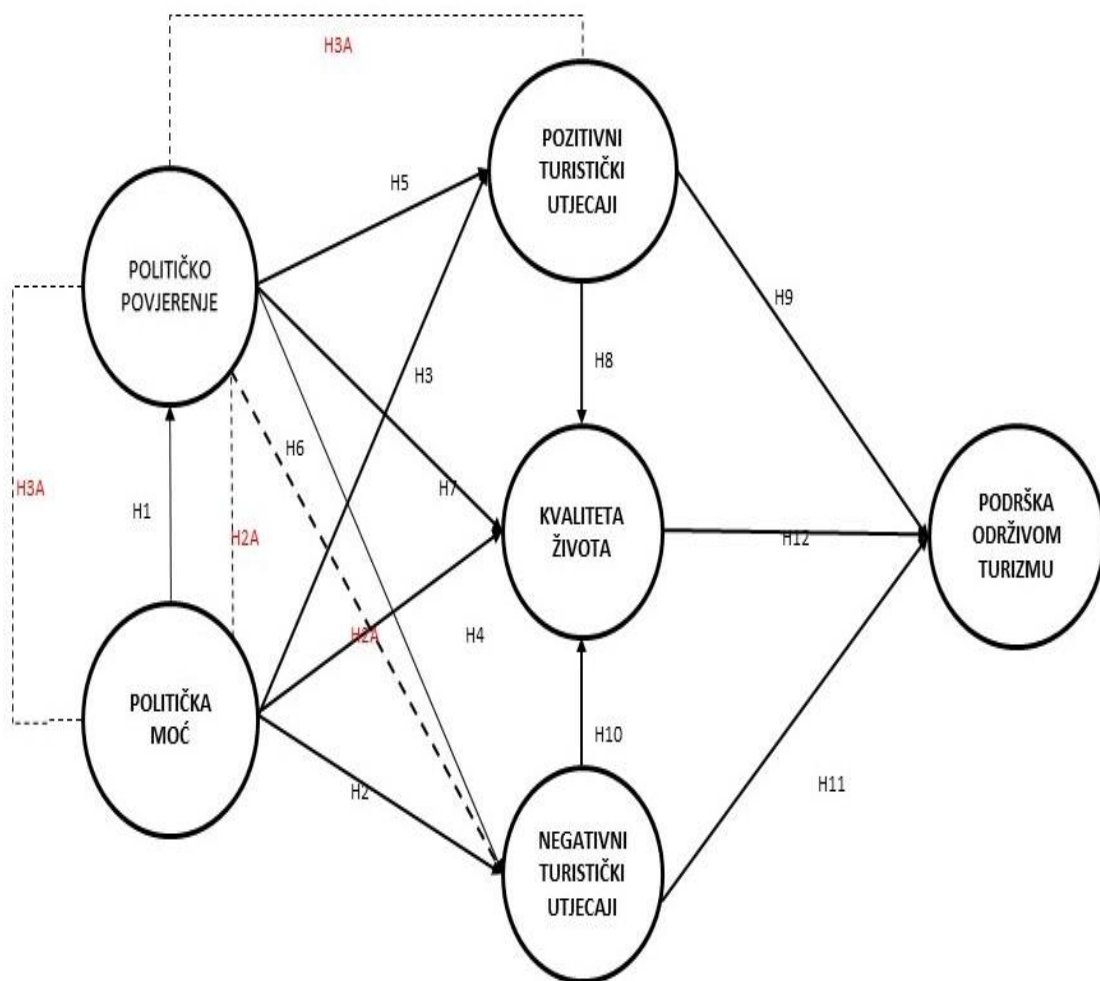


Izvor: Akbar i sur. 2020.

3.3. Konceptualni model istraživanja

Konceptualni model istraživanja, koji je utemeljen na prethodnim radovima (Akbar et al., 2020a; Mihalič et al., 2016), uključio je koncepte političke moći i političkog povjerenja kao dva ključna elementa političkog okruženja te ih je postavio u strukturalne odnose s pozitivnim i negativnim turističkim utjecajima, kvalitetom života i podrškom održivom razvoju turizma (vidi sliku 11.).

Slika 11. Konceptualni model istraživanja



Izvor: Doktorandica prema Mihalič i sur. (2016) i Akbar i sur. (2020a)

U tablici 3. se nalaze osnovne informacije o modelima prethodnika te konceptualnom modelu ovog istraživanja kako bi se mogle vidjeti osnovne razlike i sličnosti u njima.

Tablica 3. Usporedba modela mjerenja utjecaja političkog okruženja u destinaciji

	Broj Ispitanika	Broj Indikatora	Metoda Prikupljanja podataka	Lokacija Istraživanja	Metode analize
MODEL 1. Mihalič i sur. (2106)					
Političko okruženje					Faktorska analiza PCA
Sociokulturno okruženje	329 N	23	Upitnik	Bled	Metoda glavnih komponenti
Ekološko okruženje(negativni utjecaj)			Distribuiran u dnevnim	Slovenija	
Ekonomsko okruženje (negativni utjecaji)			novinama u kućanstva		Modeliranje strukturalnim jednadžbama
Zadovoljstvo lokalne zajednice turizmom					Amos 25.0 IBM
Podrška lokalne zajednice turizmu					
Model 2. Akbar i sur. (2020)					
Negativno političko okruženje					Faktorska analiza PCA
Pozitivni sociokulturni turistički utjecaji	222 N	18	Upitnik	Aksu-Jabagly	Eksploratorna faktorska analiza
Negativni okolišni turistički utjecaji			Distribuiran	Kazakhstan	
Negativni ekonomski turistički utjecaji			osobno u kućanstva		Modeliranje strukturalnim jednadžbama
Nezadovoljstvo lokalne zajednice turizmom					Amos 25.0 IBM
Nesudjelovanje lokalne zajednice u turizmu.					
Model 3. Konceptualni model istraživanja					
Politička moć					Eksploratorna faktorska analiza
Političko povjerenje	554 N	30	Upitnik	Rovinj 338 N	
Pozitivni turistički utjecaji			On-line	Hrvatska	Modeliranje strukturalnim jednadžbama
Negativni turistički utjecaji			Slanje poveznice na		PLS SEM / MGA
Zadovoljstvo kvalitetom života			različite email adrese	Budva 216 N	
Podrška lokalne zajednice turizmu				Crna Gora	SmartPLS Ver.3.3.3.)

Izvor: Rad doktorandice prema literaturi

4. DESTINACIJE ISTRAŽIVANJA – BUDVA I ROVINJ

Za potrebe istraživanja utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji izabrane su dvije jadranske destinacije locirane u dvjema različitim državama, Budva u Crnoj Gori i Rovinj u Hrvatskoj.

Turisti koji dolaze na obalu Jadranskog mora još uvijek kao jednu od najvećih prednosti koja ih privlači navode čistoću mora i okoliša. Toplo more, bogatstvo prirodnih ljepota i kulturnih vrijednosti, svakako su prednosti na kojima se temelji turistička tradicija Jadrana (Gračan, D., Alkier Radnić, 2003). Devastacija obale, prirodnog okoliša, gentrifikacija, alijenacija, prekomjerna izgradnja smještajnih kapaciteta samo su neke opasnosti koje prijete održivosti, a time posljedično i blagostanju lokalne zajednice.

Istraživačka hipoteza H13 o postojanju snažnijih strukturalnih odnosa između koncepata istraživanja u destinaciji Rovinj u odnosu na destinaciju Budva svoju presumpciju temelji na mogućim razlikama koje proizlaze iz formalne pripadnosti navedenih država Europskoj uniji.

Republika Hrvatska je članica Europske unije od 2013. godine, dok se Crna Gora nalazi u procesu pristupanja. Program pristupanja Crne Gore Europskoj uniji 2022. -2023. (Vlada Crne Gore, 2023) je krovni strateški dokument koji se usklađuje s pravnom stečevinom (fr. *acquis communautaire*¹¹) EU-a te je ovim programom definirana realna dinamika donošenja nacionalnih zakonodavnih i strateških dokumenata. Sa svrhom boljeg razumijevanja formalnog, geografskog i političkog konteksta dviju destinacija, u daljnjem tekstu će se dati kratak osvrt na Europsku uniju, Republiku Hrvatsku i Crnu Goru s naglaskom na održivost i održivi razvoj turizma.

4.1. Europska unija i održivost

Europska unija (EU) je gospodarska i politička unija koja se sastoji od 27 zemalja članica sa zajedničkim ciljevima i vrijednostima poput ljudskog dostojanstva, slobode, demokracije, jednakosti, vladavine prava i ljudskih prava. Glavni gospodarski motor EU-a je jedinstveno tržište s pravilima koja vrijede u svim državama članicama te omogućuju slobodno kretanje ljudi, robe, usluga i kapitala (UNWTO, 2018). Europska unija okuplja većinu europskih država

¹¹ Pravna stečevina Europske unije (fr. *acquis communautaire*) naziv koji se odnosi na cjelokupno dosad akumulirano pravo EU-a, odnosno na skup pravnih normi i odluka koje obvezuju sve zemlje članice unutar Europske unije. Svaka država koja želi pristupiti u članstvo EU-a, mora prihvatiti osnivačke ugovore i druge sadržaje izvedene iz ugovora i uskladiti svoje zakonodavstvo s pravnom stečevinom EU-a.

i nasljednik je nekoliko formalnih organizacija koje su nastale nakon II. svjetskog rata s glavnim ciljem ekonomskog prosperiteta. Prva takva organizacija bila je Europska ekonomska zajednica (EEZ ili EEC) formirana 1958., a njene članice su bile: Belgija, Njemačka, Francuska, Italija, Luxemburg i Nizozemska. Godine 1993. zajednica mijenja ime u Europsku uniju te ju čini 22 država članica, a politikom proširenja EU danas broji 27¹² država članica (vidi sliku 12.).

Slika 12. Europska unija - države članice

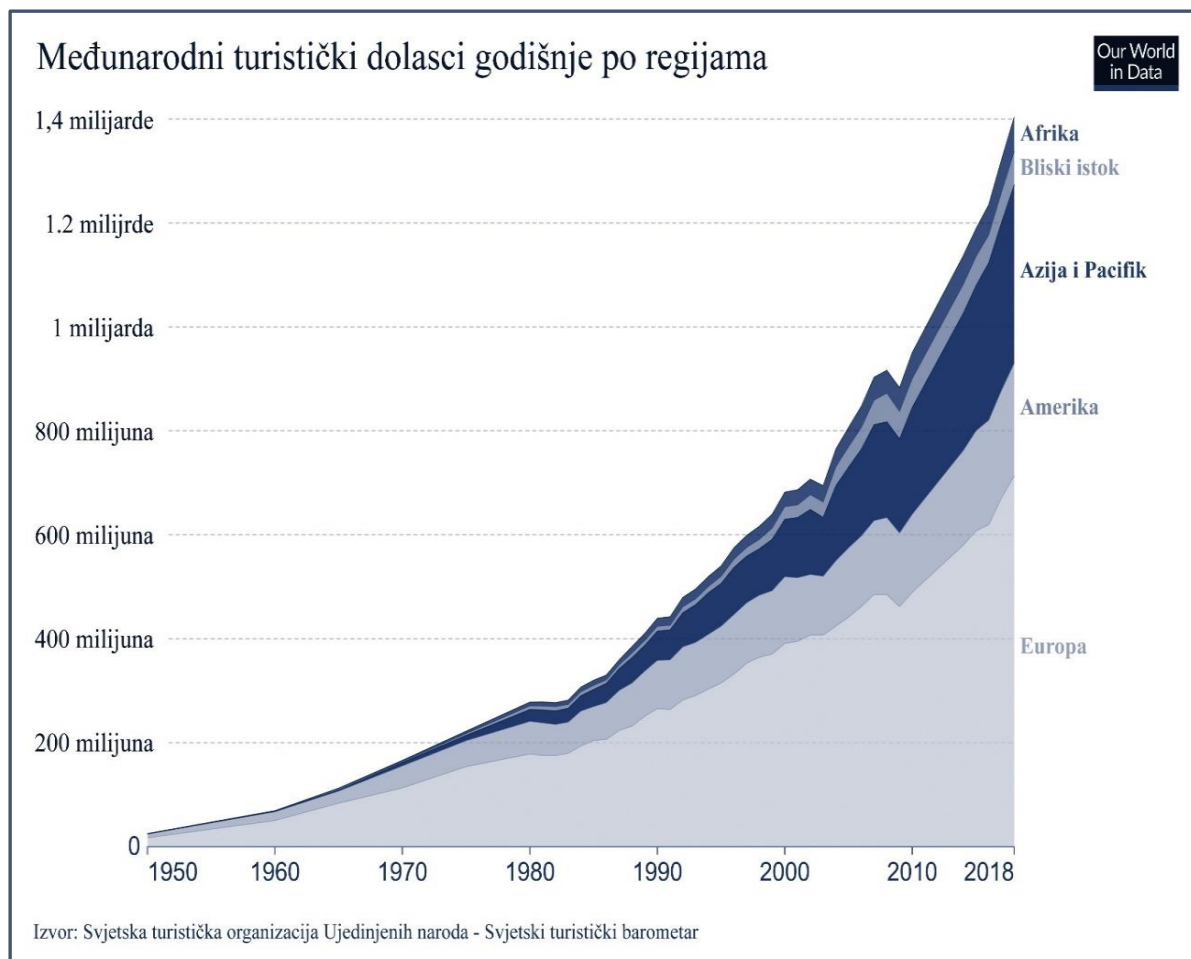


Izvor: Europska unija (https://european-union.europa.eu/easy-read_cro) pristupljeno 23.4.2022.

¹² 31.1.2020. Ujedinjeno Kraljevstvo je izišlo iz članstva EU (“Brexit”) temeljeno na rezultatima općeg referenduma održanog 2016. Za izlazak iz EU-a glasovalo je 51,89 % glasača.

Kada je riječ o turizmu, prema podacima na internetu (UNWTO, n.d.), Europa je globalni lider u međunarodnom turizmu s preko 281 miliona dolazaka stranih turista i sa 67 % udjela u turizmu na globalnoj razini (vidi sliku 13.).

Slika 13. Međunarodni dolasci – globalni pregled od 1950. do 2018.



Izvor:UNWTO <https://www.unwto.org/> (pristupljeno 15.08.2022.)

Unatoč određenim izazovima, poput pronalaženja balansa između profita od turizma i održivosti destinacije, turizam ima pozitivan učinak na ekonomiju Europske unije. Ukupni doprinos sektora putovanja i turizma europskom BDP-u u 2020. iznosi 1.064,7 milijardi američkih dolara. Bitno je napomenuti da je u rekordnoj 2019. godini totalni doprinos europskom BDP-u iznosio 2.191,2 milijardi američkih dolara.

Doprinos sektora putovanja i turizma je u 2019. rezultirao s 38 milijuna radnih mjesta te 35 milijuna radnih mjesta u 2020., unatoč pandemiji Covid-19. Broj dolazaka internacionalnih turista je pao u odnosu na 2019. zbog pandemije, ali turizam pokazuje znakove oporavka. Politika Europske unije ima za cilj zadržati ugled Europe kao vodećeg odredišta uz

maksimiziranje doprinosa industrije rastu i zapošljavanju te promicanje suradnje među zemljama EU -a, posebno razmjenom dobre prakse. Nadležnost EU-a u turizmu je podrška i koordinacija za dopunu djelovanja zemalja članica. EU je detektirala najvažnije izazove za turizam, a to su:

- Sigurnost i zaštita – okolišna, politička i društvena zaštita; sigurnost hrane i smještaja te prijetnje sociokulturnoj održivosti.
- Ekonomska konkurentnost – sezonalnost, regulatorna i administrativna opterećenja; turistički porezi; teškoće u pronalaženju i zadržavanju osoblja.
- Tehnološki izazovi – stalno biti u tijeku s najnovijim tehnologijama na globalnoj razini vezano uz IT proizvode za turizam (IT alati za rezervaciju smještaja, društvene mreže, itd.).
- Tržišta i konkurencija – rastuća potražnja za prilagođenim doživljajem, novim turističkim proizvodima, rastuća konkurencija lokalno (EU) i globalno (cijeli svijet).

Godine 2010. Europska komisija je usvojila priopćenje pod naslovom “Europa, svjetsko turističko odredište broj 1 - novi politički okvir za turizam u Europi“ (European Commission, 2010) u kojem je postavljena nova strategija i akcijski plan za turizam u EU-u. U navedenom dokumentu identificirana su četiri prioriteta za djelovanje: promicanje konkurentnosti u europskom turizmu, promicanje razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma, konsolidiranje imidža Europe kao zbirke održivih, visokokvalitetnih destinacija i maksimalno iskorištenje potencijala financijskih politika EU-a za razvoj turizma. Osim identificiranih prioriteta, ažuriran je i tekući plan provedbe u kojem se opisuju glavne inicijative kao dio strategije, u suradnji s javnim tijelima, turističkim udrugama i drugim dionicima javnog/privatnog turizma.

Do danas je komisija uspješno provela većinu radnji navedenih u priopćenju, usredotočujući se na sljedeće prioritete: povećanje turističke potražnje, unutar EU-a i šire, poboljšanje asortimana turističkih proizvoda i usluga u ponudi, poboljšanje kvalitete turizma, održivosti, pristupačnosti, vještina i uporabe ICT-a, jačanje baze socioekonomskog znanja turizma, promicanje Europe kao jedinstvene destinacije te uključivanje turizma u druge politike EU-a.

4.2. Republika Hrvatska

Republika Hrvatska je država koja graniči s nekoliko zemalja u svom okruženju te je 2013. postala punopravna članica Europske unije.¹³ Glavni grad države je Zagreb, a službeni jezik hrvatski jezik. Hrvatska je parlamentarna republika u kojoj predsjednik vlade – premijer – i čelnik države – predsjednik – predstavljaju izvršnu vlast u svojoj državi i u inozemstvu. Struktura vlasti temelji se na odvojenosti zakonodavnih, izvršnih i pravosudnih ovlasti. Parlament ima zakonodavne ovlasti te nadzire izvršnu vlast. Zastupnici se biraju na mandat od četiri godine.

U skladu sa zakonskim propisima jednakima za sve članice EU-a, tako i Hrvatska ispunjava svoje obveze donošenjem obaveznih zakona u području regulative održivog razvoja. U Republici Hrvatskoj su trenutačno na snazi tri zakona vezana uz održivost. Prvi zakon je Zakon o zaštiti okoliša (NN 80/2013) koji ističe i regulira važnost i načela zaštite okoliša i održivog razvoja, definira dokumente održivog razvoja i zaštite okoliša kao i načine na koje će se zaštita okoliša i održivi razvoj provoditi u državi. Načelo održivog razvoja i mehanizmi zaštite okoliša trebaju prožeti sve gospodarske djelatnosti pa tako i turizam kako bi se stvorili preduvjeti za razvoj održivog turizma. Zakon o zaštiti zraka (NN 130/11) je osnovni zakon kojim se određuju nadležnost i odgovornost za zaštitu zraka i ozonskog sloja, ublažavanje klimatskih promjena i prilagodbu klimatskim promjenama, planski dokumenti, praćenje i procjenjivanje kvalitete zraka, mjere za sprječavanje i smanjivanje onečišćavanja zraka, izvještavanje o kvaliteti zraka i razmjenu podataka, djelatnost praćenja kvalitete zraka i emisija u zrak, tvari koje oštećuju ozonski sloj i fluorirani staklenički plinovi, praćenje emisija stakleničkih plinova i mjere za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama, informacijski sustav zaštite zraka, financiranje zaštite zraka, ozonskog sloja, ublažavanja klimatskih promjena i prilagodbe klimatskim promjenama, upravni i inspeksijski nadzor. Zakon o zaštiti prirode (NN 80/13) uređuje sustav zaštite i cjelovitog očuvanja prirode i svih njezinih dijelova. Pri tome se misli na očuvanje bioraznolikosti, georaznolikosti i prirodne ravnoteže, osiguranje održivog korištenja prirodnih dobara, očuvanje prirodnosti tla, atmosfere, klime i kakvoće vode i mora te sprječavanje i ublažavanje poremećaja u prirodi, kao i šteta nastalih ljudskim djelovanjem. Osim ovih triju gore navedenih zakona, postoji i Pravilnik za dodjelu kvalitete ugostiteljskog objekta vrste hotel (NN 36/12). Pravilnik je izrađen u suradnji sa strukovnim udrugama

¹³ Italija (morska granica), Slovenija, Mađarska, Srbija, Bosna i Hercegovina i Crna Gora..

(UPUHH¹⁴ i OMH)¹⁵ te Hrvatskom gospodarskom komorom, s ciljem poticanja i nagrađivanja hotela koji su postavili parametre za mjerenje kvalitete usluge, odnosno proizvoda. Oznaku kvalitete utvrđivat će povjerenstvo Ministarstva turizma i sporta i tajni gost na temelju devet različitih područja, kao što su sigurnost hotela, kvaliteta uređenja i opreme, racionalno postupanje s energijom, briga o zaštiti okoliša, ali isto tako i zadovoljstvo osoblja i gostiju te suradnja hotela s lokalnom zajednicom.” (Održivi Razvoj Turizma u Hrvatskoj - Naslovna, n.d.). Prve oznake kvalitete „Q“ za usluge u hotelijerstvu dodijeljene su hotelima: Monte Mulini, Rovinj, Le Meridien Lav, Split i Valamar Lacroma, Dubrovnik. Osim triju krovnih zakona koji su navedeni, postoji još nekoliko zakona koji uređuju različita područja u turizmu.

Dokument “Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine” je krovni razvojni dokument hrvatskog turizma koji pruža smjernice i otvara novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Strategija polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine. Nastavno na rezultate analize, daje se odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te također utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšavanje konkurentne sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja. Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti. (Strategija Razvoja Turizma Republike Hrvatske Do 2020. Godine, n.d.)

U samom uvodu, strategija navodi posebnost hrvatskog turizma koji je nakon Domovinskog rata (1991.-1995.) prošao kompleksan tranzicijski put prepun problema poput neefikasne i trome poslovne strukture, s razrušenom infrastrukturom i svim poslijeratnim boljkama, ali je, zahvaljujući atraktivnosti hrvatske obale i kopna te otpornosti turizma kao fenomena na povremene globalne poremećaje, uspješno nastavio dalje. Od 2000. godine pa nadalje, hrvatski turizam je rastao i značajno podizao svoje rezultate, što je potvrđeno i stopama rasta višim od

¹⁴ UPUHH - Udruga poduzetnika u hotelijerstvu Hrvatske osnovana 1992.

¹⁵ OMH - Udruga obiteljskih i malih hotela osnovana 2004.

konkurentskih mediteranskih zemalja. Europska unija prepoznaje Hrvatsku kao turističku destinaciju s potencijalom pa je hrvatska zadaća da svoje potencijale maksimalno iskoristi u interesu rasta vlastitog blagostanja, a koristeći vrijednosni sustav održivog razvoja i konkurentne strategije EU-a na području turizma.

Kako je riječ o dokumentu koji bi trebao osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije (Glosar Sažetaka Zakonodavstva, n.d.), Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit konceptualni okvir koji omogućava: koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike, cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača i ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava iz EU fondova.

Prijelomna 2020. godina, koja se pokazala katastrofalnom za turizam diljem svijeta, ukazala je na hitnu i nužnu potrebu revizije postojeće turističke paradigme. U svrhu “ozdravljenja” turizma u Hrvatskoj 2020. započet je opsežan proces izrade nove Strategije održivog turizma do 2030. te je u ljeto 2022. godine predstavljen nacrt dokumenta podložen javnoj raspravi te se očekuje usvajanje dokumenta do kraja 2022. godine i njegova primjena od 01. siječnja 2023. godine. Četiri glavna cilja strateškog dokumenta su razvoj cjelogodišnjeg turizma i regionalno uravnoteženje, smanjenje sezonalnosti, očuvanje okoliša, prostora i klime, inovativan i konkurentniji turizam, otporan turizam sa učinkovitim upravljačkim i zakonodavnim okvirom uz unapređenje sustava turističkih zajednica kao i praćenja podataka sa turističkim satelitskim računom (HINA, 2022).

Predviđeno je donošenje prvog zakona o turizmu u Republici Hrvatskoj te niz drugih inovativnih rješenja za bolje upravljanje podataka dostupnim svim zainteresiranim strankama. Osim strateškog dokumenta postoji i dokument znakovitog naslova Nacionalni plan oporavka i otpornosti od 2021. do 2026. koji je donijela Vlada Republike Hrvatske (Vlada Republike Hrvatske, 2021). Planom se osigurava financijska potpora za ubrzavanje održivih reformi i povezanih ulaganja. Prije korištenja sredstava, nužno je provesti određene reforme te se sredstva moraju raspodijeliti između nekoliko sektora: najmanje 37 % sredstava mora se usmjeriti na investicije koje doprinose zelenoj tranziciji; najmanje 20 % sredstava mora biti usmjereno na digitalnu tranziciju, a cijeli plan mora poštovati načelo nenanošenja značajne štete klimatskim promjenama. Strateški okvir nacionalnog Plana čine: Program Vlade RH, Nacionalni program reformi, Posebne preporuke Europske komisije (CSR) i Nacionalna razvojna strategija.

Glavne komponente plana čini 6 inicijativa:

- C1. Gospodarstvo
- C2. Javna uprava, pravosuđe i državna imovina
- C3. Obrazovanje, znanost i istraživanje
- C4. Tržište rada i socijalna zaštita
- C5. Zdravstvo
- C6. Obnova zgrada.

Turizam je klasificiran pod komponentom C1, podkomponenta C1.6. Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma. Predviđena financijska sredstva iznose 2,2 milijarde kuna 4,5 % od ukupnog iznosa sredstava iz EU-a, a 8,5 % od ukupne alokacije predviđene za gospodarstvo. Čak 96 % financijskih sredstava se dodjeljuju kroz ugovore o dodjeli bespovratnih sredstava, a minimum 60 % ulaganja u privatni sektor, uz mogućnost javno-privatnog partnerstva kod ulaganja u javnu turističku infrastrukturu.

Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026. kao najvažnije izazove izdvaja: gospodarski pad uslijed pandemije, nedostatak strateškog upravljanja razvojem turizma, prekomjerni turizam i sezonalnost, suboptimalna struktura smještajnih kapaciteta, nedostatni ljudski kapaciteti te nedovoljno umrežavanje dionika u turizmu. Reforma turizma zahtijeva uspostavu okvira upravljanja razvojem održivog turizma. Potrebno je donijeti izmjene Zakona o pružanju usluga u turizmu usklađivanjem propisa te smanjivanja administrativnog opterećenja i parafiskalnih nameta. Strateško usmjerenje svoju legitimnost crpi iz dvaju dokumenata: Strategija održivog razvoja turizma do 2030. (u izradi, op.a.) te Nacionalni plan održivog turizma od 2021. do 2026. godine. Prikupljanje i analiza podataka obavljat će se uz pomoć nekoliko alata: European Tourism Indicators system (ETIS), Satelitski račun održivog turizma te Sustav okolišno-ekonomskog računovodstva (SEEA) (Indicators, n.d.; System of Environmental Economic Accounting|, n.d.). Osim navedenih alata, kao pomoć u kreiranju javnih politika te procesa upravljanja, koristit će se znanstvene podloge i analize.

Kada je riječ o organiziranim udruženjima, poput različitih nevladinih agencija, nužno je definirati što one zapravo jesu. Nevladine organizacije (NGO-ovi)¹⁶ neprofitne su organizacije koje djeluju neovisno o državnim vladama. Često su organizirane kao dobrotvorne udruge i

¹⁶ Kratica za englesku riječ *non-governmental organizations*.

posebno su aktivne u borbi protiv siromaštva, slabe zdravstvene zaštite, problema zaštite okoliša i socijalne isključenosti. Postoje različite vrste NGO-ova, od inicijativa na razini lokalne zajednice do međunarodnih organizacija koje djeluju diljem svijeta. Obično se financiraju donacijama i okupljaju ljude koji imaju zajednički interes i žele ostvariti pozitivan utjecaj ili potaknuti promjene (Enciklopedija, n.d.).

Nevladine organizacije su dobrovoljne neovisne i neprofitne organizacije pojedinaca i udruga utemeljene radi zaštite interesa svojih članova u političkom i društvenom prostoru između države i privatnih interesa. Ove udruge su potpuno financijski neovisne o državi te djeluju mirnim putem (preko prijedloga, savjeta, uvjeravanja i lobiranja) i samo ponekad antagonistički (pritiskom, prosvjedom i bojkotom), kad imaju razloge protiviti se neprihvatljivim aktivnostima države. Nevladine organizacije utemeljio je UN Poveljom iz 1945. (UN,1970) kojom nevladine organizacije, koje se bave problemima međunarodnog gospodarstva, tehnološkim, socijalnim, kulturnim, obrazovnim, znanstvenim i drugim problemima, imaju pravo na savjetodavnu ulogu u radu Gospodarskog i socijalnoga vijeća UN-a.

Prema području aktivnosti, nevladine organizacije dijele se na: humanitarne, ekološke, vjerske, ženske, kulturne i umjetničke, gospodarske, mirovne, organizacije za promicanje demokracije i vladavine prava i posebno zaštite političkih, socijalnih i drugih ljudskih prava. Prema prostoru djelovanja, razlikuju se: lokalne nevladine organizacije, koje djeluju na prostoru grada ili neke druge lokalne jedinice; nacionalne nevladine organizacije, koje djeluju na teritoriju jedne države (preko članstva i ogranaka); međunarodne nevladine organizacije, koje djeluju na teritoriju više država (npr. Amnesty International, Greenpeace, Oxfam, Transparency International) (Eures, n.d.). U Republici Hrvatskoj je evidentirano 52.652 neprofitne udruge od kojih se njih 2.458 bavi problematikom održivog razvoja (Registar nevladinih organizacija, n.d.).

Održivi razvoj je podijeljen u četiri segmenta: održivi gospodarski razvoj (1.048 udruga), ostale djelatnosti iz područja održivog razvoja (545 udruga), razvoj ruralnih područja (1.650 udruga) i razvoj urbanih područja (689 udruga). U registru su upisane i tri strane neprofitne udruge u području održivog razvoja. Nevladine organizacije su bitan dionik destinacijske dioničke mreže uz sve ostale ne manje važne dionike te mogu biti glas razuma ako su im ciljevi opravdani i legitimni.

4.2.1. Rovinj

Grad Rovinj s površinom od 77,71 km² šesti je po veličini grad u Istarskoj županiji. Graniči s četirima općinama - na sjeveru s Vrsarom i Lovrečom, a na jugoistoku s Kanfanarom i Balama te spada u srednje velike jedinice lokalne samouprave. Rovinj i Rovinjsko Selo dva su naselja koja se nalaze u sastavu Grada, a uz njih Grad obuhvaća 22 otoka i otočića. Lokalno stanovništvo, prema recentnom popisu stanovništva iz 2021. godine, iznosi 13 224 stanovnika (Državni Zavod Za Statistiku - Popis '21, n.d.).

Rovinj, zajedno s gradom Porečom, je ključni čimbenik turističke prepoznatljivosti Istarske županije i Hrvatske općenito. Spaja ribarsku tradiciju te moderne turističke trendove koji su dodatno istaknuti bogatom gastro-enološkom ponudom.

Podneblje grada Rovinja pripada sredozemnom tipu klime sa submediteranskim osobinama te su ljeta topla, vedra i sunčana, a zime blage, oblačnije i vlažnije. Prosječna godišnja temperatura iznosi 13°C. Prosječna godišnja insolacija iznosi 2437 sati, što znači da su 134 dana u godini - sunčana. Rovinj je treći najsunčaniji grad na Jadranu te istovremeno grad s najmanje oblačnih dana na Jadranu. Obilje prirodnih resursa, zemljopisni položaj područja i blaga klima temelj su budućeg razvoja grada Rovinja. Upravo more i priobalje, zajedno s očuvanim zelenim zaleđem, čine grad Rovinj pogodnim za obitavanje i obavljanje niza djelatnosti te predstavlja poželjno mjesto za život i poslovanje. Rovinj je i turistički šampion koji je 2019. dobio godišnju hrvatsku turističku nagradu za turističku destinaciju godine (vidi sliku 14.).

Zakonom o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj (NN, 45/13) utvrđuje se područno ustrojstvo Republike Hrvatske te se određuju područja svih županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj, njihovi nazivi i sjedišta, način utvrđivanja i promjene granica općina i gradova, postupak koji prethodi promjeni područnog ustrojstva i druga pitanja od značaja za područno ustrojstvo jedinica lokalne samouprave, odnosno jedinica područne (regionalne) samouprave. Na ovim se polazištima temelje i ostali propisi i razvojni dokumenti od značaja za regionalni i lokalni razvoj.

U svom samoupravnom djelokrugu, Grad Rovinj obavlja poslove lokalnog značaja kojima se neposredno ostvaruju potrebe građana, a koji nisu ustavom ili zakonom dodijeljeni državnim ili županijskim tijelima, pri čemu se moraju slijediti propisi koji reguliraju područje lokalne samouprave i uprave i to prvenstveno: Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi, Zakon o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, Zakon o područjima

županija, općina i gradova u Republici Hrvatskoj, Zakon o proračunu i Europska povelja o lokalnoj samoupravi.

Turizam je prepoznat kao glavni pokretač razvoja grada Rovinja te se sustavno radi na operacionalizaciji i implementaciji strateških planova definiranih u Strategiji razvoja grada Rovinja-Rovigno za razdoblje 2015.-2020. godine (Grad Rovinj, 2015) Osim ovog ključnog dokumenta koji se naslanja na nacionalnu strategiju turizma (Strategija Razvoja Turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, n.d.) te na recentno izdanje Nacionalnog plana oporavka i otpornosti Republike Hrvatske (Vlada Republike Hrvatske, 2021), Grad Rovinj je predstavio Provedbeni¹⁷ program grada Rovinja-Rovigno za razdoblje 2021.-2025. (Grad Rovinj, 2021). Strateški okvir provedbenog plana je usklađen s ciljevima nove regionalne i kohezijske politike Europske unije za razdoblje 2021.-2027. čiji su ciljevi sljedeći: Pametnija Europa (eng. *Smarter Europe*), Zelena Europa bez ugljika (eng. *Greener, low-carbon Europe*), Povezanija Europa (eng. *More connected Europe*), Socijalnija Europa (eng. *More social Europe*) i Europa bliža građanima (eng. *Europe closer to citizens*). Strateški ciljevi ostvaruju se kroz razvojne projekte, programe i mjere kojima se potiče kvalitetno raspolaganje dostupnim resursima i održivi razvoj područja. U Strategiji razvoja Grada Rovinja za razdoblje 2015.-2020. godine bilo je definirano pet strateških ciljeva: razvoj i unaprjeđenje stabilnosti i sigurnosti u zajednici s najvećim naglaskom na povećanje kvalitete življenja na području grada Rovinja, zaštita okoliša, prirodne i kulturne baštine te valorizacija iste, unaprjeđenje i oblikovanje razvojnih procesa gospodarstva razvoj i podizanje kvalitete turizma uz kreiranje i implementaciju novih sadržaja i usluga s ciljem produženja sezone i stvaranja prepoznatljivog identiteta grada Rovinja, jačanje administrativnih, projektnih i provedbenih kapaciteta gradske uprave, ustanova i poduzeća u vlasništvu Grada Rovinja.

Svoj turistički potencijal Rovinj temelji na četirima elementima: more, kultura, prirodna bogatstva te manifestacije i događanja. Aktivnosti grada i turističke zajednice podrazumijevaju: sufinanciranje kulturnih, sportskih i drugih manifestacija; razvoj novih turističkih proizvoda (biciklističke i kajak ture, organizirani obilasci grada, gastro događanja); provođenje programa zaštite i istraživanja kulturnog dobra; sufinanciranje aktivnosti kontrole i suzbijanja populacije

¹⁷ Provedbeni programi jedinica lokalne samouprave kratkoročni su akti strateškog planiranja koji opisuju i osiguravaju postizanje ciljeva, ako je primjenjivo, iz srednjoročnog akta strateškog planiranja i poveznicu s proračunom jedinice lokalne samouprave. Provedbeni program jedinice lokalne samouprave donosi se za vrijeme trajanja mandata izvršnog tijela jedinice lokalne samouprave i vrijedi za taj mandat.

galebova; čišćenje plaža; uređenje info tabli; uvođenje ICT-a¹⁸ u turističku ponudu Grada Rovinja-Rovigno (Grad Rovinj, 2021).

Slika 14. Grad Rovinj



Izvor: My Istria Guide (<https://www.myistria.com/en/feeling-romantic-visit-rovinj-in-istria-and-enjoy-the-vibe-of-this-coastal-gem=>)

Misija Grada Rovinja je efikasno osiguravanje najboljih gospodarskih i društvenih uvjeta u svrhu zadovoljenja javnih potreba i interesa svojih građana putem unapređenja javne infrastrukture, gospodarskih prilika i mogućnosti, odgojno-obrazovnog sustava, sportsko-rekreativnih aktivnosti i sadržaja te kulturne i turističke ponude, održavajući pri tome identitet Rovinja kao ugodnog i poželjnog mjesta za rad i život. Grad Rovinj njeguje svoju tradiciju i u skladu s time primjenjuje stečeno iskustvo i znanja kako bi osigurao kvalitetan život i dom svom plurikulturalnom i obrazovanom stanovništvu. Kroz sinergijske učinke održivog turizma,

¹⁸ Informacijska i komunikacijska tehnologija, djelatnost i oprema koja čini tehničku osnovu za sustavno prikupljanje, pohranjivanje, obradbu, širenje i razmjenu informacija različita oblika, tj. znakova, teksta, zvuka i slike (Leksikografski Zavod Miroslav Krleža, n.d.).

zelene infrastrukture, digitalne tranzicije gospodarstva, ekološki učinkovite poljoprivredne i prerađivačke djelatnosti, ribarskog nasljeđa te bogate prirodne i kulturno-povijesne baštine, grad Rovinj je nositelj suvremenih razvojnih trendova. Sukladno provedenoj SWOT analizi prezentiranoj u Provedbenom planu (Grad Rovinj, 2021), identificirane su prednosti poput mogućnosti povlačenja financijskih sredstava iz EU fondova za područja zelene infrastrukture i održivog razvoja u svrhu smanjenja emisija stakleničkih plinova i smanjenja troškova održavanja komunalne infrastrukture, kao i daljnji napredak na području transparentnosti proračuna unapređenjem postojećih digitalnih usluga. Veliki napredak svakako je moguć i u poboljšanju infrastrukture te kvalitete života u lokalnoj zajednici, itd. Slabosti su neravnomjerna ulaganja po sektorima i djelatnostima te visoki troškovi održavanja infrastrukture i kulturne baštine, kao i nedostatnost sadržaja koji bi bili primjereni destinaciji više kategorije, poput golf terena i vodenih parkova. Neujednačena kvaliteta ponude u turističkim djelatnostima, veliki pritisak turističkih djelatnosti na prirodni i javni prostor, manjak obrazovanih turističkih djelatnika, visoka sezonalnost turističke ponude i pretežito ujednačena i masovna gastronomska ponuda osrednje kvalitete u restoranima su nabrojani kao slabe točke turističkog sistema u Rovinju. Rješenja se mogu naći u zaštiti prirode i okoliša putem održivog razvoja i zelene infrastrukture. Najveće prijetnje razvoju turizma i prirodnim resursima su: klimatske promjene, prirodne katastrofe, turistička konkurencija, ovisnost o nekoliko emitivnih tržišta, promjena trendova, nekontrolirana izgradnja te masovni turizam. Lokalna samouprava nastoji svoje građane držati informiranima, naročito kada je u pitanju alokacija javnih sredstava te na svojim stranicama transparentno daje uvid u proračun Grada Rovinja (Grad Rovinj-Rovigno, 2021).

U proračunu su definirani svi prihodi i primici, rashodi i izdaci, njihova namjena i dinamika, a donosi ga Gradsko vijeće. Gradonačelnik i upravna tijela su odgovorni za izvršenje godišnjeg proračuna. Svrha je proračuna odrediti jasan, logičan, ciljno usmjeren i na strateškim odrednicama usmjeravan program rada, koji je polazište za alokaciju resursa Grada. Proračun je svojevrsni vodič za upravljanje Gradom i predstavlja tekuću razradu strateških dokumenata i njihov financijski izraz. Opći dio proračuna sadrži račun prihoda i rashoda u kome su iskazani porezni i neporezni prihodi te prihodi i primici od općinske imovine. Posebni dio sastoji se od plana rashoda i izdataka proračuna raspoređenih u tekuće i razvojne programe za tekuću godinu.

Može se zaključiti da je opće blagostanje primarni cilj djelovanja lokalne samouprave u Rovinju te da se kontinuirano radi i napreduje u ostvarenju zadanog cilja na korist cijele zajednice u Rovinju. Građani Rovinja imaju pristup informacijama te mogućnost utjecaja na odluke kroz

razne forme djelovanja, poput Gradskog vijeća, nevladinih udruga te putem referendumima i neformalnim udruživanjima. Lokalna samouprava ističe održivost kao jedan od najvažnijih elemenata u planiranju, operacionalizaciji i provedbi strateških ciljeva pa je tako predanost održivom razvoju vidljiva u svim segmentima života zajednice počevši od infrastrukture, obrazovanja, industrije te socijalne politike.

4.3. Crna Gora

Crna Gora, država u jugoistočnoj Europi između Srbije na sjeveroistoku, Kosova na istoku, Albanije na jugoistoku, Jadranskoga mora i Hrvatske na jugozapadu, Bosne i Hercegovine na zapadu i sjeverozapadu dok priobalni dio mora, uz međunarodne vode, čini granicu s Italijom, s ukupnom teritorijalnom površinom od površinom 13.812 km² do 2003. godine se nalazila u sastavu Ex-SR Jugoslavije, a od 2003. do 2010. je bila dio državne zajednice Srbije i Crne Gore. Godine 2006. održan je referendum o neovisnosti te je 3. lipnja 2006. Crna Gora proglasila neovisnost i usmjerila svoje političke napore ka približavanju Europskoj uniji i NATO-u.

Crna Gora, prema Ustavu proglašenom 22. listopada 2007., je unitarna republika s parlamentarnim sustavom te je Predsjednik Republike na čelu države istovremeno i vrhovni zapovjednik oružanih snaga. Biraju ga državljani na općim izborima za mandat u trajanju od pet godina i za najviše dva mandata. Izvršnu vlast ima Vlada, koju čine predsjednik, potpredsjednici i ministri. Predsjednik republike predlaže predsjednika Vlade, kojega imenuje Skupština. Ona imenuje i ministre na prijedlog Predsjednika Vlade. Zakonodavnu vlast ima jednodomna Skupština s 81 zastupnikom. Biračko je pravo opće i jednako, a imaju ga svi državljani s navršениh 18 godina života. Najvišu sudbenu vlast ima Vrhovni sud, predsjednika kojega imenuje Skupština na zajednički prijedlog Predsjednika republike, Predsjednika Skupštine i Predsjednika vlade. Ustavni sud sastoji se od sedam sudaca biranih za mandat od devet godina, bez ograničenja u broju mandata. Administrativno je Crna Gora podijeljena na 23 općine (Crna Gora | Hrvatska Enciklopedija, n.d.).

Crna Gora je 2008. aplicirala za ulazak u Europsku uniju, a 2010. Europska komisija je donijela zadovoljavajuće mišljenje o njihovom zahtjevu uz adresiranje nekoliko ključnih prioriteta koji bi se trebali riješiti prije odobravanja statusa zemlje kandidata. U prosincu 2011. započeo je proces ulaska Crne Gore u članstvo te je 2012. otvoren proces pregovora i sada je trenutačno od 33 otvorena poglavlja zatvoreno njih 3 (*Policy Highlights European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations*, n.d.).

U izvješću Europske komisije za Crnu Goru (European Commission, 2020) navodi se da je u političkom kontekstu u tijeku 2020. postojala velika razina nepovjerenja između političkih aktera, napeta atmosfera te neaktivni Parlament zbog pojave pandemije virusa Covid-19 kao i predstojećih parlamentarnih izbora koji su bili zakazani za 30. kolovoza 2020. Izbori su rezultirali iznenađujućom promjenom u vlasti. Novi parlament bi trebao nastojati pronaći široki međustranački i društveni konsenzus te u praksi pokazati svoju privrženost programu reformi Crne Gore u EU-u, koji je od vitalnog značaja za državni napredak na svom putu ka EU-u, kao i uključiti se u transparentan, odlučan i uključiv dijalog o provedbi preostalih preporuka OESS-a/ODIHR-a. Europska komisija također navodi potrebu osnaživanja transparentnosti, dioničke participacije i državnog kapaciteta za implementiranje reformi. Dionička participacija u pristupnom i zakonodavnom procesu bi trebala biti unaprijeđena. Javna uprava zahtijeva daljnju reformu u području depolitizacije javnih servisa, optimizaciju državne administracije te implementaciju menadžerskih odgovornosti, ali bez snažne političke volje to će biti teže ostvarivo.

U izvještaju se navodi i skroman napredak vezano uz borbu protiv korupcije i kriminala, usvajanje EU *aquis communautaire* i europskih standarda u sudstvu, ljudska prava i slobodu govora. Crna Gora prema izvještaju ima puno posla kada je riječ o ekonomiji, pogotovo o sposobnosti crnogorskog gospodarstva da se nosi s europskom konkurentnošću i tržištem, uzimajući u obzir da je investiranje u znanje i ljudski kapital na niskim razinama uzrokujući nisku razinu inovacija i produktivnosti lokalnih poduzeća. Zahvaljujući važnim infrastrukturnim projektima, Crna Gora se polako transformira u izvoznika električne energije te razvija transportne mreže. Fizičke širokopojasne mreže razvija privatni sektor, dok su vlasti ojačale zakonodavni okvir. Međutim, gospodarstvo i dalje predstavlja slabu industrijsku bazu koju karakteriziraju aktivnosti s niskom dodanom vrijednošću, ograničene malom veličinom tržišta i niskim tehnološkim znanjem većine lokalnih poduzeća.

Što se tiče dobrosusjedskih odnosa i regionalne suradnje, Crna Gora je ostala konstruktivno predana bilateralnim odnosima s drugim zemljama proširenja i susjednim državama članicama EU-a, iako su bilateralne odnose sa Srbijom obilježile napetosti. Crna Gora je općenito aktivan sudionik regionalne suradnje, navodi se u sažetku izvješća.

Ministarstvo ekonomskog razvoja je državna institucija nadležna za turizam Crne Gore. Na njihovoj *web* stranici (Vlada Crne Gore, 2021) navedeni su svi aktualni zakoni i pravilnici u turizmu. Strategija razvoja turizma Crne Gore do 2020 prvi je strateški dokument u kojem se iznosi vizija Crne Gore kao mediteranske destinacije s raznolikom ponudom tijekom cijele

godine koja bi uključivala više ključnih segmenata srednjeg i luksuznog tržišta s odgovarajućim luksuznim turističkim proizvodima poput jahtinga i golfa te nove vrste turizma s naglaskom na prirodu (Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine Crne Gore, 2008). Za realizaciju ove vizije bilo je nužno privući strane investitore s resursima, iskustvom, integritetom i znanjem. Značajna ulaganja u ljudske resurse, putem edukacije i obuke te partnerstvo s privatnim sektorom, uz poštovanje principa nepristranosti, transparentnosti i konzistentnosti, trebalo je pomoći u planiranju i regulaciji procesa ostvarivanja vizije. Turizam je trebao biti vitalno i regionalno uravnotežen, podržan jakim i diferenciranim identitetom marke te s dovoljno smještajnih kapaciteta u svim dijelovima zemlje.

Glavni strateški cilj je primjena principa i ciljeva održivog razvoja pomoću kojih Crna Gora može dostići jaku poziciju globalne visokokvalitetne turističke destinacije te osiguravanje dovoljno radnih mjesta uz porast životnog standarda te, u konačnici, omogućiti da država ostvaruje stabilne i pouzdane prihode. Za potrebe ostvarenja strateškog cilja definirano je pet operativnih ciljeva:

- Stvaranje potrebne turističke i prateće infrastrukture u pravcu postizanja strateškog cilja,
- Crna Gora, jedan proizvod, jedan USP (eng. *Unique Selling Point*),
- Crna Gora je poznata i prihvaćena kao „cjelogodišnja“ turistička destinacija,
- Institucionalni i pravni okvir odgovara zahtjevu uspješnog i održivog razvoja turizma,
- Lokalno stanovništvo sve više se uključuje u turističku privredu („interni marketing“).

Osim Strategije razvoja turizma do 2020., potrebno je napomenuti da je prije usvajanja ovog dokumenta postojao Master plan razvoja turizma Crne Gore iz 2001. godine kojeg su zajedničkim snagama izradili Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine i Njemačko društvo za investicije i razvoj (DEG) (MBH, 2001). Ovim planom su definirane strateške smjernice za razvoj turizma u smislu dugoročne održivosti, optimiziranju gospodarskih efekata i smanjenju opterećenja na životnu sredinu. Činjenica da su prihodi od turizma od 2001. do 2007. godine, prema izvještajima Centralne banke Crne Gore, porasli za ukupno 460 %, s 86 milijuna € na 480 milijuna € govori o uspješnosti samog projekta.

Recentna Strategija razvoja turizma od 2021.-2025., objavljena u travnju 2022., je najznačajniji dokument iz oblasti turizma u 2021. g. i krovna platforma iz koje će proizilaziti sve ostale aktivnosti koje se tiču diverzifikacije i promocije turističkog proizvoda.

4.3.1. Budva

Grad Budva je smješten u centru Budvanske rivijere na obali Jadranskog mora te je idealno mjesto za ljubitelje aktivnog odmora (teniski tereni, planinarenje, sportovi na vodi, itd.), noćnog života (diskoteke, zatvoreni klubovi), ali i za obiteljske praznike. Budva je podijeljena na dva dijela: Stara Budva koja je povijesni centar te Nova Budva, odnosno moderni dio grada (vidi sliku 15.).

Glavna atrakcija je Stari grad u Budvi koji svojom sačuvanom srednjevjekovnom arhitekturom uskih ulica, trgova i kamenih stepenica priziva neka druga vremena. Budvanska rivijera je smještena na 35 kilometara Jadranskog mora te privlači veliki broj turista svake godine. Mediteranska klima s blagim, ali kišnim zimama i dugim sušnim ljetima te s 2300 sunčanih sati godišnje prednost je koje mnoge druge destinacije nemaju. Sezona kupanja traje od svibnja do listopada zbog relativno ugodnih temperatura mora prosječnih vrijednosti od 18 stupnjeva celzijusa. Zatim, 40 % smještajnih kapaciteta na obali Crne Gore odnosi se na općinu Budva. Obalni turistički prihod čini 95 % posto od ukupnog turističkog prihoda Crne Gore, što pokazuje veliku neujednačenost turističke ponude. U Budvi je smješten veliki broj visokokvalitetnih hotela, od kojih neki posluju pod svjetskim markama te nude luksuznu i kvalitetnu ponudu (MICE, *welness*, *spa*). Ukupan broj stanovnika Budve, prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, iznosi 19.218 stanovnika (Uprava Za Statistiku Crne Gore - MONSTAT, n.d.).

Na službenim stranicama grada Budve (Opština Budva | Zvanična Prezentacija, n.d.) teško je pronaći dostupne konkretne programe poput strategija razvoja i provedbenih planova kakve ima grad Rovinj. Postoji Sekretarijat za urbanizam i održivi razvoj (Nadležnosti Opština Budva, n.d.) čija se nadležnost odnosi na koordinaciju aktivnosti na unaprjeđenju i zaštiti životne sredine, praćenje i provođenje zakona kojima se regulira zaštita prirode i životne sredine te urbanističke poslove. Sekretarijat za privredu – sektor za turizam¹⁹ pokriva bazične poslove, poput kategorizacije objekata, prijavu ugostiteljskih i turističkih djelatnosti, ali nigdje na stranici nije vidljiv nikakav konkretan strateški ili operativni plan. (Nadležnosti Opština Budva, n.d.)

S obzirom na to da je turizam jedan od najvažnijih pokretača industrije i gospodarskog razvoja Crne Gore kako je prepoznato i u *Strategiji razvoja turizma do 2025. s Akcionim planom* (Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore, 2021) iznenađuje činjenica da grad Budva ne

¹⁹ Formalni naziv institucije

prepoznaje nužnost ciljanih mikrostrateških dokumenata s pripadajućim akcijskim planovima na razini same općine Budva.

Slika 15. Grad Budva



Izvor: Kilroy (<https://www.kilroy.net/places/europe/balkan/montenegro/budva?destination=3117>)

Pristup informacijama za građane Budve je dobro složena struktura koja pokriva, osim osnovnih informacija vezanih uz svakodnevni život građana, i nekoliko specifičnih institucija, poput Građanskog biroa pri Sekretarijatu za lokalnu samoupravu i osnaživanje suradnje lokalne samouprave s građanima, nevladinim organizacijama u borbi protiv korupcije (Općina Budva, 2014). Akcijski plan za borbu protiv korupcije donesen je 2014. godine te je vrlo nejasno je li plan još uvijek aktivan i jesu li postignuti određeni rezultati kako je bilo predviđeno. Konkretna zadaća vezane uz razvoj turizma u Budvi se mogu pronaći u *Strategiji razvoja turizma do 2025. s Akcionim planom* (Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore, 2021).

U skladu s navedenom strategijom, nužno je pozicioniranje općine Budva kao suvremene, razvijene lokalne zajednice i primamljive turističke destinacije te prepoznavanje općine Budva

kao mogućeg nosioca dinamičnog i održivog ekonomskog rasta i razvoja. Naglašava se potreba usklađivanja svih planova i akcija s principom općeg dobra zajednice ili društva.

U kontekstu turističkog razvoja naglašena je potreba stvaranja ponude hotela visoke kategorije, 4 i 5 zvjezdica te povećanje standarda postojećih smještajnih kapaciteta kao i povećanje kvalitete usluga u turizmu. Rješavanje komunalnih problema, nedostatne infrastrukture, neodgovarajuće prometne mreže, loših i štetnih primjena urbanističkih zakona, neuvažavanje specifičnih kriterija za održivost i zaštitu životne sredine u planiranju i provedbi legislative, nepostojanje sistema za pročišćavanje otpadnih voda, samo su neki od detektiranih izazova s kojima se suočava lokalna samouprava i lokalna zajednica Budve.

Proračun je važan dokument za lokalnu zajednicu pa i općina Budva na svojim službenim stranicama javno objavljuje proračun, međutim mora se napomenuti da je trenutačno na službenim stranicama općine Budva objavljen proračun za 2021. godinu koja je već završila, ali nema objavljenog proračuna za 2022. godinu (Opština Budva, n.d.).

5. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

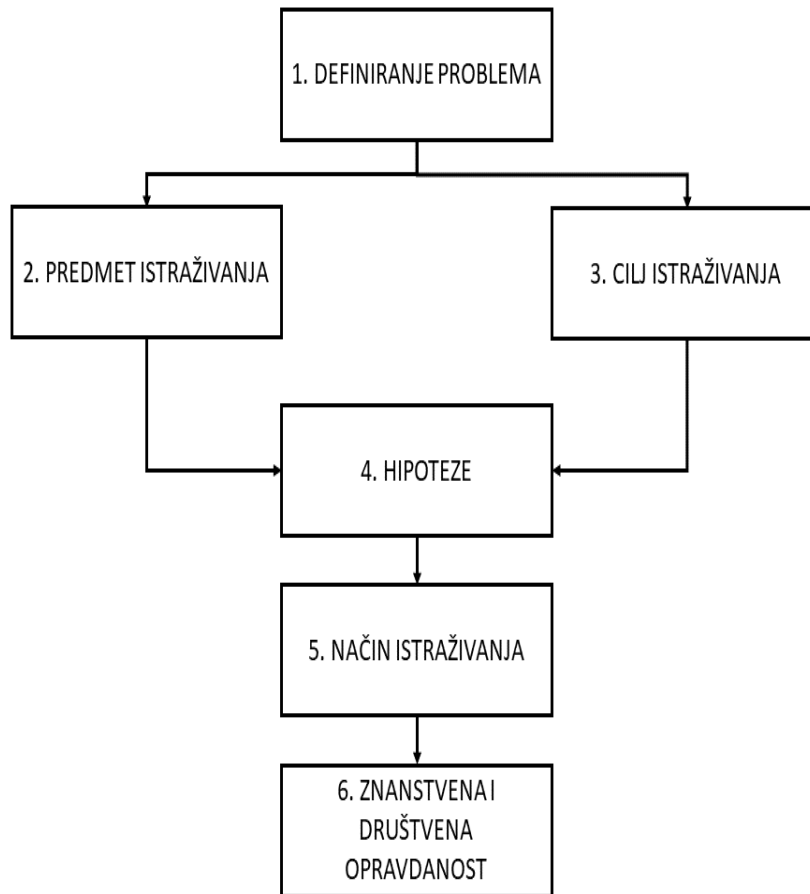
5.1. Oblikovanje istraživanja

Znanstveno istraživanje uvijek počinje istraživačkim pitanjima ili nepotvrđenim tvrdnjama. Znanost zahtijeva da se na samom početku definira istraživački problem kojeg istraživač želi istražiti te da se prikupi i analizira postojeća literatura relevantna za istraživački problem. Proces u kojemu istraživač, pomoću prethodnih znanstvenih saznanja o problemu istraživanja, prikuplja vrijedne spoznaje omogućava dobru pripremu za planiranje istraživanja. Istraživač, na temelju relevantne literature, postavlja određena istraživačka pitanja pomoću kojih definira hipoteze istraživanja te nastoji da hipoteze budu dovoljno jasne i sažete (Tkalac Verčić, A.; Sinčić Ćorić, D.; Pološki Vokić, 2010). Nakon definiranja hipoteza i planiranja daljnjih aktivnosti, slijedi faza prikupljanja podataka te obrada i interpretacija istih. U zaključnom dijelu uspoređuju se dobiveni rezultati s prethodnim istraživanjima te se donosi zaključak i preporuke za buduća istraživanja (vidi sliku 16.).

Na temelju proučene literature utvrđeno je da nema dovoljno znanstvenih radova o problemu istraživanja, odnosno o konceptu političkog okruženja i njegovom utjecaju na održivi razvoj turizma u destinaciji te su utvrđeni svrha i ciljevi istraživanja, a postavljena je i osnovna hipoteza istraživanja. U poglavlju u kojem je predstavljen teoretski okvir istraživanja, osim detaljnog pregleda postojeće literature o problemu istraživanja, dan je i kritički osvrt na postojeću literaturu.

Operacionalizacija konstrukata se odnosi na proces određivanja načina i instrumenata mjerenja istih koja se također naslanja na prethodne spoznaje o problemu istraživanja. Nakon operacionalizacije konstrukata dizajnira se upitnik kako bi se prikupili primarni podaci potrebni za analizu. Nakon provjere pretpostavki istraživanja, provedena je analiza podataka primjenom deskriptivne i inferencijalne statistike s naglaskom na multivarijatnu statističku analizu PLS-SEM, odnosno primjenom metode parcijalnih najmanjih kvadrata modeliranja strukturalnim jednadžbama. Interpretacija rezultata je faza koja se stapa sa zadnjom fazom istraživačkog procesa u dijelu rasprave o dobivenim rezultatima te njihovoj usporedbi s prethodnim istraživanjima. Zaključak je završna faza istraživačkog procesa u kojem se sumiraju najvažnije nove spoznaje o problemu istraživanja i to u komparaciji s prethodnim istraživanjima, navodi se znanstveni doprinos, ukazuje se na ograničenja istraživanja te daju preporuke za buduća istraživanja.

Slika 16. Nacrt istraživačkog procesa



Izvor: Rad doktorandice

5.2. Operacionalizacija konstrukata i dizajn upitnika

Na temelju proučene literature o problemu istraživanja pristupilo se operacionalizaciji konstrukata za potrebe prikupljanja podataka. Ispitivanje metodom anketiranja je izabrano zbog ključnih prednosti u odnosu na druge metode prikupljanja podataka, a to su: različite mogućnosti primjene, niski troškovi te brzina provođenja istraživanja velikog broja ispitanika (Marušić, M., Prebežac, 2004). Upitnik dizajniran na bazi operacionaliziranih konstrukata se sastojao od sedam cjelina vezanih uz glavne konstrukte: (1) politička moć, (2) političko povjerenje, (3) pozitivni turistički utjecaji (sociokulturno, ekonomsko i ekološko okruženje, (4) negativni turistički utjecaji (sociokulturno, ekonomsko i ekološko okruženje, (5) zadovoljstva lokalne zajednice, (6) podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma te (7) sociodemografskog profila ispitanika (vidi tablice 4., 5., 6., 7., 8. i 9.).

Tablica 4. Operacionalizacija konstrukta političkog povjerenja

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Povjerenje	Smatram da je pristup mogućnostima otvoren i jednak za svih.	Bouckaert i Van Der Valle , 2003
	Smatram da lokalna vlast ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom.	Bouckaert i Van Der Valle 2003; Zaheer i Zaheer, 2006
	Smatram da lokalna vlast ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.	Bouckaert i Van Der Valle 2003; Zaheer i Zaheer, 2006
	Smatram da lokalna vlast jasno komunicira strategije i planove zajednici.	Bouckaert i Van Der Valle 2003; Zaheer i Zaheer, 2006
	Veoma sam dobro informiran o javnoj politici grada.	Johnson, 1999; Bouckaert i Van Der Valle, 2003; Lang i Halman, 2005
	Zadovoljan sam kvalitetom isporuke javnih usluga poput socijalne i zdravstvene skrbi.	Bouckaert i Van Der Valle, 2003; Spyriadis i sur.2013; Kimbu i Ngoasong, 2013; Padišson i Walmsley, 2018
	Smatram da je pristup izbornom procesu slobodan i fer.	Bouckaert i Van Der Valle, 2003; Nunkoo i Ramkisson, 2013
	Smatram da u destinaciji ne postoji korupcija.	Bouckaert i Van Der Valle, 2003
	Smatram da lokalna vlast ima punu slobodu donošenja odluka.	Larderel, 2003; Zahra, 2011
	Uvjeren sam da se porezni prihodi od turizma koriste u svrhu unapređenja zajednice.	UNEP 2015; Page, S. J., & Connell, J. 2007; ; Blake 2001
Smatram da značajni projekti mogu dobiti državne subvencije.	Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., González, M., & Caballero, R., 2012	
Smatram da postoji uspješna suradnja između svih dionika u destinaciji.	Bendor 1990; Atkinson, 2003; Goodwin i Painter, 2003; Bulkeley, 2005; Nowacki i sur., 2011	
Participacija	Aktivno sudjelujem u javnim raspravama o važnim temama.	Beetham, 1996; Peters, 2001; Bramwell, 2011, Butler, 2011; Mihalič i sur. 2013; Tosun, 2006
	Osobno sudjelujem u procesu odlučivanja putem referenduma o važnim temama.	Jesop, 2000; Graham, Amos i Plumtree, 2003; Scott, Laws, Agrusa i Ritchins, 2011

Izvor: Rad doktorandice prema literaturi

Tablica 5. Operacionalizacija konstrukta političke moći

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Politička moć	Lokalna vlast provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti.	Weber, 1947; Dornbusch i Scott, 1975; Wilson, 1999.; Beritelli i Laesser, 2011
	Lokalna vlast posjeduje potrebna znanja i vještine.	Ryle, 1945; French i Raven, 1959; Nonanka, 1995; Awad i Ghaziri, 2004.
	Lokalna vlast upravlja gradom stručno.	Fayol, 1949; Herschel, 2001.
	Lokalna vlast upravlja gradom kompetentno.	Fayol, 1949; Herschel, 2001.
	Lokalna vlast posjeduje značajnu materijalnu imovinu.	Seršić i Nakić, 1991; Hazra, Fletcher i Wilkes, 2014.

Izvor: Rad doktorandice na temelju literature

Tablica 6. Operacionalizacija konstrukta pozitivnih turističkih utjecaja

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Životni standard	Turizam omogućava veću stopu zaposlenosti i dobre plaće.	Brida, Osti i Barquet, 2010; UNEP 2015.;
Gospodarski razvoj	Turizam ohrabruje domaće i strane investicije.	UNEP 2015
Kvaliteta obrazovanja	Turizam podiže kvalitetu obrazovanja u Rovinju.	Mihalič i sur., 2016; Šegota, Mihalič i Kuščer, 2017
Javna usluga	Javna usluga je dostupnija zbog turizma.	Mihalič i sur., 2016; Šegota, Mihalič i Kuščer, 2017
Lokalni proizvodi	Turizam omogućava distribuciju lokalnih proizvoda i usluga.	Mihalič i sur., 2016; Šegota, Mihalič i Kuščer, 2017
Gastronomija	Turizam omogućava razvoj gastronomske ponude.	Mihalič i sur., 2016; Šegota, Mihalič i Kuščer, 2017
Kulturna baština	Turizam doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine.	Mihalič i sur., 2016; Šegota, Mihalič i Kuščer, 2017

Izvor: Rad doktorandice na temelju literature

Tablica 7. Operacionalizacija konstrukta negativnih turističkih utjecaja

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Očuvanje prirode	Turizam pridonosi onečišćenju vode i zraka u destinaciji.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2018
Zaštićena područja	Turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2019
Obnovljivi izvori energije	Turizam ne koristi obnovljive izvore ili ih koristi u manjoj mjeri.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2020
Degradacija prirode	Turizam uništava floru i faunu u destinaciji.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2021
Uništavanje ekosustava	Turizam narušava prirodnu ravnotežu u destinaciji.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2022
Recikliranje resursa	Turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri.	UNEP 2015, ETIS ; Peeters i sur., 2023
Prekobrojni turizam	Turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost.	Milano 2017; Koens, Postma i Papp 2018; Seraphin i sur 2020; Mihalič 2020
Prekomjerni turizam	Tijekom turističke sezone u gradu je previše ljudi.	Lee 2011; Panayiotopoulos & Pisano, 2019; Butler 2019; Seraphin 2018; Seraphin i sur. 2020; Mihalič 2020

Izvor: Rad doktorandice na temelju literature

Tablica 8. Operacionalizacija konstrukta kvalitete života

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Financijska snaga i opterećenost	Zbog turizma cijene proizvoda i usluga su visoke.	Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Weaver & Lawton, 2001
	Zbog turizma cijene nekretnine su previsoke.	Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Weaver & Lawton, 2002
	Smatram da previše ovisimo o turističkim prihodima u destinaciji.	WTCC 2004; Peeters i sur. , 2018
Kvaliteta života	Zbog turizma bih se želio odseliti iz destinacije (Rovinj/Budva).	Barquet, Osti i Brida, 2010
	Smatram da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji.	Barquet, Osti i Brida, 2011

Izvor: Rad doktorandice na temelju literature

Tablica 9. Operacionalizacija konstrukta podrška održivom razvoju turizma

Dimenzije	Čestice	Izvor iz literature
Ekonomske koristi	Podupirem razvoj turizma u destinaciji zbog ekonomskih koristi koje donosi.	Nunkoo i Ramkisson, 2011; Mihalič i sur, 2016
	Smatram da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice.	Nunkoo i Ramkisson, 2011; Mihalič i sur, 2016
Pripadnost, identitet	Ponosan sam što živim u Rovinju/Budvi.	Um i Crompton, 1987; Perdue i sur. 1999; Pennington i Gray, 2005; Nicolas, Tappa i Ko, 2009;
Prepoznatljivost	Rovinj/Budva je prepoznatljivi brand na turističkom tržištu.	Nunkoo i Ramkisson, 2011;

Izvor: Rad doktorandice na temelju literature

Za potrebe ovog istraživanja upotrijebljena je Likertova ljestvica od sedam stupnjeva kojom su ispitanici mogli iskazati svoj stav, odnosno stupanj zadovoljstva ili slaganja s navedenom tvrdnjom u upitniku. Vrijednosti Likertove ljestvice od sedam stupnjeva:

- 1 – U potpunosti se ne slažem
- 2 – Uglavnom se ne slažem
- 3 – Ne slažem se
- 4 – Ne mogu procijeniti
- 5 – Slažem se
- 6 – Uglavnom se slažem
- 7 – U potpunosti se slažem.

Iako neki autori sugeriraju da se Likertovoj ljestvici, osim glavnih stupnjeva, doda nula ili odgovor “ne znam”, u ovom istraživanju ta opcija nije aplicirana zbog već postojećeg stupnja smještenog na sredini Likertove ljestvice koji izražava stav ispitanika koji ne mogu procijeniti s pouzdanošću česticu upitnika.

5.3. Uzorak

U kvantitativnom istraživanju putem upitnika sudjelovali su stanovnici dviju destinacija, Budve u Crnog Gori i Rovinja u Hrvatskoj. Za potrebe istraživanja razvijen je upitnik s mjernim skalama koje su trebale mjeriti percepciju ispitanika o konceptima istraživanja. S ciljem ekspertne validacije upitnika, odnosno pretestiranja istog sedam relevantnih eksperata iz turizma (3), lokalne samouprave (2), znanstvenobrazovne institucije (1) te regionalne uprave (1) dali su svoje mišljenje o upitniku. Slijedom njihovih konstruktivnih kritika i savjeta nekoliko čestica je izmijenjeno, dok su iz daljnjeg postupka bile eliminirane njih tri (3).

Ispitivanje anketiranjem odvijalo se u dvije faze. U prvoj fazi je provedeno pilot istraživanje u destinaciji Rovinj tijekom jeseni 2020. kako bi se provjerila valjanost upitnika i to na uzorku od 50 ispitanika slučajnim odabirom. Rezultati pilot istraživanja su pokazali visoku razinu pouzdanosti s vrijednošću Cronbach Alphe od 0,94. Glavno istraživanje, koje se provodilo u razdoblju od ožujka do kraja svibnja 2021. u Rovinju te tijekom kolovoza 2021. u Budvi, obuhvatilo je stanovništvo objiju destinacija. S obzirom na to da je istraživanje fokusirano na lokalno stanovništvo, kako je i u uvodnom dijelu pojašnjeno, bilo je dovoljno napraviti upitnik na hrvatskom jeziku koji je distribuiran u objema destinacijama.²⁰

Tablica 10. Kalkulator veličine uzorka za PLS SEM model

A-priorni kalkulator veličine uzorka za modele strukturnih jednadžbi	
Očekivana veličina učinka	0,50
Željena razina statističke snage	0,95
Broj latentnih varijabli	6
Broj promatranih varijabli	43
Razina vjerojatnosti	0,05
Minimalna veličina uzorka za otkrivanje učinka:	58
Minimalna veličina uzorka za strukturu modela:	444
Preporučena minimalna veličina uzorka	444

Izvor: Soper, 2021.

²⁰ Poglavlje 4. detaljno opisuje destinacije istraživanja i razloge njihova odabira.

Multivarijatne metode statističke analize zahtijevaju i minimalan broj uzoraka iako je uvijek prednost u istraživanju imati što veći broj uzoraka. Kod primjene faktorske analize se preporučuje veći broj uzoraka od minimalnih 5 ispitanika po varijabli, prihvatljivih 10, a najbolja opcija je 20 ispitanika po varijabli (Hair et al., 2013; Nunnally, J.C. and Bernstein, 1994). Za potrebe određivanja minimalne veličine uzorka za provođenje analize modeliranja strukturalnim jednadžbama, provedena je provjera pomoću *online* kalkulatora za određivanje veličine uzorka za PLS SEM (Cohen, 1988; Soper, n.d.). Kao što je vidljivo u tablici broj 10., preporučeni minimalni uzorak je 444 ispitanika te se uzorak od 554 ispitanika prikupljen u destinacijama pokazao kao prikladan broj za daljnju analizu.

5.4. Metode statističke analize

Primarni podaci prikupljeni u odabranim destinacijama podvrgnuti su daljnim statističkim analizama pa su tako podaci analizirani primjenom metoda univarijatne i multivarijatne analize.

5.4.1. Metoda univarijatne analize

Univarijatna metoda analize koristi se za analizu jedne varijable. U doktorskom radu je korištena deskriptivna analiza za potrebe analize sociodemografskih osobina ispitanika (spol, godine života, razina obrazovanja, radni status, sektor zaposlenja te prebivalište) kao i analizu pojedinih varijabli unutar istraživačkih konstrukata. Deskriptivna metoda statističke analize ima za cilj opisati profil uzorka istraživanja i analizirati ocjene glavnih koncepata istraživanja primjenom brojčanih i grafičkih načina prikazivanja podataka (Horvat, 2019). Za potrebe deskriptivne analize primijenjen je izračun frekvencija, aritmetičke sredine i standardne devijacije.

5.4.2. Metode bivarijatne analize

Bivarijatna analiza istražuje odnos među dvaju skupova podataka te se obično koriste t-testovi ili hi-kvadrat testovi kako bi se mogla utvrditi eventualna međusobna povezanost podataka. Osim toga, bivarijatna analiza ispituje snagu svake korelacije.

U ovom istraživanju korištena je Kruskal-QWallis analiza varijance te Mann-Whitney test.

Kruskal-Wallis test se koristi kada podaci nisu normalno distribuirani te se žele testirati postojanje statistički značajnih razlika zavisne varijable u odnosu na više nezavisnih uzoraka (k) mjerenih na nominalnoj ljestvici (Sekaran, 2000). U analizi primarnih podataka u ovom

istraživanju, ova metoda je korištena za testiranje postojanja statistički značajnih razlika u ocjenama mjerenih konstrukata (politička moć, političko povjerenje, kvaliteta života i podrška održivom razvoju turizma) u odnosu na spol, godine života, stupanj obrazovanja, radni status, sektor zaposlenja te prebivalište ispitanika.

Mann-Whitney test se koristi kod testiranja razlike očekivanja na temelju dvaju nezavisnih uzoraka koji nisu normalno distribuirani. Testiranje se temelji na rangiranju podataka.

Program IBM SPSS ver. 26 nudi opciju analize nezavisnih uzoraka u sektoru neparametrijskih testova kao i opciju automatskog prepoznavanja odabira relevantnog testa nakon unosa podataka za analizu, što olakšava posao istraživaču.

5.4.3. Metode multivarijatne analize

Multivarijatna analiza u društvenim istraživanjima je temelj istraživanja za potvrđivanje prethodno postavljenih hipoteza. Ova analiza predstavlja skup različitih statističkih postupaka za potrebe provedbe istovremenog analiziranja međusobne povezanosti većeg broja promatranih pojava (Hair et al., 2013). Prema Halmi i Crnoji (2003), glavna svrha ove analize je dvostruka: istraživanje međusobne povezanosti promatranih pojava i testiranje modela, odnosno razumijevanje i objašnjenje promatranih pojava.

Autori također navode da povezanost između dviju pojava može biti kauzalna, što znači da je jedna pojava prethodnik ili uzrok nastanka jedne ili više drugih pojava te može biti i korelativna, što znači da se promjene mogu javiti istovremeno u obje promatrane pojave, ali bez da jedna pojava uzrokuje drugu (Halmi, A. i Crnoja, 2003).

Za potrebe ovog istraživanja korištena je faktorska analiza i strukturalno modeliranje primjenom metode parcijalnih najmanjih kvadrata (PLS–SEM) te višegrupna analiza (eng. *Multi Group Analysis*).

5.4.3.1. Faktorska analiza

Faktorska analiza spada u statističke metode prve generacije (Hair Jr. et al., 2017) te može biti eksploratorna ili konfirmatorna faktorska analiza. Eksploratorna faktorska analiza (EFA) se upotrebljava kada faktori nisu unaprijed poznati i postoje samo manifestne varijable te se putem

EFA-e izdvajaju ključni faktori koji objašnjavaju promatranu pojavu. Konfirmatorna faktorska analiza se koristi pri testiranju postojećih teorija i koncepata.

U ovom istraživanju je provedena EFA s ciljem izdvajanja ključnih faktora za daljnju analizu uz pomoć metode modeliranja strukturalnim jednadžbama. Faktorska analiza predstavlja skup statističkih postupaka pomoću kojih se veći broj povezanih varijabli reducira na manji broj faktora kojima se objašnjava međusobna povezanost pojava te potvrđuje valjanost konstrukata (Halmi, A. i Crnoja, 2003). Izdvojeni faktori su latentne varijable, odnosno konstrukti, a varijable analizirane u EFA-i nazivaju se manifestne varijable ili indikatori. Provedba faktorske eksplanatorne analize ima nekoliko koraka:

- Procjena prikladnosti podataka za korištenje faktorske analize.
- Utvrđivanje inicijalnih rezultata za izdvajanje faktora.
- Definiranje inicijalne matrice faktorske strukture nakon izdvajanja faktora.
- Provođenje rotacije faktora ako inicijalna matrica faktorske strukture nije interpretabilna ili ako ne udovoljava postavljenom kriteriju jednostavne strukture.
- Utvrđivanje faktorske matrice nakon rotacije faktora.
- Interpretacija dobivenih faktora nakon rotacije (Fabrigar, L.R., Wegener, 2012).

5.4.3.2. Modeliranje strukturalnim jednadžbama

Za potrebe ovog istraživanja korištena je statistička metoda modeliranja strukturalnim jednadžbama, skraćeno SEM od engleskog naziva *Structural Equation Modeling*. SEM je moćna statistička metoda koja može identificirati veze u društvenim istraživanjima koja su sama po sebi kompleksna. Ova statistička metoda spada u drugu generaciju multivarijatnih statističkih metoda analize podataka te se koristi za otkrivanje ili potvrđivanje teorija. Eksploratorno modeliranje uključuje razvoj teorije, dok konfirmativno modeliranje testira teorije (Hair et al., 2011, 2013; Hair Jr. et al., 2017).

Postoje dva različita tipa ove metode, CB-SEM, odnosno strukturalno modeliranje jednadžbama temeljeno na kovarijanci i PLS-SEM, strukturalno modeliranje jednadžbama metodom parcijalnih najmanjih kvadrata. CB-SEM se najčešće koristi pri potvrdi, odnosno

konfirmaciji teorije, dok se PLS-SEM primarno koristi za razvoj teorije i u slučajevima kada distribucija podataka nije normalna (Hair et al., 2011; Vinzi et al., 2010). PLS-SEM ne zahtijeva normalnu distribuciju podataka, iako je ona poželjna. Istraživač može provjeriti normalnost distribucije podataka pomoću drugih testova, kao što su Kolmogorov-Shapiro test ili Shapiro-Wilk test ili se može osloniti na provjeru normalnosti putem dviju mjera distribucije: mjera asimetrije (eng. *skewness*) i mjera spljoštenosti (eng. *kurtosis*). Prema Hair i sur. (2017), izbor između dviju metoda ovisi o nekoliko faktora, kao što su: vrsta mjernog modela, istraživački ciljevi, modeliranje strukturalnog modela, evaluacija modela i podatkovne karakteristike (vidi tablicu 11).

Tablica 11. Odabir strukturalne metode

PLS-SEM	CB-SEM
Cilj istraživanja: predviđanje ključnih konstrukata ili identificiranje ključnog „pokretača“ konstrukta	Cilj istraživanja: testiranje, potvrda ili usporedba alternativnih teorija
Mjerni formativni konstrukt je dio strukturalnog modela	Kada uvjeti pogreške zahtijevaju dodatne specifikacije
Složen strukturalni model (puno konstrukata i indikatora)	Kada strukturalni model ima rekurzivne odnose
Mali uzorak i podaci koji nisu normalno distribuirani	Kada istraživanje zahtijeva pokazatelje podudaranja (engl. <i>goodness-of-fit</i>)
Primjena latentne varijable u budućim analizama	

Izvor: Hair et al. (2017)

Sosik i sur. (2009) smatraju da “meko modeliranje” (eng. *soft modeling*) fokus drži na identifikaciji najboljih predviđanja veza između varijabli i maksimalizaciji kovarijance između latentnih varijabli. PLS-SEM je robustna metoda koja može analizirati podatke bez pretpostavke distribucije normalnosti iz razloga što koristi kalibriranje koje transformira bilo koje podatke bez normalne distribucije u podatke koji se pridržavaju središnjeg graničnog teorema (Rahi, 2012). Nekoliko autora (Bacon & Associates, 2014; Hwang et al., 2010; Wong, 2010) je objavilo radove na temu prednosti PLS-SEM metode analize te su izdvojili sljedeće prednosti:

- -mali uzorak,
- hipoteze koje su manje vjerojatne,

- nema pretpostavki distribucije varijabli
- neosjetljivost na nenormalnu distribuciju podataka, heteroskedastičnost i autokorelaciju uvjeta grešaka,
- nema problema s identifikacijom parametara,
- bez potrebe da promatranje bude neovisno,
- sposobnost istraživanja veza između latentne i manifestnih varijabli i u formativnom i reflektivnom načinu,
- efikasnost u analizi moderatorskih učinaka i identifikacija potencijalnih moderatora,
- produkcija rezultata za cjelokupne i pojedinačne slučajeve,
- sposobnost upravljanja velikim kompleksnim modelima (do 100 latentnih te do 1000 manifestnih varijabli),
- prikladnost za istraživanje kada su rezultati vjerojatno nepravilni ili nekonvergentni.

Ipak, PLS-Sem ima i svoje nedostatke kao što navodi Wong (Wong, 2010):

- potreba za visokim vrijednostima koeficijenata strukturalnih puteva kod malih uzoraka,
- nemogućnost adekvatnog upravljanja multikolinearnih problema,
- nemogućnost pružanja modeliranja neusmjerene korelacije,
- mogućnost rezultiranja pristranim procjenama opterećenja komponenti i koeficijenata puta zbog nedostatka potpune dosljednosti ocjena o latentnim varijablama,
- moguće generiranje velike srednje kvadratne pogreške procjena učitavanja i velike srednje kvadratne pogreške procjena koeficijenata puta.

6. REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

6.1. Rezultati deskriptivne analize

Za provedbu ispitivanja metodom ankete korištena je *online* usluga MonkeySurvey Service. Na elektroničke adrese izabranih ispitanika poslana je zamolba za ispunjavanjem *online* upitnika u kojoj se nalazila poveznica za ispunjavanje upitnika. *E-mail* zamolbe s poveznicom poslane su na različite elektronske adrese²¹ te su primatelji zamoljeni da poveznicu za *online* upitnik distribuiraju dalje svojim poznanicima. Uzorak je bio namjerno prigodan s tendencijom da se u ispitivanje uključe sve kategorije lokalnog stanovništva (regionalna i lokalna samouprava, lokalno stanovništvo, znanstvenoobrazovne institucije, nevladine organizacije i aktivisti te turističke djelatnosti). Metoda uzorkovanja snježne grude (eng. *snowball*) je također upotrijebljena u svrhu prikupljanja podataka.

Uzorak veličine od ukupno 554 ispitanika iz dviju destinacija, Budve (216) i Rovinja (338) je reprezentativan u odnosu na spol i godine života tako da se rezultati mogu generalizirati na sve stanovnike odabranih destinacija. Od ukupno 554 ispitanika koji su ispunili upitnik, 58,7 % čine žene, a 41,3 % muškarci. Vezano uz starosnu strukturu, najviše ispitanika je bilo između 35 i 44 godine života, njih 27,3 %. Slijedi ih dobna skupina od 45 do 54 godine života, njih 22,7 %, zatim dobna skupina između 25 i 34 godine života (19,7 %) te dobna skupina iznad 55 godine života (25,5 %). Najmanje zastupljena dobna skupina su bili najmlađi ispitanici od 18 do 24 godine života i to 4,9 %. Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja pokazuje podjednak udio ispitanika sa srednjom i visokom stručnom spremom. Naime, 42,4 % ispitanika ima visoku stručnu spremu, a 40,6 % srednju stručnu spremu. Udio ispitanika s magisterijem ili doktoratom znanosti je 14,8 %. Najmanji je udio ispitanika sa završenom osnovnom školom, 5 %. Mali broj ispitanika je odabrao opciju „ostalo“ i njihov postotak iznosi 1,6 %. Struktura ispitanika prema radnom statusu pokazuje da je najveći broj ispitanika zaposlen (75,6 %), nezaposlenim ispitanicima se izjasnilo 11,7 %, umirovljenika je bilo 10,1 %, a mali postotak od 2,5 % se izjasnilo pod „ostalo“. Struktura ispitanika prema sektoru zaposlenja pokazuje da najveći broj ispitanika radi u turizmu i to 29,8 %, zatim slijede ispitanici u državnoj ili regionalnoj i lokalnoj samoupravi 19,9 %, 16,1 % ispitanika radi u znanstvenoobrazovnoj instituciji te 9,4 % u nevladinoj organizaciji ili kao aktivist. Naposljetku, 24,4 % ispitanika se

²¹ Nasumično su odabrane email adrese u institucijama lokalne samouprave, turizmu, znanstvenim institucijama, nevladinim organizacijama te ostalim stanovnicima u destinacijama.

izjasnilo pod „ostalo“. Prema analizi podataka vidljivo je da u grupu „ostalo“ spadaju umirovljenici i nezaposleni ispitanici (135 ispitanika) (vidi tablicu 12.).

Tablica 12. Sociodemografska obilježja uzorka istraživanja

Obilježje	n	%	Obilježje	n	%
Spol			Status zaposlenja		
Ženski	325	58,7	Zaposlen/a	419	75,6
Muški	229	41,3	Nezaposlen/a	65	11,7
Dobne skupine			Umirovljenik/ica	56	10,1
18-24	27	4,9	Ostalo	14	2,5
25-34	109	19,7			
35-44	151	27,3	Sektor zaposlenja		
45-54	126	22,7	Turizam	166	30,0
55-64	94	17,0	Državna uprava ili regionalna i lokalna samouprava	112	20,0
65+	47	8,5	Znanstvenoobrazovna institucija	89	16,1
Obrazovanje			Nevladina organizacija ili aktivist	52	9,4
Osnovna škola	3	0,5	Ostalo	135	24,4
Srednja škola	225	40,6	Grad stanovanja		
Fakultet	235	42,4	Budva	216	39,0
Magisterij	75	13,5	Rovinj	338	61,0
Doktorat	7	1,3			
Ostalo	9	1,6			

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Konstrukat politička moć ocijenjen je prosječnom ocjenom $\bar{x}(B = 4,53, R = 4,30)$ ²². Ispitanici se najviše slažu s tvrdnjama da lokalna vlast provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti $\bar{x}(B = 4,49, R = 4,43)$, da lokalna vlast posjeduje potrebne vještine i znanja $\bar{x}(B = 4,50, R = 4,30)$, da lokalna uprava kompetentno upravlja destinacijom $\bar{x}(B = 4,55, R = 4,20)$ te da stručno upravlja destinacijom $\bar{x}(B = 4,56, R = 4,27)$ (vidi tablicu 13.).

Tablica 13. Deskriptivna analiza konstrukta političke moći

KONSTRUKT	MIN	BUDVA	BUDVA	ROVINJ	ROVINJ
	MAX	(216N)	(216N)	(338N)	(338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. Devijacija
POLITIČKA MOĆ		4,53	1,599	4,30	1,573
Smatram da lokalna vlast u destinaciji provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti.	1-7	4,49	1,459	4,43	1,526
Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje potrebne vještine i znanja za upravljanje destinacijom.	1-7	4,50	1,567	4,30	1,635
Smatram da lokalna vlast u destinaciji kompetentno upravlja destinacijom.	1-7	4,55	1,678	4,20	1,604
Smatram da lokalna vlast u destinaciji stručno upravlja destinacijom.	1-7	4,56	1,692	4,27	1,525

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Konstrukat političko povjerenje ocijenjen je prosječnom ocjenom $\bar{x}(B = 4,17, R = 4,13)$ (vidi tablicu 14). Ispitanici se najviše slažu s tvrdnjama da kvalitetni i značajni projekti u destinaciji mogu dobiti državne subvencije $\bar{x}(B = 4,76, R = 4,67)$, da lokalna uprava u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka $\bar{x}(B = 4,45, R = 4,56)$, da je pristup izbornom procesu fer i slobodan $\bar{x}(B = 4,45, R = 4,49)$, da lokalna uprava ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom $\bar{x}(B = 4,38, R = 4,30)$, da je lokalna zajednica dobro informirana o javnoj politici destinacije

²² Oznaka za gradove (B za Budvu i R za Rovinj).

Tablica 14. Deskriptivna analiza konstrukta političkog povjerenja

KONSTRUKT	MIN MAX	BUDVA (216N)	BUDVA (216N)	ROVINJ (338N)	ROVINJ (338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. devijacija
POLITIČKO POVJERENJE		4,17	1,580	4,13	1,530
Smatram da kvalitetni i značajni projekti u destinaciji mogu dobiti državne subvencije.	1-7	4,76	1,171	4,67	1,350
Smatram da lokalna uprava u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka.	1-7	4,45	1,410	4,56	1,370
Smatram da je u destinaciji pristup izbornom procesu slobodan i fer.	1-7	4,45	1,410	4,49	1,370
Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom.	1-7	4,38	1,721	4,30	1,504
Smatram da sam veoma dobro informiran o javnoj politici destinacije..	1-7	4,41	1,645	4,16	1,487
Veoma sam zadovoljan kvalitetom isporuke javnih usluga (zdravstvene usluge, sigurnost, socijalna skrb, komunalni servis i ostalo).	1-7	3,97	1,816	4,36	1,531
Smatram da lokalna vlast u destinaciji jasno komunicira svoje planove u zajednici.	1-7	4,23	1,715	4,16	1,667
Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.	1-7	4,31	1,757	4,03	1,563
Smatram da se porezni prihodi od turizma troše korisno i namjenski za unapređenje zajednice u destinaciji.	1-7	4,35	1,649	3,87	1,610
Smatram da je u destinaciji pristup različitim mogućnostima jednak i otvoren za sve.	1-7	4,10	1,614	3,77	1,560
Smatram da lokalna uprava u destinaciji uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije.	1-7	3,16	1,551	3,99	1,600
Smatram da u destinaciji korupcija ne postoji.	1-7	3,50	1,537	3,25	1,721

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

$\bar{x}(B = 4,41, R = 4,16)$, da je lokalna zajednica zadovoljna kvalitetom isporuke javnih usluga, kao što su zdravstvene usluge, sigurnost, socijalna skrb, komunalni servis i ostalo $\bar{x}(B = 3,97, R = 4,36)$, da lokalna vlast jasno komunicira svoje planove u zajednici $\bar{x}(B = 4,23, R = 4,16)$, da lokalna vlast ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom $\bar{x}(B = 4,31, R = 4,03)$, da se porezni prihodi od turizma troše korisno i namjenski $\bar{x}(B = 4,35, R = 3,87)$. Tvrdnje da je pristup različitim mogućnostima jednak i otvoren za sve $\bar{x}(B = 4,10, R = 3,77)$, da lokalna vlast uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama u destinaciji $\bar{x}(B = 3,16, R = 3,99)$ i da u destinaciji nema korupcije, dobile su nešto niže ocjene $\bar{x}(B = 3,50, R = 3,25)$ (vidi tablicu 14.).

Tablica 15. Deskriptivna analiza konstrukta pozitivni turistički utjecaji

KONSTRUKT	MIN	BUDVA	BUDVA	ROVINJ	ROVINJ
	MAX	(216N)	(216N)	(338N)	(338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. devijacija
POZITIVNI TURISTIČKI UTJECAJI		4,99	1,429	4,84	1,195
Smatram da turizam omogućava veću stopu zaposlenosti i dobre plaće.	1-7	5,35	1,363	5,01	1,183
Smatram da turizam općenito ohrabruje domaće i inozemne investicije.	1-7	5,34	1,254	5,00	1,120
Smatram da turizam doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine (tradicija, povijesno naslijeđe, spomenici i ostalo).	1-7	5,31	1,391	5,00	1,137
Smatram da turizam omogućava razvoj gastronomske ponude u destinaciji.	1-7	4,93	1,467	5,18	0,990
Smatram da turizam omogućava distribuciju lokalnih proizvoda (autohtona hrana i piće) u destinaciji.	1-7	5,20	1,351	4,83	1,214
Smatram da turizam pridonosi kvaliteti obrazovanja u destinaciji.	1-7	4,94	1,469	4,64	1,439
Smatram da je javna usluga u destinaciji dostupnija zbog turizma.	1-7	3,92	1,711	4,27	1,283

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Očekivano, pozitivni turistički utjecaji su vrednovani relativno visokim ocjenama pa su tako najvećom ocjenom ispitanici vrednovali tvrdnju da turizam omogućava veću stopu zaposlenosti i dobre plaće $\bar{x}(B = 5,35, R = 5,01)$. Vidi tablicu 15. Tvrdnju da turizam općenito ohrabruje domaće i inozemne investicije ocijenili su s $\bar{x}(B = 5,34, R = 5,00)$. Ispitanici smatraju da turizam pozitivno doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine $\bar{x}(B = 5,31, R = 5,00)$, omogućava razvoj gastronomske ponude $\bar{x}(B = 4,93, R = 5,18)$ i distribuciju lokalnih proizvoda $\bar{x}(B = 5,20, R = 4,83)$. Kada je u pitanju kvaliteta obrazovanja, ispitanici je također visoko vrednuju $\bar{x}(B = 4,94, R = 4,64)$ kao i dostupnost javne usluge zbog turizma $\bar{x}(B = 3,92, R = 4,27)$. Konstrukt pozitivni turistički utjecaji je ocijenjen prosječnom ocjenom od $\bar{x}(B = 4,99, R = 4,84)$.

Tablica 16. Deskriptivna analiza konstrukta negativni turistički utjecaji

	MIN MAX	BUDVA (216N)	BUDVA (216N)	ROVINJ (338N)	ROVINJ (338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. devijacija
NEGATIVNI TURISTIČKI UTJECAJI		4,64	1,500	4,39	1,320
Smatram da turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji.	1-7	5,31	1,265	4,67	1,342
Smatram da turizam ne koristi obnovljive izvore energije ili ih koristi u manjoj mjeri.	1-7	4,60	1,430	4,83	1,032
Smatram da turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri.	1-7	4,71	1,491	4,73	1,173
Smatram da turizam doprinosi onečišćenju zraka i vode u destinaciji.	1-7	4,60	1,567	4,38	1,316
Smatram da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi.	1-7	4,83	1,488	4,03	1,509
Smatram da turizam uništava floru i faunu u destinaciji.	1-7	4,49	1,651	4,18	1,406
Smatram da turizam narušava ravnotežu prirodnog okoliša u destinaciji.	1-7	4,31	1,525	4,18	1,418
Smatram da turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.	1-7	4,27	1,580	4,14	1,376

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Konstrukat negativni turistički utjecaji ocijenjen je prosječnom ocjenom od $\bar{x}(B = 4,64, R = 4,39)$. Negativni turistički utjecaji su vrednovani dosta visokim ocjenama pa tako tvrdnja da turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji zauzima vodeću poziciju $\bar{x}(B = 5,31, R = 4,67)$. Ispitanici se slažu s tvrdnjom da turizam ne koristi obnovljive izvore energije ili koristi u manjoj mjeri $\bar{x}(B = 4,60, R = 4,83)$ kao i s tvrdnjom da turizam ne koristi recikliranje u zaopaženoj mjeri $\bar{x}(B = 4,71, R = 4,73)$. Tvrdnje da turizam doprinosi onečišćenju zraka i vode u destinaciji $\bar{x}(B = 4,60, R = 4,38)$, da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi $\bar{x}(B = 4,83, R = 4,03)$, da turizam uništava floru i faunu u destinaciji $\bar{x}(B = 4,49, R = 4,18)$, da turizam narušava ravnotežu prirodnog okoliša $\bar{x}(B = 4,31, R = 4,18)$ te da ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici $\bar{x}(B = 4,27, R = 4,14)$ su vrednovane također dosta visokim ocjenama. Vidi tablicu 16. Konstrukat kvaliteta života je ocijenjen prosječnom ocjenom od $\bar{x}(B = 4,60, R = 5,15)$. Najveći stupanj slaganja ispitanici su iskazali za tvrdnju da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji $\bar{x}(B = 4,91, R = 4,77)$. Slijedi tvrdnja da je turizam razlog njihove želje za napuštanjem destinacije $\bar{x}(B = 2,75, R = 5,50)$.

Tablica 17. Deskriptivna analiza konstrukta kvaliteta života

	MIN MAX	BUDVA (216N)	BUDVA (216N)	ROVINJ (338N)	ROVINJ (338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. devijacija
KVALITETA ŽIVOTA		4,60	1,467	5,15	0,991
Smatram da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji.	1-7	4,91	1,585	4,77	1,59
Zbog turizma bih se želio/a odseliti iz destinaciji.	1-7	2,75	1,497	5,50	1,615
Smatram da previše ovisimo o prihodima od turizma u destinaciji.	1-7	5,20	1,284	4,98	1,231
Smatram da su cijene usluga i proizvoda u destinaciji visoke zbog turizma.	1-7	5,06	1,481	5,21	1,075
Smatram da su cijene nekretnina u destinaciji previsoke zbog turizma.	1-7	5,09	1,490	5,30	1,033

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 18. Deskriptivna analiza konstrukta podrška održivom turizmu

	MIN MAX	BUDVA (216N)	BUDVA (216N)	ROVINJ (338N)	ROVINJ (338N)
		Srednja vrijednost	Std. devijacija	Srednja vrijednost	Std. devijacija
PODRŠKA ODRŽIVOM TURIZMU		5,51	1,168	5,36	0,923
Smatram da je destinacija (Rovinj ili Budva) prepoznatljiva destinacija u zemlji i inozemstvu.	1-7	5,57	1,143	5,69	0,592
Ponosan sam što živim u destinaciji (Rovinj ili Budva.)	1-7	5,40	1,204	5,52	0,820
Podupirem razvoj turizma u destinaciji zbog ekonomskih koristi koje donosi.	1-7	5,52	1,169	5,14	1,086
Smatram da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice.	1-7	5,57	1,159	5,10	1,204

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tvrđnja da u destinaciji postoji prevelika ovisnost o turističkim prihodima ocijenjena je s $\bar{x}(B = 5,20, R = 4,98)$. Tvrđnje o visokim cijenama usluga i proizvoda zbog turizma u destinaciji ocijenjena je s $\bar{x}(B = 5,06, R = 5,21)$, a o cijenama nekretnina s $\bar{x}(B = 5,09, R = 5,30)$. Vidi tablicu 17.

Ispitanici u destinaciji ocijenili su konstrukt podrške održivom razvoju turizma prosječnom ocjenom od $\bar{x}(B = 5,51, R = 5,36)$. Najveću ocjenu su dali tvrdnji da je destinacija (Rovinj i Budva) prepoznatljiva u zemlji i inozemstvu $\bar{x}(B = 5,57, R = 5,69)$. Ponos što žive u destinaciji (Rovinj/Budva) također su iskazali visokim vrednovanjem $\bar{x}(B = 5,40, R = 5,52)$. Tvrđnje o podupiranju razvoja turizma zbog ekonomskih koristi $\bar{x}(B = 5,52, R = 5,14)$ i mišljenja da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice $\bar{x}(B = 5,57, R = 5,10)$ su visoko ocijenjene. Vidi tablicu 18.

6.2. Rezultati faktorske analize

Faktorskom analizom istraživač donosi odluku o broju faktora koje želi zadržati u daljnjoj analizi, a jedan od najčešćih kriterija, koji je ujedno i najpoznatiji kriterij, jest Kaiser kriterij.

Ovaj kriterij se provodi uvrštavanjem jedinica umjesto pravih komunaliteta u glavnu dijagonalu te se jedinice nakon toga ekstrahiraju metodom glavnih komponenti gdje se zadržavaju samo oni faktori čije su svojstvene vrijednosti (eng. *Eigenvalue*) veće od 1 (Halmi, A. i Crnoja, 2003).

U svrhu testiranja postavljenih hipoteza, provedena je eksploratorna faktorska analiza (EFA). EFA je imala za cilj posložiti u faktore 43 čestice upitnika po konceptima istraživanja. Inicijalno, na temelju dostupnih prethodnih istraživanja, posloženi su koncepti istraživanja i čestice upitnika sukladno teoriji.

Veličina uzorka je opravdana Kaiser-Meyer-Olkin testom s vrijednošću od 0,907 te značajnom vrijednošću Bartlett's Testa većom od 0,05 (vidi tablicu 19.).

Tablica 19. KMO i Bartlett testovi

Kaiser-Meyer-Olkin mjera prikladnosti uzorka .		0,906
Bartlettov test sfericiteta	Prosj. Hi-Kvadrat	15.680,530
	df	903
	Sig.	0,000

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Korištenjem IBM SPSS programa provedena je EFA Principal Axis Metode s Promax rotacijom i Kaiser normalizacijom na uzorku od 554 ispitanika u destinacijima Rovinj i Budva. Donja granica za faktorska opterećenja je bila 0,390.

Tijekom provođenja EFA-e, nekoliko varijabli je isključeno iz daljnje analize zbog faktorskog opterećenja manjeg od očekivane donje granice 0,390.

Nakon provođenja eksploratorne faktorske analize, izdvojeno je šest faktora: političko povjerenje (Pol_povj 1-12), politička moć (Pol_moć1-4), negativni turistički utjecaji (Neg_tur 1-8), kvaliteta života (QOL 1, 2 i 3), podrška održivom razvoju turizma (Podr 1-4) i pozitivni turistički utjecaji (Poz_tur 1-7). Vidi tablicu 20.²³

Prvi faktor, Političko povjerenje, se sastoji od sljedećih čestica: Pol_povj1 (Smatram da je u destinaciji pristup različitim mogućnostima jednak i otvoren za sve.), Pol_povj2 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom), Pol_povj3 (Smatram da

²³ U Tablici 21. se nalaze skraćeni kodirani nazivi za čestice. U Prilogu broj 2. se nalazi pregled svih čestica istraživanja s punim nazivima i kodiranim oznakama kao i njihov status nakon EFA I PLS SEM analiza.

lokalna vlast u destinaciji ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.), Pol_povj4 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji jasno komunicira svoje planove u zajednici), Pol_povj5 (Smatram da sam veoma dobro informiran o javnoj politici u destinaciji.), Pol_povj6 (Veoma sam zadovoljan kvalitetom isporuke javnih usluga poput zdravstvenih usluga, sigurnosti, socijalne skrbi, komunalnog servisa i ostalih usluga.), Pol_povj7 (Smatram da je u destinaciji pristup izbornom procesu fer i slobodan.), Pol_povj8 (Smatram da u destinaciji ne postoji korupcija.), Pol_povj9 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka.), Pol_povj10 (Smatram da se porezni prihodi od turizma troše korisno i namjenski za unapređenje zajednice u destinaciji.), Pol_povj11 (Smatram da kvalitetni i značajni projekti u destinaciji mogu dobiti državne subvencije.) i Pol_povj12 (Smatram da lokalna uprava u destinaciji uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije.).

Čestice Pol_povj13 (Aktivno sudjelujem u javnim raspravama o važnim temama za zajednicu u destinaciji.) i Pol_povj14 (Osobno sudjelujem u procesu odlučivanja kroz referendum o važnim temama za zajednicu u destinaciji.) nisu zadovoljile uvjete vrijednosti faktorskog opterećenja te nisu uvrštene u daljnju analizu.

*Drugi faktor, **Politička moć***, se sastoji od sljedećih čestica: Pol_moć1 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti.), Pol_moć2 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje potrebne vještine i znanja za upravljanje destinacijom.), Pol_moć3 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji stručno upravlja destinacijom.) i Pol_moć4 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji kompetentno upravlja destinacijom).

Čestica Pol_moć5 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje značajnu materijalnu imovinu.) nije zadovoljila uvjete vrijednosti faktorskog opterećenja te nije uvrštena u daljnju analizu.

*Treći faktor, **Negativni turistički utjecaji***, se sastoje od sljedećih čestica: Neg_tur1 (Smatram da turizam doprinosi onečišćenju zraka i vode u destinaciji.), Neg_tur2 (Smatram da turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.), Neg_tur3 (Smatram da turizam ne koristi obnovljive izvore energije ili ih koristi u manjoj mjeri.), Neg_tur4 (Smatram da turizam uništava floru i faunu u destinaciji.), Neg_tur5 (Smatram da turizam narušava ravnotežu prirodnog okoliša u destinaciji.), Neg_tur6 (Smatram da turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri.), Neg_tur7 (Smatram da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi.) i Neg_tur8 (Smatram da turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji.).

Tablica 20. Eksploratorna faktorska analiza- matrix

Čestica	Političko povjerenje	Politička moć	Negativni turistički utjecaji	Kvaliteta života	Podrška održivom turizmu	Pozitivni turistički utjecaji
	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Pol_povj4	0,872					
Pol_povj11	0,731					
Pol_povj3	0,730					
Pol_povj10	0,672					
Pol_povj12	0,664					
Pol_povj5	0,664					
Pol_povj2	0,636					
Pol_povj9	0,585					
Pol_povj6	0,536					
Pol_povj8	0,532					
Pol_povj1	0,452					
Pol_povj7	0,395					
Pol_moć3		0,961				
Pol_moć4		0,960				
Pol_moć2		0,951				
Pol_moć1		0,599				
Neg_tur2			0,844			
Neg_tur4			0,830			
Neg_tur5			0,815			
Neg_tur1			0,809			
Neg_tur3			0,725			
Neg_tur6			0,670			
Neg_tur7			0,648			
Neg_tur8			0,566			
Qol1				0,908		
Qol2				0,878		
Qol3				0,685		
Podr1					0,823	
Podr2					0,823	
Podr3					0,516	
Podr4					0,505	
Poz_tur1						0,804
Poz_tur6						0,758
Poz_tur2						0,747
Poz_tur5						0,700
Poz_tur7						0,687
Poz_tur3						0,576
Poz_tur4						0,395

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS ver.26

Četvrti faktor, Kvaliteta života, se sastoji do sljedećih čestica: Qol1 (Smatram da su cijene usluga i proizvoda u destinaciji visoke zbog turizma.), Qol2 (Smatram da su cijene nekretnina u destinaciji previsoke zbog turizma.) i Qol3 (Smatram da previše ovisimo o prihodima od turizma u destinaciji.). Čestice Qol4 (Zbog turizma bih se želio/a odseliti iz destinacije.) i Qol5 (Smatram da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji.) nisu zadovoljile uvjete vrijednosti faktorskog opterećenja te nisu uvrštene u daljnju analizu.

Peti faktor, Podrška održivom turizmu, se sastoji od sljedećih čestica: Podr1 (Podupirem razvoj turizma u destinaciji zbog ekonomskih koristi koje donosi.), Podr2 (Smatram da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice.), Podr3 (Ponosan/a sam što živim u Rovinju/Budvi.) i Podr4 (Smatram da je Rovinj/Budva prepoznatljiva destinacija u zemlji i inozemstvu.).

Šesti faktor, Pozitivni turistički utjecaji, se sastoji od sljedećih čestica: Poz_tur1 (Smatram da turizam omogućava veću stopu zaposlenosti i dobre plaće.), Poz_tur2 (Smatram da turizam općenito ohrabruje domaće i inozemne investicije.), Poz_tur3 (Smatram da turizam pridonosi kvaliteti obrazovanja u destinaciji.), Poz_tur4 (Smatram da je javna usluga u destinaciji dostupnija zbog turizma.), Poz_tur5 (Smatram da turizam omogućava distribuciju lokalnih proizvoda (autohtona hrana i piće) u destinaciji.), Poz_tur6 (Smatram da turizam doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine (tradicija, povijesno naslijeđe, spomenici i ostalo.) i Poz_tur7 (Smatram da turizam omogućava razvoj gastronomske ponude u destinaciji.).

Od početne 43 čestice za daljnju analizu je ostalo 38 čestica koje su kao relevantne čestice poslužile u daljnjoj multivarijantnoj analizi modeliranja strukturalnim jednadžbama.

Tablica 21. Cronbach Alpha koeficijenti

KONSTRUKT	Cronbach's Alpha	Broj čestica
Politička moć	0,913	4
Političko povjerenje	0,926	12
Pozitivni turistički utjecaji	0,839	7
Negativni turistički utjecaji	0,887	8
Percipirana kvaliteta života	0,720	3
Podrška turizmu	0,754	4

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS ver. 26

Eksploratorna faktorska analiza je pokazala da su istraživački koncepti relativno dobro posloženi na temelju prethodnih istraživanja. Nakon EFA-e, izlučeni faktori su podvrgnuti provjeri pouzdanosti pomoću Cronbach Alpha koeficijenta koji je potvrdio njihovu pouzdanost, a kretao se od 0,720 do 0,926 (vidi tablicu 20.). Izlučeni faktori su korišteni u daljnjoj analizi podataka, odnosno u multivarijatnoj analizi podataka modeliranjem strukturalnim jednadžbama, a pri analizi podataka EFA-om korištena je stručna literatura sa svrhom boljeg razumijevanja provođenja EFA analize (Fabrigar, L.R., Wegenner, 2012).

6. 3. Rezultati modeliranja strukturalnim jednadžbama

U uvodnom dijelu disertacije definiran je istraživački problem te je postavljen glavni cilj istraživanja. Mjerenje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u različitim destinacijama postavio je pred istraživača metodološki izazov. Istraživači često pretpostavljaju da skupovi podataka u empirijskim istraživanjima potječu iz jedne homogene populacije. Suprotno ovoj pretpostavci, skupovi podataka koji se koriste u društvenim znanostima redovito su pod utjecajem heterogenosti, što implicira da su podaci prikupljeni od različite populacije. Zanimanje ove činjenice, odnosno neuzimanje heterogenosti u obzir dovodi u pitanje zaključke istraživanja (Chin & Dibbern, 2010; Kamel Jedidi, Harsharanjeet S. Jagpal, 1997; Sarstedt et al., 2011). Kako bi se izbjegla upitnost zaključaka istraživanja heterogenosti populacije, nužno je podatke analizirati višegrupnom metodom (*Multiple Group Analysis-MGA*). MGA testira predefinirane, odnosno *a priori* postavljene grupe kako bi istraživač ustanovio postojanje značajnih razlika kroz specifične parametre grupa, kao što su opterećenja manifestnih varijabli i koeficijenti puta (Hair Jr. et al., 2017). Prema Hair i sur. (2017), MGA u PLS-SEM-u je jedan od najefikasnijih načina analize utjecaja moderatora na veze između latentnih konstrukata. Standardna moderacija ispituje jedan strukturalni odnos na točki interakcije između dviju egzogenih varijabli i endogene varijable (tj. neovisna varijabla pomnožena s varijablom moderatora predviđa zavisnu varijablu). Nasuprot tome, MGA nudi potpuniju sliku o utjecaju moderatora na rezultate analize jer se fokus pomiče s ispitivanja moderatorova utjecaja na jedan specifičan odnos do ispitivanja njegovog utjecaja na sve modelirane odnose (Hair Jr. et al., 2017).

Ukupan broj ispitanika u objema destinacijama je 554 - Budva ima 216, a Rovinj 338 ispitanika. Uvjet relativno slične veličine uzorka je prihvatljiv zbog razlike koja iznosi 122 ispitanika u korist Rovinja koja nije drastično velika.

6.3.1. Rezultati analize mjernih modela Budve i Rovinja

Kako bi se procijenio model u dvjema različitim destinacijama korištenjem PLS-SEM i za usporedbu rezultata procijenjenog puta koeficijenata, istraživanje je koristilo trostupanjski pristup za analizu podataka: procjenu mjernih modela, procjenu strukturnog modela i višegrupnu analizu MGA.

Rezultati analize mjernog modela za obje destinacije (Budva i Rovinj) su pokazali da pouzdanost i valjanost modela zadovoljavaju kriterije (vidi tablicu 22.). Prema Hair (Hair et al., 2019; Hair Jr. et al., 2017), analiza mjernog modela uključuje sljedeće analize: opterećenja manifestnih varijabli, interne pouzdanosti varijabli, konvergentne valjanosti i diskriminantne valjanosti varijabli. Cronbach alpha koeficijenti se nalaze iznad graničnih vrijednosti u rasponu od 0,721 do 0,912 za model sa skupnim podacima, za destinaciju Budva u rasponu od 0,637 do 0,924 te u rasponu od 0,792 do 0,903 za destinaciju Rovinj. Prilagođeni Cronbach alpha koeficijenti su također iznad graničnih vrijednosti od 0,700 i to u rasponu od 0,791 do 0,916 za skupni model, od 0,794 do 0,929 za Budvu te od 0,815 do 0,909 za Rovinj te upućuju na visoku razinu pouzdanosti mjerenja latentnih varijabli. U eksploratornim istraživanjima i istraživanjima koja se provode po prvi put, prihvatljiva je vrijednost koeficijenta između 0,6 i 0,7 (Henseler et al., 2014; Nunnally, J.C. and Bernstein, 1994). Prema Hairu i Sarstedtu (2011; 2021). Cronbach Alpha koeficijent predstavlja konzervativnu mjeru pouzdanosti koja podrazumijeva podjednake vrijednosti korelacija varijabli unutar koncepta kojeg mjere te preporuča uz Cronbach Alpha koeficijent koristiti i koeficijent kompozitne pouzdanost. Kompozitna pouzdanost za sve latentne varijable za skupni model u rasponu od 0,755 do 0,914, za destinaciju Budva iznosi više od 0,700 u rasponu od 0,729 do 0,927 te za Rovinj u rasponu od 0,800 do 0,905 te upućuje na visoki stupanj interne konzistencije. Vrijednost prosječne izlučene varijance (AVE) za skupni model kreće se u rasponu od 0,517 do 0,726, za destinaciju Budva se kreće u rasponu od 0,493 do 0,760, a za destinaciju Rovinj u rasponu od 0,575 do 0,706 te se potvrđuje konvergentna valjanost konstrukta (Fornell & Larcker, 1981). Kriterij preporučene vrijednosti AVE-e iznad 0,50 je zadovoljen, što je vidljivo u tablici 23. Diskriminantna valjanost se procjenjuje na tri načina i to s: unakrsnim standardiziranim faktorskim opterećenjima, Fornell-Larcker kriterijem te s HTMT, kao što predlažu Henseler, Ringle i Sarstedt (2015). Hair i sur. (2017) smatraju da prema kriteriju unakrsnih standardiziranih faktorskih opterećenja vanjska faktorska opterećenja indikatora za pripadajući konstrukt trebaju biti veća od njihovih opterećenja s ostalim indikatorima.

Tablica 22. Pouzdanost i valjanost modela

SKUPNI PODACI	Cronbach α	Composite rho_A	Pouzdanost	Konvergentna valjanost AVE
Politička moć	0,912	0,916	0,914	0,726
Političko povjerenje	0,900	0,906	0,901	0,534
Pozitivni turistički utjecaji	0,860	0,865	0,858	0,504
Negativni turistički utjecaji	0,859	0,875	0,864	0,518
Podrška održivom turizmu	0,729	0,798	0,760	0,525
Kvaliteta života	0,721	0,791	0,755	0,517
BUDVA				
Politička moć	0.924	0.929	0.927	0.760
Političko povjerenje	0.892	0.900	0.894	0.516
Pozitivni turistički utjecaji	0.836	0.847	0.841	0.471
Negativni turistički utjecaji	0.863	0.886	0.825	0.460
Podrška održivom turizmu	0.755	0.761	0.756	0.510
Kvaliteta života	0.637	0.794	0.729	0.493
ROVINJ				
Politička moć	0.903	0.909	0.905	0.706
Političko povjerenje	0.906	0.914	0.908	0.557
Pozitivni turistički utjecaji	0.881	0.891	0.881	0.557
Negativni turistički utjecaji	0.859	0.870	0.863	0.516
Podrška održivom turizmu	0.720	0.826	0.760	0.534
Kvaliteta života	0.792	0.815	0.800	0.575

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Sljedeći korak provjere diskriminantne vrijednosti provjeren je pomoću HTMT procedure. HTMT je alternativni pristup procjeni diskriminantne valjanosti koji se temelji na heterotrait-monotrait omjeru korelacije (HTMT). Rezultati pokazuju vrijednosti HTMT omjera manje od granične vrijednosti 0,90 te potvrđuju diskriminantnu valjanost konstrukata (vidi tablice 23. i 23a.).

Tablica 23. HTMT Rovinj

	Kvaliteta života	Neg. tur. utjecaji	Podrška	Pol. moć	Pol. povjerenje	Poz. tur. utjecaji
Kvaliteta života						
Negativni turistički utjecaji	0.519					
Podrška održivom turizmu	0.331	0.584				
Politička moć	0.343	0.506	0.549			
Političko povjerenje	0.511	0.581	0.564	0.879		
Pozitivni turistički utjecaji	0.409	0.609	0.885	0.658	0.682	

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver3.

Tablica 23a. HTMT Budva

	Kvaliteta života	Neg. tur. utjecaji	Podrška	Pol. moć	Pol. povjerenje	Poz. tur. utjecaji
Kvaliteta života						
Negativni turistički utjecaji	0.306					
Podrška održivom turizmu	0.088	0.225				
Politička moć	0.047	0.178	0.293			
Političko povjerenje	0.056	0.096	0.299	0.755		
Pozitivni turistički utjecaji	0.084	0.073	0.641	0.208	0.365	

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Fornell-Larcker kriterij (1981) je klasičniji pristup koji sugerira da se drugi korijen iz AVE-e u svakoj latentnoj varijabli može iskoristiti za uspostavu diskriminantne valjanosti, ako je ova vrijednost veća od drugih korelativnih vrijednosti između latentnih varijabli (vidi tablice 24. i 24a.). I u ovom slučaju se može potvrditi diskriminantna valjanost reflektivnog modela s obzirom da sve vrijednosti udovoljavaju kriteriju.

Tablica 24. Fornell-Larcker kriterij - Rovinj

	Kvaliteta života	Neg. tur. utjecaji	Podrška	Pol. moć	Pol. povjerenje	Poz. tur. utjecaji
Kvaliteta života	0.832					
Negativni turistički utjecaji	0.515	0.715				
Podrška održivom turizmu	-0.339	-0.596	0.731			
Politička moć	-0.342	-0.507	0.570	0.828		
Političko povjerenje	-0.512	-0.586	0.605	0.884	0.778	
Pozitivni turistički utjecaji	-0.411	-0.614	0.919	0.656	0.700	0.787

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Tablica 24a. Fornell-Larcker kriterij – Budva

	Kvaliteta života	Neg. tur. utjecaji	Podrška	Pol. moć	Pol. povjerenje	Poz. tur. utjecaji
Kvaliteta života	0.922					
Negativni turistički utjecaji	0.309	0,765	0.765			
Podrška održivom turizmu	0.066	0,217	0.217	0.716		
Politička moć	0.005		- 0.159	0.347	0.843	
Političko povjerenje	-0.020		- 0.011	0.429	0.770	0.755
Pozitivni turistički utjecaji	0.073		0.039	0.718	0.207	0.422
						0.722

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Važno je napomenuti da je tijekom modeliranja strukturalnim jednadžbama u programu Smart PLS bilo nužno izostaviti nekoliko indikatora istraživanih konstrukata kako bi bili zadovoljeni svi kriteriji valjanosti i pouzdanosti modela. Od početnih 38 indikatora izlučenih u eksploratornoj faktorskoj analizi tijekom modeliranja strukturalnim jednadžbama, izlučeno je konačnih 30 indikatora skupnog modela. Indikatori Pol_povj 3 (Smatram da lokalna vlast u destinaciji

ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.), Pol_povj8 (Smatram da u destinaciji ne postoji .), Pol_povj9 (Smatram da lokalna uprava u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka.), Pol_povj12 (Smatram da lokalna uprava u destinaciji uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije.), Neg_tur4 (Smatram da turizam uništava floru i faunu u destinaciji.), Neg_tur7 (Smatram da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi.), Poz_tur4 (Smatram da je javna usluga u destinaciji dostupnija zbog turizma.) te Podr4 (Smatram da je Rovinj/Budva prepoznatljiva destinacija u zemlji i inozemstvu.) nisu uvršteni u daljnju analizu u skladu s parametrima PLS SEM analize.

6.3.2. Procjena strukturnog modela

Procjena strukturnog modela podrazumijeva provjeru prediktivnih svojstava modela i odnosa između varijabli u modelu (Hair Jr. et al., 2017). Problem multikolinearnosti se provjerava pomoću faktora inflacije varijance (VIF). Sukladno teorijskom izvoru (Hair et al., 2011), vrijednost VIF-a mora biti 5 ili niža, što je također vidljivo u rezultatima. Vrijednosti varijabli strukturnog modela se kreću u rasponu od 1,00 do 4,510 te se može konstatirati da ne postoji problem multikolinearnosti (vidi tablicu 25.).

Tablica 25. Multikolinearnost

	Kvaliteta života	Neg. tur. utjecaji	Podrška	Pol. moć	Pol. povjerenje	Poz. tur. utjecaji
Političko povjerenje	4.510	3.297				3.297
Kvaliteta života			1.273			
Negativni turistički utjecaji	1.189		1.385			
Podrška održivom turizmu						
Politička moć	3.381	3.297	3.140		1.000	3.297
Pozitivni turistički utjecaji	1.868		1.127			

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Analiza veza između varijabli je sljedeći korak u procjeni strukturnog modela. Koeficijent determinacije latentnih varijabli (R²) unutaršnjeg modela predstavlja omjer zbroja kvadrata odstupanja regresijskih vrijednosti od aritmetičke sredine zavisne varijable i zbroja kvadrata odstupanja vrijednosti zavisne varijable od njezine aritmetičke sredine. Ovaj koeficijent

predstavlja prediktivnu snagu modela. Vrijednosti R² za endogene latentne varijable u strukturnom modelu se mogu podijeliti na značajne (0,75), umjerene (0,50) i slabe (0,25) (Hair et al., 2011, 2013).

Ne slažu se svi autori u pogledu vrijednosti R². Tako Falk i Miller (1992) preporučuju da R² bude jednak ili veći od 0,10; Cohen (1988) sugerira R² vrijednosti za endogene varijable u razredima značajnosti 0,26, umjerena vrijednost 0,13 i slaba ispod 0,02. Chin (1998, 2010) predlaže R² vrijednosti za endogene latentne varijable i to 0,67 značajna vrijednost, 0,33 umjerena te slaba vrijednost od 0,19. Rezultati za R² pokazuju da prilagođeni koeficijenti determinacije za sve varijable zadovoljavaju kriterije (vidi tablicu 26.).

Hair i sur. (2019) navode da se vrijednost koeficijenta determinacije od 0,20 smatra visokom u istraživanjima ponašanja potrošača, odnosno u studijama koje imaju za cilj objasniti zadovoljstvo klijenata ili lojalnost pa je pretpostavka istraživača da se isto načelo može primijeniti i na ovo istraživanje s obzirom na to da se radi o mjerenju percepcije ispitanika o utjecajima političkog okruženja na održivost te percepciji kvalitete života u destinaciji i stupnju podrške održivom razvoju turizma.

Tablica 26. RSquare

	Orig. uzorak (O)	Srd. Vr. Mean (M)	St. dev. (STDEV)	t vrijed.	p vrijed.
Podrška održivom turizmu	0.699	0.705	0.053	13.294	0.000
Političko povjerenje	0.697	0.698	0.034	20.701	0.000
Pozitivni turistički utjecaji	0.454	0.458	0.046	9.873	0.000
Kvaliteta života	0.270	0.285	0.054	5.050	0.000
Negativni turistički utjecaji	0.143	0.149	0.039	3.650	0.000

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Iz tablice 26. je vidljivo da koeficijenti determinacije za četiri latentne varijable zadovoljavaju navedeni kriterij, a da latentna varijabla negativni turistički utjecaji ima manju vrijednost od preporučene 0,155, iako je sukladno mjerenju još uvijek signifikantna. Sukladno vrijednostima koje navode ostali autori, također su zadovoljeni kriteriji (vidi tablicu 27.).

Tablica 27. Pregled R2 vrijednosti sa pripadajućim oznakama sukladno različitim tumačenjima teoretičara

Konstrukt	Or. Uzorak (O)	Hair at al. (2011, 2013)	Cohen (1988)	Chin (1998)	Falke Miller (1992)
Podrška održivom turizmu	0,704	umjerena	značajna	značajna	zadovoljava
Političko povjerenje	0,682	umjerena	značajna	značajna	zadovoljava
Pozitivni turistički utjecaji	0,425	umjerena	značajna	umjerena	zadovoljava
Kvaliteta života	0,279	umjerena	značajna	slaba	zadovoljava
Negativni turistički utjecaji	0,149	slaba	umjerena	slaba	zadovoljava

Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS, ver.3.

Prediktivnost modela se izražava pomoću Stone-Geisserovog pokazatelja suvišnosti (Q²) čiji rezultati pokazuju da je model relevantan u predviđanju od varijabli koje djeluju na latentne varijable.

Tablica 28. Stone Geisser koeficijenti

KONSTRUKT	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Političko povjerenje	5.540.000	3.774.029	0.319
Podrška održivom turizmu	1.662.000	1.138.110	0.315
Pozitivni turistički utjecaji	3.324.000	2.706.275	0.186
Kvaliteta života_	1.662.000	1.489.463	0.104
Negativni turistički utjecaji	3.324.000	3.095.255	0.069
Politička moć	2.216.000	2.216.000	

Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS, ver.3.

Ako je vrijednost Q² manja od 0, znači da model nije relevantan. U SmartPLS 3.0. programu ovaj rezultat se može provjeriti pomoću *blindfolding* procedure. (Geisser, 1973; Stone, 1974).

Sve vrijednosti Stone-Geisserovog pokazatelja suvišnosti za latentne varijable su veće od <0 , što potvrđuje relevantnost modela (vidi tablicu 28.).

Snaga utjecaja f^2 predstavlja mjeru koja se koristi za procjenu relativnog utjecaja egzogene na endogenu varijablu (Hair Jr. et al., 2017). Vrijednosti f^2 se kreću od 0,02 za slabi utjecaj, 0,15 za umjereni te 0,35 za jaki utjecaj (Cohen, 1992). U tablici 29. su navedene vrijednosti f^2 pa se može vidjeti da, od ukupno 12 odnosa, značajnost utjecaja egzogenih na endogene varijable pokazuje samo njih 4.

Tablica 29. Snaga utjecaja F^2

	Orig. uzorak	Sam. Mean (m)	Std. Dev.	t vrijednost	p vrijednost
Politička moć → Političko povjerenje	2.315	2.378	0.390	5.936	0.000
Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.359	0.373	0.090	3.972	0.000
Pozitivni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	2.293	2.463	0.733	3.127	0.002
Negativni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.193	0.204	0.088	2.179	0.030
Političko povjerenje → Kvaliteta života	0.070	0.078	0.043	1.649	0.100
Politička moć → Kvaliteta života	0.033	0.039	0.027	1.238	0.216
Političko povjerenje → Negativni turistički utjecaji	0.024	0.028	0.019	1.232	0.219
Politička moć → Pozitivni turistički utjecaji	0.015	0.021	0.019	0.801	0.424
Pozitivni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.013	0.018	0.018	0.733	0.464
Politička moć → Negativni turistički utjecaji	0.006	0.009	0.010	0.607	0.544
Negativni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.012	0.020	0.022	0.537	0.592
Kvaliteta života → Podrška održivom turizmu	0.000	0.007	0.010	0.039	0.969

Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS, ver.3.

Zadnji korak u analizi strukturalnog modela jest testiranje značajnosti i relevantnosti strukturalnog modela te potvrđivanje hipoteza. Rezultati testiranja hipoteza s pomoću PLS-SEM metode sažeto su prikazani u tablici 00. Individualni koeficijenti puta služe za procjenu modela, a njihove vrijednosti se kreću u rasponu od -1,00 do 1,00 (vidi sliku 17.). Vrijednost koeficijenta blizu 1,00 predstavlja jaku pozitivnu vezu između varijabli, a vrijednosti koeficijenta blizu -1,00 predstavlja jaku negativnu vezu (Hair et al., 2013; Hair Jr. et al., 2017), dok vrijednosti blizu 0 predstavljaju statistički slabe veze. Sukladno vrijednostima koeficijenata strukturalnih puteva, u tablici 30. može se zaključiti sljedeće:

- Hipoteza H1 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političke moći i političkog povjerenja.“ prihvaća se zbog empirijske veze ($\beta = 0,835$, $t = 41,144$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,794 do 0,872.
- Hipoteza H2 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja “ odbacuje se zbog slabe empirijske veze ($\beta = -0,135$ $t = 1,414$) te nepostojanja statističke značajnosti na nijednoj razini.
- Hipoteza H2a „Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja“ prihvaća se zbog zbog značajne empirijske veze ($\beta = -0,218$, $t = 2,417$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od -0,409 do -0,049.
- Hipoteza H3 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja “ odbacuje se zbog slabe empirijske veze ($\beta = -0,168$ $t = 1,863$) te nepostojanja statističke značajnosti na nijednoj razini.
- Hipoteza H3a „Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja“ prihvaća se zbog značajne empirijske veze ($\beta = 0,675$, $t = 9,036$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,539 do 0,836.
- Hipoteza H4 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političke moći i kvalitete života “ prihvaća se zbog značajne empirijske veze ($\beta = -0,303$ $t = 2,877$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,105 do 0,520.

- Hipoteza H5 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja“ prihvaća se zbog empirijske veze ($\beta = 0,808$, $t = 10,224$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,660-0,975.
- Hipoteza H6 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja“ prihvaća se zbog empirijske veze ($\beta = -0,257$, $t = 2,467$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od -0,470 do -0,063.
- Hipoteza H7 „Postoji statistički značajna povezanost između koncepta političkog povjerenja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji“ prihvaća se zbog empirijske veze ($\beta = -0,501$, $t = 3,656$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od -0,776 do -0,247.
- Hipoteza H8 „Postoji statistički značajna povezanost između pozitivnih turističkih utjecaja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji“ odbacuje se zbog neznačajne empirijske veze ($\beta = 0,142$, $t = 1,758$) te nepostojanja statističke značajnosti na nijednoj razini.
- Hipoteza H9 „Postoji statistički značajna povezanost između pozitivnih turističkih utjecaja i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji“ prihvaća se zbog jake empirijske veze ($\beta = 0,855$, $t = 22,231$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,777 do 0,930.
- Hipoteza H10 „Postoji statistički značajna povezanost između negativnih turističkih utjecaja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji“ prihvaća se zbog empirijske veze ($\beta = 0,430$, $t = 6,582$) koja je statistički značajna na razini $p < 0,05$. Populacija se s 97,5 % vjerojatnosti nalazi u intervalu pouzdanosti od 0,299 do 0,554.
- Hipoteza H11 „Postoji statistički značajna povezanost između negativnih turističkih utjecaja i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji“ odbacuje se zbog slabe empirijske veze ($\beta = 0,075$, $t = 1,455$) te nepostojanja statističke značajnosti na nijednoj razini.

- Hipoteza H12 „Postoji statistički značajna povezanost između percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji“ odbacuje se zbog slabe empirijske veze ($\beta = -0,016$, $t = 0,315$) te nepostojanja statističke značajnosti na nijednoj razini.

Kada je riječ o navođenju vrijednosti valjanosti testa (eng. *goodness of fit or GOF*), odnosno statističkog testa koji se koristi za provjeru podudarnosti razmatranih podataka s teorijskim distribucijama, s nekim drugim razmatranim podatcima ili s nekim matematičkim funkcijama, u ovom istraživanju ta vrijednost nije navedena. Znanstveni argumenti koji podržavaju neuvrštavanje vrijednosti valjanosti testa u interpretaciju rezultata mjerenja u PLS-SEM analizi temeljeni su na radovima Henselera i Sarsteda (Henseler, J. and Sarstedt, 2013) te Haira i sur. 2019. (Hair et al., 2019). Ovi autori tvrde da nije provedena sveobuhvatna procjena primjenjivosti mjera prilagođavanja modela tako da se bilo koje smjernice koje se zagovaraju u drugoj stručnoj literaturi trebaju promatrati sa zadržkom.

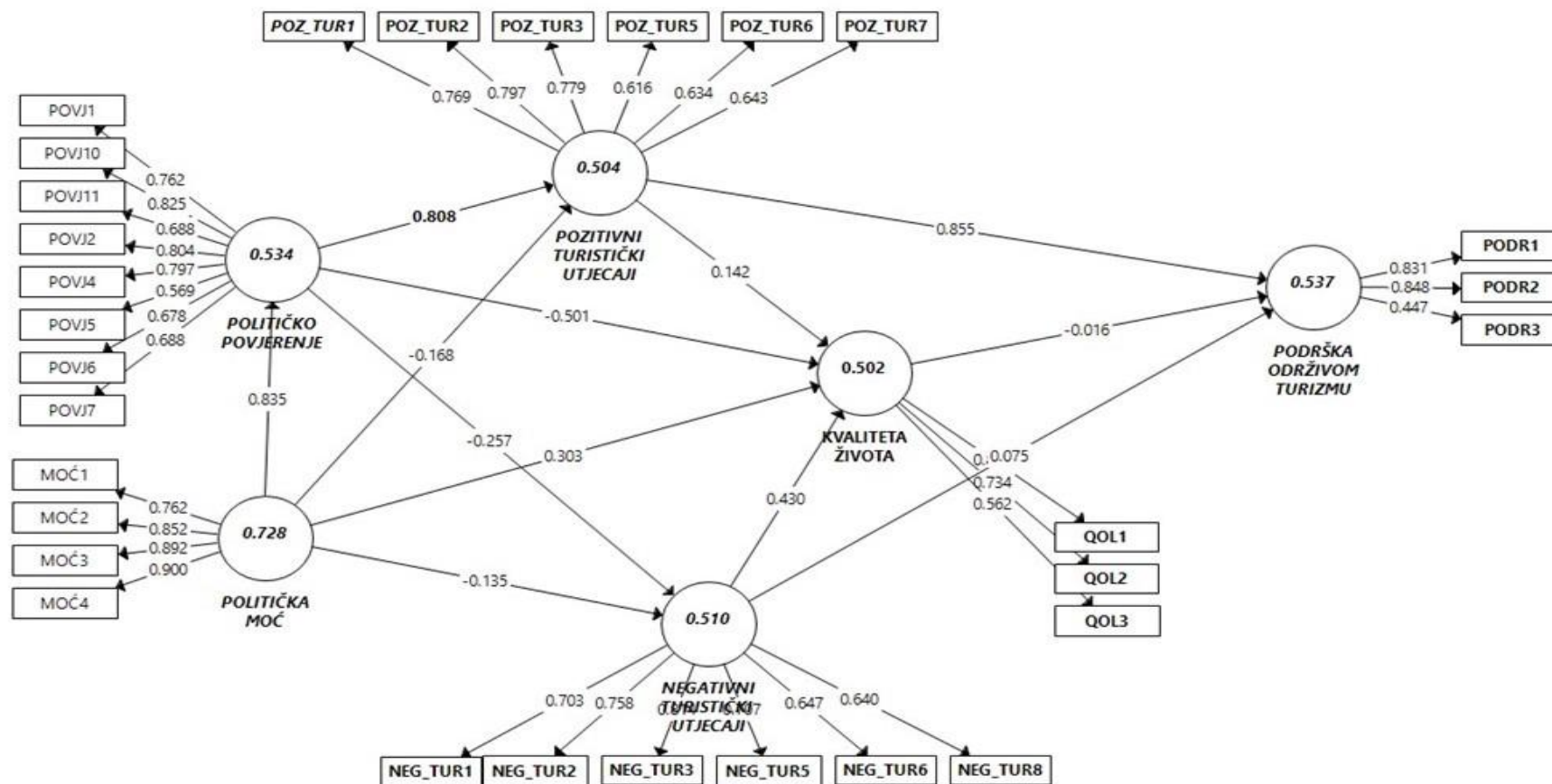
Algoritam za dobivanje PLS-SEM rješenja se ne temelji na minimiziranju divergencije između promatranih i procijenjenih matrica kovarijance pa tako koncept Hi-kvadrata i njegovih ekstenzija kao mjera uklapanja modela nije primjenjiv za razliku od CB-SEM-a. Stoga se čak i model koji se temelji na *bootstrappingu* (primjer: SRMR koji kvantificira razliku između promatranih i očekivanih matrica kovarijanci) treba razmatrati s izuzetnim oprezom. (Henseler, J., Hubona, G.S. and Ray, 2016, 2017; Henseler i sur., 2016.a; Henseler i sur., 2017.). Neki autori (Hair Jr. et al., 2017; Lohmöller, 1989; Rigdon, 2012; Hair i sur., 2017a; Rigdon, 2012; Lohmöller, 1989) gaje sumnju u vrijednost valjanosti testa za PLS SEM općenito. PLS-SEM se prvenstveno usredotočuje na interakciju između predviđanja i testiranja teorije te se dobiveni rezultati trebaju potvrditi u skladu s tim (Shmueli, 2010). U tom kontekstu, znanstvenici predlažu nove postupke evaluacije koji su dizajnirani posebno za PLS-SEM kojemu je predviđanje inherentno. S obzirom na navedene argumente te zadovoljavanje svih ostalih kriterija evaluacije predloženog modela, vrijednost valjanosti testa se neće navoditi.

Tablica 30. Koeficijenti puta (β vrijednosti)

		Originalni uzorak	t vrijednost	p vrijednost	Potvrđivanje hipoteza
H1	Politička moć → Političko povjerenje	0.835	41.144	0.000	Prihvća se.
H2	Politička moć → Negativni turistički utjecaji	-0.135	1.414	0.157	Odbacuje se.
H2a	Politička moć → Političko povjerenje → Negativni turistički utjecaji	-0.218	2.417	0.016	Prihvća se.
H3	Politička moć → Pozitivni turistički utjecaji	-0.168	1.863	0.062	Odbacuje se.
H3a	Politička moć → Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.674	9.036	0.000	Prihvća se.
H4	Politička moć → Kvaliteta života	0.303	2.877	0.004	Prihvća se.
H5	Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.808	10.224	0.000	Prihvća se.
H6	Političko povjerenje → Negativni turistički utjecaji	-0.257	2.467	0.014	Prihvća se.
H7	Političko povjerenje → Kvaliteta života	-0.501	3.656	0.000	Prihvća se.
H8	Pozitivni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.142	1.758	0.079	Odbacuje se.
H9	Pozitivni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.855	22.231	0.000	Prihvća se.
H10	Negativni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.430	6.582	0.000	Prihvća se.
H11	Negativni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.075	1.455	0.153	Odbacuje se.
H12	Kvaliteta života → Podrška održivom turizmu	-0.016	0.315	0.739	Odbacuje se.

Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS v.3.3.7.

Slika 17. Model mjerenja utjecaja političkog okruženja na održivi turizam u destinaciji (skupni podaci)



Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS ver.3.

6.3.3. MGA - višegrupna analiza

U daljnoj analizi prikupljenih podataka koristit će se višegrupna analiza, odnosno MGA koja sukladno tvrdnjama određenih autora (Chin & Dibbern, 2010; Klesel et al., 2019; Sarstedt et al., 2011; Schlägel & Sarstedt, 2016) značajno povećava sposobnost istraživača da identificira smislene razlike u višestrukim odnosima između specifičnih grupa.

S obzirom da su podaci prikupljeni u dvama različitim destinacijama, u Budvi i u Rovinju, bilo je nužno uzeti u obzir da jedan generalni SEM model s rezultatima dobivenim na temelju zajedničkih podataka (eng. *joint data*) ne može biti pouzdana mjera valjanosti rezultata analize te da posljedično vodi do pogrešnih zaključaka istraživanja. U procesu provođenja analize podataka uz pomoć MGA analize definirano je nekoliko koraka.

Prvi korak je priprema podataka koji moraju imati statističku snagu nakon stvaranja podgrupa, u ovom slučaju dvije grupe - Budva i Rovinj. Podgrupe u procesu MGA analize podataka moraju imati dovoljno statističke snage da otkriju moderatorski efekt (Becker et al., 2013; Hair Jr. et al., 2017). Najlakši način postizanja statističke snage jest osiguranje dovoljno velikog broja uzoraka za obje grupe koji prema Hairu i sur. (Hair Jr. et al., 2017) moraju biti otprilike jednaki kako bi moderatorski efekt bio validan. Kvaliteta podataka je također dio prvog koraka MGA analize te se odnosi na ravne linijske obrasce, odnosno na situacije gdje ispitanici biraju uvijek iste vrijednosti odabira u cijelom upitniku. Na primjer, ako ispitanik u cijelom upitniku, koji koristi Likertovu ljestvicu mjerenja u rasponu do 1 do 7, stalno bira 1 ili 7 ili 4, takve podatke treba isključiti iz daljnje analize. Što se tiče pouzdanosti i valjanosti, taj dio je već provjeren u prethodnom koraku procjene reflektivnog vanjskog modela. *Korak dva* je kreiranje grupa odabirom nominalne varijable koja je u fokusu istraživanja. Teorija i opservacija je bitan element u generiranju grupa jer istraživač mora biti siguran u razloge zbog kojih provodi ovakvu vrstu analize. U ovom istraživanju nominalna varijabla je prebivalište ispitanika, odnosno kodirana oznaka D7 sociodemografskog profila. Invarijantnost mjerenja je *treći korak* u procesu te podrazumijeva da mjerni model specificira mjere istog atributa u različitim okolnostima (Henseler, J., Hubona, G.S. and Ray, 2016). Razlike u putovima (ili β vrijednostima) između latentnih varijabli mogu proizaći iz različitih značenja koja ispitanici grupe pripisuju fenomenima koji se ispituju, a ne iz stvarnih razlika u strukturalnim odnosima. Međunacionalne razlike koje proizlaze iz stilova odgovora specifičnih za kulturu, kao na primjer tendencija slaganja s postavljenim pitanjima bez obzira na njihov sadržaj ili neke individualne karakteristike, kao što su spol, etnička pripadnost koje podrazumijevaju reagiranje

na instrumente na sustavno različite načine: različito korištenje dostupnih opcija ljestvice, tj. sklonost odabiru ili ne odabiru ekstrema itd. (Sarstedt, M., Mooi, 2019). Hult i sur. (2008) smatraju da neuspjeh u uspostavljanju invarijantnosti može lako dovesti do niske snage statističkih testova, loše preciznosti procjenitelja i pogrešnih rezultata. Stoga je to temeljni korak prije provođenja MGA jer istraživačima daje sigurnost da grupne razlike u procjenama modela ne proizlaze iz osebujnog sadržaja i/ili značenja latentne varijable preko grupe. Henseler i suradnici (Henseler, J., Hubona, G.S. and Ray, 2016) su razvili invarijantnost mjerenja kompozitnih modela (MICOM procedura odnosno *Measurement Invariance of Composite Model*) koji se nadovezuje na rezultate latentne varijable koji odgovaraju osobini kompozitnog modeliranja u PLSPM-u. Invarijantnost mjerenja odnosi se na „daju li mjerne operacije, u različitim uvjetima promatranja i proučavanja pojava, mjere istog atributa” (Horn & Mcardle, 1992). Postoje tri koraka u MICOM proceduri: procjena konfiguracijske invarijantnosti, invarijantnosti kompozicije jednakosti srednje vrijednosti i varijance kompozita među grupama (Chin & Dibbern, 2010; Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, 2018; Henseler et al., 2016). Tri prethodno navedena koraka hijerarhijski su međusobno povezani. Istraživanje bi trebalo nastaviti sa sljedećim korakom, samo ako analize prethodnog koraka podržavaju invarijantnost mjerenja. Konfiguracijska invarijantnost je preduvjet za kompozicijsku invarijantnost, što opet jest preduvjet za smisleno ocjenjivanje jednakosti složenih srednjih vrijednosti i odstupanja. Istraživači moraju uspostaviti konfiguracijsku (korak 1) i kompozicijsku (korak 2) invarijantnost kako bi se na odgovarajući način usporedile standardizirane procjene koeficijenta puta strukturnih odnosa između kompozita u skupinama. Ako se uspostavi konfiguracijska i kompoziciona invarijantnost, može se govoriti o djelomičnoj mjernoj invarijantnosti (Henseler et al., 2016). Ako je uspostavljena djelomična mjerna invarijantnost i kompoziti imaju jednake srednje vrijednosti i varijance (korak 3) u grupama, može se govoriti o potpunoj invarijantnosti mjerenja. U tom slučaju, istraživači mogu udružiti podatke različitih skupina, ali i dalje moraju uzeti u obzir moguće razlike u strukturnim modelima. Udruživanje podataka u jedan veći skup podataka je atraktivna opcija jer može povećati statističku snagu i generalizabilnost dotičnog modela. Može se dogoditi da se strukturni odnos između dvaju kompozita ne pokaže značajnim ako se analizira zasebno po grupi, ali postaje značajan kada se analizira skupni skup podataka. Iako je udruživanje podataka korisno iz perspektive statističke moći, istraživači koji analiziraju podatke na agregatnoj razini ne smiju zanemariti potencijalnu (promatranu ili neopaženu) heterogenost u strukturnom modelu (Becker et al., 2013; Kamel Jedidi, Harsharanjeet S. Jagpal, 1997). Kada koriste

udružene podatke, istraživači mogu uzeti u obzir potencijalnu strukturnu heterogenost uključivanjem interakcijskih učinaka koji služe kao moderatori (Henseler i Fassott, 2010).

Prvi korak mjerenja konfiguracijske invarijantnosti podrazumijeva kompozit koji je jednako specificiran za sve grupe te se pojavljuje kao jednodimenzionalni entitet u istoj nomološkoj mreži kroz sve grupe. Procjena konfiguracijske invarijantnosti stoga se mora sastojati od kvalitativne procjene specifikacija kompozita u svim skupinama. Konkretno, moraju biti ispunjeni specifični kriteriji, kao što su identični pokazatelji po modelu mjerenja, odnosno svaki mjerni model mora koristiti iste pokazatelje u grupama. Provjera primjene potpuno istih pokazatelja na sve skupine čini se prilično jednostavnom.

Međutim, u međukulturalnim istraživanjima, primjena dobrih empirijskih istraživačkih praksi (npr. prijevod i povratni prijevod) od najveće je važnosti za utvrđivanje ekvivalentnosti pokazatelja. U tom kontekstu, procjena lika i/ili stručne valjanosti (vidi Hair et al., 2017) može pomoći provjeriti je li istraživač koristio isti skup pokazatelja u grupama. U ovoj fazi značajnost pondera indikatora je irelevantna jer razlike u njihovoj značajnosti (indikator može biti značajan u jednoj skupini, ali ne u drugoj) ne znači da se koeficijenti značajno razlikuju (Gelman i Stern, 2006).

Identičan tretman podataka podrazumijeva obradu podataka indikatora koja mora biti identična u svim skupinama, što uključuje kodiranje (npr. lažno kodiranje), obrnuto kodiranje i druge oblike ponovnog kodiranja, kao i rukovanje podacima (npr. standardizacija ili tretiranje nedostajućih vrijednosti). Izdvojenice (eng. *outliers*) treba otkriti i tretirati na sličan način. Identične postavke algoritma ili kriteriji optimizacije: metode procjene modela temeljene na varijanci, kao što je PLS, sastoje se od mnogih varijanti s različitim ciljnim funkcijama i postavkama algoritama (npr. izbor početnih vanjskih opterećenja i sheme ponderiranja unutarnjeg modela; Hair et al., 2012b; Henseler i sur., 2009). Istraživači moraju osigurati da razlike u procjenama modela specifičnih za grupu ne rezultiraju iz različitih postavki algoritama.

Drugi korak procjene kompozicijska invarijantnost se usredotočuje na analizu formira li se kompozit jednako po grupama. Kompozicijska invarijantnost znači da je recept za kondenzaciju varijabli indikatora u kompozite isti za sve skupine. Ova vrsta nepromjenjivosti se uspostavlja kada se rezultati kompozita kreiraju jednako u grupama. Jednostavan način za postizanje invarijantnosti kompozicije je korištenje fiksnih pondera indikatora, na primjer pondera jedinica koje rezultiraju zbrojnim rezultatima. U ovom slučaju, kompozicijska invarijantnost je

osigurana dizajnom. U drugim slučajevima, kada se težine pokazatelja procjenjuju po skupini, neophodno je osigurati da, unatoč mogućim razlikama u težinama, rezultati kompozita ostanu isti.

U tablicama 31. i 32. prikazan je prvi i drugi korak procedure MICOM koji su ispunili uvjete za daljnu obradu podataka višegrupnom analizom MGA. Prilikom MICOM procedure uklonjeni su sljedeći indikatori: politička moć 2, političko povjerenje 10 i 11, pozitivni turistički utjecaji 3 i 5, negativni turistički utjecaji 8 te podrška održivom turizmu 3. S obzirom na činjenicu da su indikatori reflektivni, nije problematično njihovo izuzimanje iz modela s ciljem postizanja invarijantnosti.

Tablica 31. Procjena kompozicijske invarijantnosti mjernog modela

	Original	5.0%	Parcijalna
	Korelacija		Invarijantnost
Politička moć	1,000	0,999	Da
Političko povjerenje	1,000	0,999	Da
Pozitivni turistički utjecaji	1,000	0,998	Da
Negativni turistički utjecaji	0,999	0,993	Da
Kvaliteta života	1,000	0,972	Da
Podrška održivom turizmu	1,000	0,993	Da

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls ver.3.

Rezultati MGA analize pokazali su određene značajne razlike između grupa na razini greške od 5 % uz p vrijednost manju od 0,05 ili veću od 95, odnosno postotak manji od 0,05 ukazuje da su rezultati grupe A viši od rezultata grupe B, dok postotak iznad 95 % ukazuje da su rezultati grupe B viši od rezultata grupe A (vidi tablicu 32.).

MGA rezultati su otkrili da veza između političke moći i političkog povjerenja ima snažniji utjecaj u destinaciji Rovinj ($\beta = 0,809$) nego u destinaciji Budva ($\beta = 0,697$) te se hipoteza H1 prihvaća.

Veza političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja također pokazuje snažniji utjecaj u Rovinju ($\beta = 0,260$) nego u Budvi ($\beta = 0,115$) te se hipoteza H3 također prihvaća. Hipoteza H6 otkriva snažniji utjecaj veze između političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja u Rovinju ($\beta = -0,144$) u odnosu na Budvu ($\beta = 0,129$) pa se H6 prihvaća. Veza između političkog povjerenja

i kvalitete života također otkriva snažniji utjecaj u destinaciji Rovinj ($\beta = -0,508$) u odnosu na destinaciju Budva ($\beta = -0,142$) pa je i ova hipoteza H7 prihvaćena.

Hipoteza H9 se prihvaća zbog potvrđenog snažnijeg utjecaja veze između pozitivnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu u Rovinju ($\beta = 0,728$) u odnosu na Budvu (0,535).

Veza između negativnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu također pokazuje snažniji utjecaj u Rovinju ($\beta = -0,130$) nego u Budvi (0,145) pa se i hipoteza H11 prihvaća.

Hipoteze H2, H4, H5, H8, H10 i H12 nisu prihvaćene jer su rezultati MGA pokazali da prebivalište ispitanika (Budva i Rovinj) nemaju moderatorsku ulogu u odnosu na veze između političke moći i negativnih turističkih utjecaja te kvalitete života, između političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja, između pozitivnih turističkih utjecaja i kvalitete života, negativnih turističkih utjecaja i kvalitete života te, naposljetku, između kvalitete života i podrške održivom turizmu.

Tablica 32. Procjena pune invarijantnosti mjernog modela

	Srednja vrijednost	Interval	Jednakost	Varijanca	Interval	Jedna-	Puna
	originalna korela-	pouzdanosti	srednjih vrijednosti	originalna razlika	pouzdanosti	kost	invarijantnost
	cija					varijanci	
Politička moć	-0.167	(-0,146 - 0,132)	Ne	-0.109	(-0,154 - 0,182)	da	ne
Političko povjerenje	-0.044	(-0,154 - 0,145)	Da	-0.191	(-0,161 - 0,170)	ne	ne
Pozitivni turistički utje-	-0.194	(-0,157 - 0,139)	Ne	-0.294	(-0,251 - 0,290)	ne	ne
caji							
Negativni turistički utje-	-0.030	(-0,148 - 0,142)	Da	-0.441	(-0,169 - 0,195)	ne	ne
caji							
Kvaliteta života	0.074	(-0,139 - 0,136)	Da	-0.417	(-0,235 - 0,245)	ne	ne
Podrška održivom turi-	-0.405	(-0,147 - 0,148)	Ne	-0.174	(-0,252 - 0,292)	da	ne
zmu							

Izvor:Rad doktorandice, SmartPls Ver.3.

Tablica 33. Rezultati višegrupne analize - MGA

	HIPOTEZA	BUDVA (n=216)	ROVINJ (n=338)	Razlika	t vrijed.	p vrijed.	Potvrđivanje hipoteza
H1	Politička moć → Političko_povjerenje	0.697***	0.809***	0.112	2.665	0.008*	Prihvća se.
H2	Politička moć → Negativni turistički utjecaji	-0.230*	-0.107	0.122	1.028	0.304	Odbacuje se.
H3	Politička moć → Pozitivni turistički utjecaji	-0.064	0.215**	0.280	2.613	0.009*	Prihvća se.
H4	Politička moć → Kvaliteta života	0.115	0.260**	0.145	1.142	0.254	Odbacuje se.
H5	Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.357***	0.431***	0.074	0.718	0.473	Odbacuje se.
H6	Političko povjerenje → Negativni turistički utjecaji	0.129	-0.414***	-0.543	4.450	0.000***	Prihvća se.
H7	Političko povjerenje → Kvaliteta života	-0.142	-0.508***	-0.366	2.857	0.004*	Prihvća se.
H8	Pozitivni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.110	-0.028	-0.138	1.422	0.156	Odbacuje se.
H9	Pozitivni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.535***	0.728***	0.193	2.849	0.005*	Prihvća se.
H10	Negativni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.286**	0.286***	-0.000	0.003	0.998	Odbacuje se.
H11	Negativni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.145*	-0.130**	-0.275	3.617	0.000***	Prihvća se.
H12	Kvaliteta života → Podrška održivom turizmu	-0.009	0.020	0.029	0.397	0.691	Odbacuje se.

Napomena: Statistička značajnost na razini: * p < 0.05, ** < 0.01, *** p < 0.001.

Izvor: Rad doktorandice, SmartPls Ver.3

6.4. Rezultati bivarijatne analize podataka

S obzirom na to da su u uvodnom dijelu znanstvenog rada postavljene hipoteze o nepostojanju statistički značajnih razlika između određenih konstrukata i sociodemografskih obilježja ispitanika, pristupilo se bivarijatnoj analizi podataka pomoću neparametrijskih testova zbog činjenice da nije zadovoljen uvjet normalnosti distribucije podataka. U analizu su uvršteni sljedeći konstrukti: politička moć, političko povjerenje, percipirana kvaliteta života i podrška održivom razvoju turizma. Ovi konstrukti su se promatrali u odnosima sa sociodemografskim obilježjima ispitanika: spol, godine života, stupanj obrazovanja, radni status, sektor zaposlenja i prebivalište ispitanika. Za potrebe provođenja bivarijatne analize izabrani su neparametrijski testovi Mann Withney i Kruskal Walis H test te su uz pomoć programa IBM SPSS-a dobiveni sljedeći rezultati po postavljenim pomoćnim hipotezama.

Hipoteza H14a „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na spol“ se prihvaća (vidi tablicu 34.).

Tablica 34. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na spol ispitanika

Ukupno N	554
Mann-Whitney U	38.572,000
Wilcoxon W	64.907,000
Statistika testa	38.572,000
Standardna pogreška	1.847,145
Standardizirana statistika testa	0,736
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,462

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H14b „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na godine života” se odbacuje (vidi tablice 35. i 35.a.).

Tablica 35. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na godine života ispitanika

Ukupno N	554
Statistika testa	15,823 ^a
Stupnjevi slobode	5
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,007

a. Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 35.a. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na godine života ispitanika - razlikovne grupe

Uzorak 2 Uzorak 2	Test Statistički	Std. Pogreška	Std. statistika testa	Sig.	Pril.. Sig. ^a
3 25-34-4 35-44	-62,430	20,030	-3,117	0,002	0,027
3 25-34-5 45-54	-62,053	20,846	-2,977	0,003	0,044

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H14c „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća (vidi tablicu 36.).

Tablica 36. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika

Ukupno N	554
Statistika testa	6,628 ^{a,b}
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,157

a. Statistika testa prilagođena je izjednačenim rezultatom.

b. Višestruke usporedbe se ne provode jer ukupni test ne pokazuje značajne razlike između uzoraka.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H14d „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na radni status.” se prihvaća (vidi tablicu 37.).

Tablica 37. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na radni status ispitanika

Ukupno N	554
Statistika testa	4,311 ^{a,b}
Stupnjevi slobode	3
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,23

a. Statistika testa prilagođena je izjednačenim rezultatom.

b. Višestruke usporedbe se ne provode jer ukupni test ne pokazuje značajne razlike između uzoraka.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H14e „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje (vidi tablice 38. i 38.a).

Tablica 38. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test - sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	22,507a
Stupnjevi slobode	4
Asym. Sig. (dvosmjerno)	0

a. Statistika testa prilagođena je izjednačenim rezultatom.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 38.a. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe

Uzorak 1	Uzorak 2	Test Statistic	Std. Pogreška	Std. stat. test	Sig.	Adj. Sig. ^a
4	Nevladina organizacija ili aktivist-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava		26,743	4,576	0,000	0,000
4	Nevladina organizacija ili aktivist-1 Turizam	100,607	25,326	3,972	0,000	0,001
4	Nevladina organizacija ili aktivist-5 Ostalo	-80,405	26,010	-3,091	0,002	0,020
4	Nevladina organizacija ili aktivist-3 Znanstvenoobrazovna institucija	82,784	27,817	2,976	0,003	0,029

Svaki red testira nultu hipotezu da su distribucije uzorka 1 i uzorka 2 iste.

Prikazuju se asimptotski značajnosti (dvosmjerni testovi). Razina značajnosti je ,05.

a Vrijednosti značajnosti prilagođene su Bonferronijevom korekcijom za više testova.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H14f „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na prebivalište ispitanika.” se prihvaća (vidi tablicu 39.).

Tablica 39. Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na prebivalište ispitanika

Ukupno N	554
Mann-Whitney U	33.547,500
Wilcoxon W	90.838,500
Statistika testa	33.547,500
Standardna pogreška	1.829,476
Standardizirana statistika testa	-1,616
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,106

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15a “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na spol.” odbacuje se (vidi tablicu 40.).

Tablica 40. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na spol ispitanika

Ukupno N	554
Mann-Whitney U	42.188,500
Wilcoxon W	68.523,500
Statistika testa	42.188,500
Standardna pogreška	1.854,254
Standardizirana statistika testa	2,684
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,007

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15b “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na godine života.” odbacuje se (vidi tablice 41. i 41.a).

Tablica 41. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na godine života ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test- Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	18,485a
Stupnjevi slobode	5
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,002
a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.	

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 41.a. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na godine života ispitanika - razlikovne grupe

Uzorak 2 Uzorak 2	Test Statistički	Std. Pogreška	Std. statistika testa	Sig.	Pril.. Sig. ^a
3 25-34-4 35-44	-74,291	20,107	-3,695	0,000	0,003

Svaki red testira nultu hipotezu da su distribucije uzorka 1 i uzorka 2 iste.

Prikazuju se asimptotski značajnosti (dvosmjerni testovi). Razina značajnosti je ,05.

a Vrijednosti značajnosti prilagođene su Bonferronijevom korekcijom za više testova.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15c “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća (vidi tablicu 42.).

Tablica 42. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test- Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	3,764a,b
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,439

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15d “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na radni status.” se odbacuje. (vidi tablicu 43. i 43. a.)

Tablica 43. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na radni status ispitanika

Ukupno N	554
Statistika testa	13,600a
Stupnjevi slobode	3
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,004

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 43.a. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na radni status ispitanika – razlikovne grupe

Uzorak 1	Uzorak 2	Test Statistički	Std. Pogreška	Std. statistika testa	Sig.	Pril.. Sig. ^a
3	Umirovljenik/ca-1 Zaposlen/a	68,697	22,762	3,018	0,003	0,015

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje (vidi tablice 44. i 44.a).

Tablica 44. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika

Ukupno N	554
Statistika testa	54,905a
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 44.a. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika

Uzorak 1 Uzorak 2	Test Statistički	Std. Pogreška	Std. statistika testa	Sig.	Pril. Sig.a
4 Nevladina organizacija ili aktivist-1 Turizam	104,778	25,424	4,121	0,000	0,000
4 Nevladina organizacija ili aktivist-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	184,917	26,846	6,888	0,000	0,000
3 Znanstvenoobrazovna institucija-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	114,054	22,717	5,021	0,000	0,000
5 Ostalo-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	90,335	20,447	4,418	0,000	0,000
1 Turizam-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	-80,139	19,562	-4,097	0,000	0,000
4 Nevladina organizacija ili aktivist-5 Ostalo	-94,582	26,111	-3,622	0,000	0,003

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H15f “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na: prebivalište ispitanika.” se prihvaća (vidi tablicu 45.).

Tablica 45. Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na prebivalište ispitanika

Ukupno N	554
Mann-Whitney U	36.024,000

Wilcoxon W	93.315,000
Statistika testa	36.024,00
Standardna pogreška	1.836,518
Standardizirana statistika testa	-0,261
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,794

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H16a “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na spol.” odbacuje se (vidi tablicu 46.).

Tablica 46. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na spol ispitanika

Sažetak Mann-Whitney U testa neovisnih uzoraka	
Ukupno N	554
Mann-Whitney U	40.883,000
Wilcoxon W	67.218,000
Statistika testa	40.883,000
Standardna pogreška	1.831,357
Standardizirana statistika testa	2,004
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,045

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H16b “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na godine života.” se prihvaća (vidi tablicu 47.).

Tablica 47. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na godine života ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test sažetak

Ukupno N	554
Statistika testa	9,868a,b
Stupnjevi slobode	5
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,079

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H16c “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća (vidi tablicu 48.).

Tablica 48. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	2,924a,b
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,571

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H16d “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na radni status.” se prihvaća (vidi tablicu 49.).

Tablica 49. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na radni status ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	5,475a,b
Stupnjevi slobode	3
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,14

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H16e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje (vidi tablice 50. i 50.a).

Hipoteza H16f “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na prebivalište ispitanika.” se prihvaća (vidi tablicu 51.).

Hipoteza H17a “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na spol.” se prihvaća (vidi tablicu 52.).

Tablica 50. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	15,138a
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,004

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 50a. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika – razlikovne grupe

Uzorak 1 Uzorak 2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj. Sig.a
3 Znanstvenoobrazovna institucija-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	71,548	22,437	3,189	0,001	0,014
4 Nevladina organizacija ili aktivist-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	80,352	26,514	3,031	0,002	0,024
5 Ostalo-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	58,928	20,195	2,918	0,004	0,035

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 51. Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na prebivalište ispitanika

Sažetak Mann-Whitney U testa neovisnih uzoraka	
Ukupno N	554
Mann-Whitney U	34.816,500
Wilcoxon W	92.107,500
Statistika testa	34.816,500
Standardna pogreška	1.813,840
Standardizirana statistika testa	-0,93
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,352

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 52 . Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na spol ispitanika

Sažetak Mann-Whitney U testa neovisnih uzoraka	
Ukupno N	554
Mann-Whitney U	37.845,500
Wilcoxon W	64.180,500
Statistika testa	37.845,500
Standardna pogreška	1.839,635
Standardizirana statistika testa	0,344
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,731

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza 17b “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na godine života.” se odbacuje (vidi tablice 53. i 53.a).

Tablica 53 . Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na godine života ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	13,161a
Stupnjevi slobode	5
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,022

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 53a . Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na godine života ispitanika - razlikovne grupe

Uzorak 1 Uzorak 2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj. Sig.a
3 25-34-5 45-54	-65,081	20,762	-3,135	0,002	0,026
3 25-34-4 35-44	-61,899	19,949	-3,103	0,002	0,029

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H17c “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća (vidi tablicu 54.).

Tablica 54 . Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	8,946a,b
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,062

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.
b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H17d “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na radni status.” se prihvaća (vidi tablicu 55.).

Tablica 55 . Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na radni status ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	0,573a,b
Stupnjevi slobode	3
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,903

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.
b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Hipoteza H17e “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje (vidi tablice 56. i 56.a).

Hipoteza H17f “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom turizmu u destinaciji u odnosu na prebivalište ispitanika.” se odbacuje (vidi tablicu 57.).

Tablica 56. Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika

Nezavisni uzorci Kruskal-Wallis test Sažetak	
Ukupno N	554
Statistika testa	29,112a
Stupnjevi slobode	4
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 56a. Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe

Uzorak 1 Uzorak 2	Test Statistic
4 Nevladina organizacija ili aktivist-1 Turizam	105,011
4 Nevladina organizacija ili aktivist-5 Ostalo	-121,529
4 Nevladina organizacija ili aktivist-2 Državna uprava, regionalna i lokalna samouprava	106,137
3 Znanstvenoobrazovna institucija-5 Ostalo	-67,055

a Statistika testa je prilagođena za izjednačenje.

b Višestruke usporedbe se ne provode jer cjelokupni test ne pokazuje značajne razlike u uzorcima.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 57. Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na prebivalište ispitanika

Sažetak Mann-Whitney U testa neovisnih uzoraka	
Ukupno N	554
Mann-Whitney U	31.693,000
Wilcoxon W	88.984,000
Statistika testa	31.693,000
Standardna pogreška	1.822,038
Standardizirana statistika testa	-2,640
Asymp. Sig. (dvosmjerno)	0,008

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

Tablica 58. Statistički značajne razlike u ocjenama koncepata istraživanja u odnosu na sociodemografski profil ispitanika

Hipoteza	Koncepti	Soc.dem. obilježje	Potvrđivanje hipoteza
H14A	Politička moć	Spol ispitanika	Prihvaća se.
H14B	Politička moć	Dob ispitanika	Odbacuje se.
H14C	Politička moć	Obrazovanje ispitanika	Prihvaća se.
H14D	Politička moć	Radni status ispitanika	Prihvaća se.
H14E	Politička moć	Sektor zaposlenja ispitanika	Odbacuje se.
H14F	Politička moć	Prebivalište ispitanika	Prihvaća se.
H15A	Političko povjerenje	Spol ispitanika	Odbacuje se.
H15B	Političko povjerenje	Dob ispitanika	Odbacuje se.
H15C	Političko povjerenje	Obrazovanje ispitanika	Prihvaća se.
H15D	Političko povjerenje	Radni status ispitanika	Odbacuje se.
H15E	Političko povjerenje	Sektor zaposlenja ispitanika	Odbacuje se.
H15F	Političko povjerenje	Prebivalište ispitanika	Prihvaća se.
H16A	Kvaliteta života	Spol ispitanika	Odbacuje se.
H16B	Kvaliteta života	Dob ispitanika	Prihvaća se.
H16C	Kvaliteta života	Obrazovanje ispitanika	Prihvaća se.
H16D	Kvaliteta života	Radni status ispitanika	Prihvaća se.
H16E	Kvaliteta života	Sektor zaposlenja ispitanika	Odbacuje se.
H16F	Kvaliteta života	Prebivalište ispitanika	Prihvaća se.
H17A	Podrška održivom turizmu	Spol ispitanika	Prihvaća se.
H17B	Podrška održivom turizmu	Dob ispitanika	Odbacuje se.
H17C	Podrška održivom turizmu	Obrazovanje ispitanika	Prihvaća se.
H17D	Podrška održivom turizmu	Radni status ispitanika	Prihvaća se.
H17E	Podrška održivom turizmu	Sektor zaposlenja ispitanika	Odbacuje se.
H17F	Podrška održivom turizmu	Prebivalište ispitanika	Odbacuje se.

Izvor: Rad doktorandice, IBM SPSS Ver.26

U tablici 58. prikazan je sažetak bivarijatne analize koncepata u odnosu na sociodemografske karakteristike ispitanika.

7. RASPRAVA

Nakon provedenog empirijskog istraživanja i analize rezultata bilo je nužno dobivene rezultate kritički raspraviti i povezati s prethodnim istraživanjima. Potrebno je naglasiti da se konceptualni model doktorskog rada razlikuje od prethodnih modela (Akbar et al., 2020b; Mihalič et al., 2016) koji su poslužili kao polazište modela istraživanja. Koncept političkog okruženja, koji je u prethodnim modelima razmatran kao samostalan koncept, u ovom istraživanju je sadržajno ostao u duhu prethodnih istraživanja, ali je fokus koncentriran na dva važna elementa političkog okruženja kao zasebne koncepte: političku moć i političko povjerenje koji su bili predmet interesa određenih autora u prethodnim istraživanjima. (Al-Saghier et al., 2009; Beritelli & Laesser, 2011; Bianco, 1994; Brehm & Savel, 2019; Chiles & McMackin, 1996; Citrin, J., Muste, 1999; Cohen, 1992; Edwards et al., 2001; Elangovan & Shapiro, 1998; Feldman, 1983; Fiske, S.T., Dépret, 1996; Foucault, 1980; Janssen et al., 2018; Kayat, 2002; Kirchler et al., 2012; Levi-Faur et al., 2021; Lewis & Weigert, 1985; Marcinkowski & Starke, 2018; A. H. Miller, 1974; Mishler & Rose, 2001; Mishler, W., Rose, 1997; Nunkoo, 2017; Nunkoo et al., 2012; Nunkoo & Gursoy, 2016; Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Oskarsson et al., 2009; ÖUberg & Svensson, 2010; Poudel & Paudel, 2017; Rudolph & Evans, 2005; Saito & Ruhanen, 2017; Scheidegger & Staerklé, 2011; *Trust in Government - OECD*, n.d.; Whitt & Lukes, 1980; S. Zaheer & Zaheer, 2006).

Prethodna istraživanja uzela su obzir tri stupa održivosti, odnosno ekonomsko, okolišno i sociokulturno okruženje, dok je novi predloženi model tri stupa održivosti segmentirao u dva konstrukta: pozitivne i negativne turističke utjecaje. Ovaj pristup u kreiranju istraživanja koristili su i neki drugi autori (Allen et al., 2016; Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Ap, 1992b; Ap & Crompton, 1993; Boley et al., 2014b; Choi & Sirakaya, 2006; Dyer, Pam, Dogan Gursoy, Bishnu Sharma, 2007; Látková & Vogt, 2011; Prentice, 1993; Styliadis, 2016; Tokarchuk et al., 2016; Tosun, 2002; Weaver & Lawton, 2001; Yoon et al., 2001). Percipirana kvaliteta života u destinaciji također je bila povezivana sa stupnjem podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji (Allen et al., 2016; K. L. K. L. Andereck & Nyaupane, 2011; Chandralal, 2010; Filkins et al., 1999; Kim et al., 2013; Mihalič et al., 2016; Tokarchuk et al., 2016; Weaver & Lawton, 2001; Woo et al., 2015b).

Predloženi konceptualni model je uzeo u obzir sve latentne varijable relevantne za mjerenje utjecaja političkog okruženja na percipiranu kvalitetu života u destinaciji i podršku održivom razvoju turizma u kontekstu paradigme održivog razvoja.

7.1. Kritički osvrt na rezultate po hipotezama istraživanja – modeliranje strukturalnim jednadžbama

U ovom poglavlju bit će kritički prikazani rezultati analize prikupljenih podataka pomoću PLS SEM metode. Sukladno postavljenom konceptualnom modelu istraživanja, politička moć i političko povjerenje su ključni elementi političkog okruženja pa su se u ovom istraživanju razmatrali kao dva zasebna koncepta, iako to ne isključuje holistički pogled na njih kao cjelinu. Ovakav pristup dozvoljava usporedbu rezultata mjerenja s prethodnim modelima mjerenja utjecaja političkog okruženja (Akbar et al., 2020; Mihalič et al., 2016).

Moć i povjerenje se trebaju razmatrati zajedno u bilo kojoj teoriji koja pokušava objasniti društvene odnose (Cook & Emerson, 1978; Cook, K.S., Hardin, R., Levi, 2007) pa se tako presumpcija iznesena u hipotezi **H1 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i političkog povjerenja.“** potvrdila jakom vezom ($\beta = 0,835$, $t = 41.150$, $p < 0,05$) koja se može dodatno osnažiti prethodnim saznanjima autora na istu temu (Nunkoo & Ramkissoon, 2012) koji su potvrdili tezu svog istraživanja o pozitivnom utjecaju moći na povjerenje u javne službenike, kao i neki drugi autori (Oskarsson et al., 2009; Öberg & Svensson, 2010) koji slično zaključuju. Političko povjerenje, kako je već potvrđeno hipotezom H1, je važan pokazatelj političkog legitimiteta i vjere u ispravnost političkih institucija i režima čiji su dio (Citrin, J., Muste, 1999).

Indikatori mjerenja koncepta političke moći: provođenje zakona (**SV/B = 4,49, R = 4,43, JD = 4,45**)²⁴ (Beritelli & Laesser, 2011; Dornbusch et al., 1975; Weber, 1974), posjedovanje potrebnih vještina i znanja (**SV/B = 4,50, R = 4,30, JD = 4,38**)²⁵ (J. French & Raven, 1959; Ghaziri & Awad, 2005; Nonaka, 2000; Nonaka & von Krogh, 2009; Ryle, 1945) te stručno (**SV/B = 4,56, R = 4,27, JD = 4,34**) i kompetentno upravljanje destinacijom (**SV/B = 4,55, R = 4,20, JD = 4,38**) (Herschel, R.T., Nemati, H., Steiger, 2001; Nemati et al., 2001; Wood, J.C., Wood, 2002) pokazali su visoku razinu interne konzistencije te se mogu smatrati prihvatljivim za buduća mjerenja ovog koncepta. Mishler i Rose (1997) smatraju da je općeprihvaćen stav o povezanosti povjerenja s evaluacijom institucija (pozitivni i negativni stavovi), a povjerenje je baza na kojoj je izgrađen legitimitet javnih institucija.

²⁴ Skraćene oznake za podatke (SV= srednja vrijednost, B=Budva, R=Rovinj, JD=skupni podaci)

Hipoteza H2 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja.“ je odbačena zbog nepostojanja značajne statističke veze s vrijednošću puta ($\beta = -0,135$, $t = 1.368$, $p > 0,05$). S obzirom na to da su u prethodnim istraživanjima drugih autora potvrđene direktne veze između koncepta političkog okruženja (politička moć i političko povjerenje) i sociokulturnih i okolišnih utjecaja te indirektna veza između političkog okruženja i ekonomskih utjecaja putem okolišnih utjecaja kao medijatora (Mihalič et al., 2016) te potvrđenih negativnih veza između negativnog političkog okruženja i negativnih ekonomskih i negativnih ekoloških utjecaja kod Akbara i sur. (Akbar et al., 2020a) postavljene su i hipoteze o indirektnom utjecaju konstrukta političke moći na turističke utjecaje kroz političko povjerenje kao medijatora.

Pomoćna hipoteza H2a „Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i negativnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja.“ potvrdila je statistički značajnu indirektnu vezu s koeficijentom puta ($\beta = -0,215$, $t = 2.479$, $p < 0,05$). Nastavno na H1, koja potvrđuje važnost političkog povjerenja i neophodnu povezanost političke moći s političkim povjerenjem, može se reći da politička moć, odnosno institucije koje političku moć provode, kreiraju, grade i podržavaju svojim akcijama povjerenje lokalne zajednice, što se očituje u turističkim utjecajima u destinaciji. Povezanost negativnih turističkih utjecaja i političkog povjerenja je indikativne naravi jer ukazuje na ekološku i okolišnu osviještenost lokalnog stanovništva te nužnu potrebu za daljnjim koracima u očuvanju prirodne ravnoteže i postizanju ciljeva održivosti. U modelu kojeg je predložio Akbar i suradnici (2020), potvrđena je hipoteza o utjecaju negativnog političkog okruženja na negativne ekološke i okolišne utjecaje s vrijednostima koeficijenta puta od ($\beta = 0,180$, $t = 2.573$, $p < 0,05$) pa se može zaključiti da, unatoč negativno postavljenoj hipotezi Akbarovog modela, novi istraživački model pozitivnog usmjerenja potvrđuje prethodne znanstvene spoznaje. Negativni turistički utjecaji poput prometnih gužvi, prenapučenosti ($SV/B = 5,31$, $R = 4,67$, $JD = 4,92$) (Koens et al., 2018b; Mihalič & Kuščer, 2019; Milano, 2017; Séraphin et al., 2020) nekorištenje obnovljivih izvora energije ($SV/B = 4,60$, $R = 4,83$, $JD = 4,74$), činjenice da turizam ne reciklira u dovoljnoj mjeri ($SV/B = 4,71$, $R = 4,73$, $JD = 4,73$), da turizam doprinosi onečišćenju zraka i voda u destinaciji ($SV/B = 4,60$, $R = 4,38$, $JD = 4,47$), da narušava ravnotežu prirodnog okoliša u destinaciji i okolnim područjima ($SV/B = 4,31$, $R = 4,18$, $JD = 4,23$) te da turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici ($SV/B = 4,27$, $R = 4,14$, $JD = 4,19$) (Krajnović et al., 2020; Peeters et al., 2018; *UNEP Annual Report 2015*, n.d.) potvrđuju rezultate prethodnika. U modelu utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u Sloveniji

(Mihalič i sur., 2016) potvrđena je slaba veza između političkog okruženja i negativnih okolišnih turističkih utjecaja s vrijednošću koeficijenta puta od ($\beta = -0,140$, $p < 0,05$) te se može zaključiti da je ovo istraživanje potvrdilo rezultate prethodnih mjerenja.

H3 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja.“ je odbačena zbog nepostojanja značajne statističke veze s vrijednošću puta ($\beta = -0,168$, $t = 1.865$, $p > 0,05$).

Pomoćna hipoteza **H3a „Postoji statistički značajna indirektna povezanost između koncepta političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja kroz konstrukt političkog povjerenja.“** na tragu prethodne nepotvrđene hipoteze H3 o nepostojanju značajne povezanosti konstrukata pokazala je značajnu indirektnu vezu s vrijednošću puta od ($\beta = 0,674$, $t = 9.099$, $p < 0,05$) te još jednom potvrdila važnu ulogu političkog povjerenja u destinaciji koje kroz ulogu medijatora osvještava važnost legitimiteta, stručnosti, kompetencija, zakonske usklađenosti i provođenja regulative na svim razinama vlasti u zajednici s glavnim ciljem blagostanja za sve dionike u destinaciji. Pozitivni turistički utjecaji su identificirani u smislu većih mogućnosti zapošljavanja i dobrih plaća (Barquet et al., 2010; *UNEP Annual Report 2015*, n.d.) (**SV/B = 5,35, R = 5,01, JD = 5,14**), poticajnog okruženja za domaće i strane investicije (*UNEP Annual Report 2015*, n.d.) (**SV/B = 5,34, R = 5,00, JD = 5,13**), bolju kvalitetu obrazovanja (Mihalič et al., 2016; Šegota et al., 2017) (**SV/B = 4,94, R = 4,64, JD = 4,76**) te omogućavanje lokalnom stanovništvu da svoje proizvode i usluge plasira u destinaciji (Mihalič et al., 2016; Šegota et al., 2017) (**SV/B = 5,20, R = 4,83, JD = 4,98**).

Razvoj gastronomske ponude u destinaciji (**SV/B = 4,93, R = 5,18, JD = 5,08**) u kombinaciji s lokalnim kulturnim materijalnim i nematerijalnim nasljeđem (**SV/B = 5,31, R = 5,00, JD = 5,12**) sačuvanim od zaborava i pod konstantnom pažnjom i brigom mjerodavnih svakako doprinosi blagostanju lokalne zajednice (Mihalič et al., 2016; Peeters et al., 2018; Šegota et al., 2017). Politička moć kreira političko povjerenje koje pozitivno utječe na održivi turizam u destinaciji koji uzima u obzir povećanje standarda lokalne zajednice kroz uspješnu suradnju mreže dionika i otvaranju prostora za provođenje korisnih mjera u upravljanju destinacijom.

Akbar i sur. (2020) nisu potvrdili vezu između negativnog političkog okruženja i pozitivnih sociokulturnih turističkih utjecaja ($\beta = -0,030$, $p > 0,05$), ali su potvrdili vezu između negativnog političkog okruženja i negativnih ekonomskih turističkih utjecaja ($\beta = 0,180$, $p < 0,05$). Mihalič i sur. (2016) potvrdili su direktnu pozitivnu vezu političkog okruženja sa sociokulturnim utjecajima turizma ($\beta = 0,720$, $p > 0,05$), dok je veza s ekonomskim utjecajima

turizma postignuta kroz okolišne turističke utjecaje kao medijatora ($\beta = 0,390$, $p > 0,05$). Također su pokušali dokazati direktnu značajnu vezu političkog okruženja s ekonomskim utjecajima turizma odstranjivanjem okolišnih turističkih utjecaja iz modela pa je uspostavljena direktna veza s vrijednošću koeficijenta puta ($\beta = 0,160$, $p > 0,05$). Zaključno, može se reći da pozitivno političko okruženje utječe na pozitivne turističke utjecaje koji mogu biti ekonomske ili sociokulturne naravi. Model istraživanja djelomično potvrđuje rezultate prethodnih autora.

H4 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političke moći i kvalitete života., je potvrđena značajnom statističkom vezom s vrijednošću koeficijenta puta ($\beta = 0,303$, $t = 2.168$, $p < 0,05$). Potvrđena hipoteza implicira da lokalna zajednica percipira političku moć kao kreatora ekonomske stvarnosti u destinaciji te da vlasti utječu na povećanje ili smanjenje cijena usluga i nekretnina, što negativno ili pozitivno utječe na financijsku snagu zajednice na osobnoj razini pojedinaca. Prevelika ovisnost o turističkim prihodima posljedica je lošeg strateškog promišljanja te nepostojanja diverzificirane ekonomije koja bi ublažila moguće loše ishode kao što je to bilo vidljivo 2020. pojavom pandemije Covid-2019. Dobro organizirano političko okruženje pomno planira na temelju vizionarskih i inovativnih strategija uzevši u obzir održivu budućnost. Ocjene ispitanika o visokim cijenama usluga i proizvoda (**SV/B = 5,06, R = 5,21, JD = 5,15**) (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; GlobalRescue. & WTTC., 2019; Gössling et al., 2012; Weaver & Lawton, 2001) i nekretnina (**SV/B = 5,09, R = 5,30, JD = 5,22**) te o ovisnosti o turizmu kao glavnom izvoru prihoda (**SV/B = 5,20, R = 4,98, JD = 5,06**) (Peeters et al., 2018; WTTC, 2004) pokazuju da ispitanici smatraju da turizam ima i onu negativnu stranu. Veći priliv turista donosi i veće prihode, ali destinacija postaje sve privlačnija za investitore koji vide priliku za ostvarenje svojih interesa te cijene usluga, nekretnina i proizvoda postaju previsoke za lokalnu zajednicu. Pretpostavka je da nisu svi stanovnici zaposleni u turizmu, a i oni koji jesu nemaju nužno visoku stopu dohotka tako da povećanje cijena ima snažan negativan utjecaj na njihovu kvalitetu života.

Hipoteza H5 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja „je visokom vrijednošću koeficijenta puta ($\beta = 0,808$, $t = 10.275$, $p < 0,05$) potvrdila pretpostavku istraživanja da su ova dva koncepta usko povezana. Političko povjerenje je percipirano kroz iskrenu vjeru lokalnog stanovništva da kvalitetni i značajni projekti mogu dobiti državne subvencije (Lozano-Oyola et al., 2012) (**SV/B = 4,76, R = 4,67, JD = 4,71**), da je pristup izbornom procesu fer i slobodan (Bouckaert & van de Walle, 2003; Nunkoo & Smith, 2013) (**SV/B = 4,45, R = 4,49, JD = 4,47**),

da je međusobna komunikacija otvorena (Bouckaert & van de Walle, 2003; S. Zaheer & Zaheer, 2006) (**SV/B = 4,38, R = 4,30, JD = 4,33**) i jasna (Bouckaert & van de Walle, 2003; S. Zaheer & Zaheer, 2006) (**SV/B = 4,23, R = 4,16, JD = 4,19**), da lokalna vlast kvalitetno informira zajednicu o javnoj politici (Bouckaert & van de Walle, 2003; Garbarino & Johnson, 1999; Lang & Hallman, 2005) (**SV/B = 4,41, R = 4,16, JD = 4,25**) te da je zadovoljstvo kvalitetom isporuke javne usluge također ocijenjeno pozitivno (Adu-Ampong & Kimbu, 2019; Bouckaert & van de Walle, 2003; Paddison & Walmsley, 2018; Spyriadis et al., 2011) (**SV/B = 3,97, R = 4,36, JD = 4,21**). Ispitanici su ocijenili da lokalna vlast porezne prihode od turizma troši korisno i namjenski (Sugiyarto, G., Blake, A., & Sinclair, 2003) (**SV/B = 4,35, R = 3,87, JD = 4,06**), dok su s nešto manje entuzijazma ocijenili tvrdnju o jednakim mogućnostima za sve pripadnike lokalne zajednice (Bouckaert & van de Walle, 2003) (**SV/B = 4,10, R = 3,77, JD = 3,90**). Značajna pozitivna statistička veza između koncepta političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja još jednom je potvrdila važnost korektnog, profesionalnog upravljanja lokalnih vlasti s ciljem postizanja općeg blagostanja i održavanja kvalitetnog životnog standarda. Ispitanici procjenjuju da lokalna uprava porezne prihode od turizma troši korisno i namjenski za dobrobit cijele zajednice otvorenim mogućnostima za kreiranje boljih uvjeta života i rada. Na tragu prethodnih ocjena političkog povjerenja lokalna zajednica pozitivne turističke utjecaje vidi u ishodima kao što su veće mogućnosti zapošljavanja i dobre plaće (Barquet et al., 2010; *UNEP Annual Report 2015*, n.d.) (**SV/B = 5,35, R = 5,01, JD = 5,14**), poticajno okruženje za domaće i strane investicije (*UNEP Annual Report 2015*, n.d.) (**SV/B = 5,34, R = 5,00, JD = 5,13**), bolju kvalitetu obrazovanja (Mihalič et al., 2016; Šegota et al., 2017) (**SV/B = 4,94, R = 4,64, JD = 4,76**), te omogućavanje lokalnom stanovništvu da svoje proizvode i usluge plasira u destinaciji (Mihalič et al., 2016; Šegota et al., 2017) (**SV/B = 5,20, R = 4,83, JD = 4,98**). Razvoj gastronomske ponude u destinaciji (**SV/B = 4,93, R = 5,18, JD = 5,08**) u kombinaciji s lokalnim kulturnim materijalnim i nematerijalnim nasljeđem (**SV/B = 5,31, R = 5,00, JD = 5,12**) sačuvanim od zaborava i pod konstantnom pažnjom i brigom mjerodavnih svakako doprinosi blagostanju lokalne zajednice (Mihalič et al., 2016; Peeters et al., 2018; Šegota et al., 2017).

Hipoteza **H6** „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja.“ je potvrdila umjerenu negativnu direktnu vezu između političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja ($\beta = -0,257, t = 2.525, p < 0,05$). Iako pozitivna percepcija lokalne zajednice o mjerodavnim institucijama vlasti kreira političko povjerenje koje prepoznaje i cijeni napore lokalnih vlasti s ciljem razvoja destinacije,

istovremeno prepoznaju i opasnosti koje turizam donosi u kontekstu okoliša. Lokalna zajednica s visokim stupnjem političkog povjerenja implicira da je lokalno stanovništvo educirano i informirano o ekološkim pitanjima kroz razne vrste tribina, javnih okupljanja formalnim i neformalnim putem te da s vremenom razvija ekološku svijest i potrebu za djelovanjem u skladu s načelima održivosti. Ova veza je negativnog predznaka, ali je ipak značajna veza koja ukazuje na povezanost ovih dvaju konstrukata. Može implicirati i nemoć političkog okruženja u odnosu na klimatske promjene ili na privatni sektor koji ne ovisi o lokalnim vlastima u niti kojem kontekstu, osim u strogom zakonskom okviru. Održivost je još uvijek deklarativne naravi tako da predstoji jako dug put do zajedničkog djelovanja svih aktera u destinaciji kako bi se održivost dostigla. Naravno da uvijek treba uzeti u obzir i financijske mogućnosti zajednice da održivost provede u djelo. Kako je već navedeno u hipotezi H2a, ova veza je pronađena i u prethodnim modelima mjerenja utjecaja političkog okruženja u destinaciji (Akbar i sur., 2020; Mihalič i sur., 2016).

Političko povjerenje značajno utječe na percepciju lokalne zajednice o kvaliteti života pa se hipoteza **H7 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji.“** potvrdila sa predznakom koeficijenta puta koji je bio negativan $\beta = -0,501$, $t=2.800$, $p < 0,05$. Ocjene ispitanika o visokim cijenama usluga i proizvoda ($SV/B = 5,06$, $R = 5,21$, $JD = 5,15$) (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; GlobalRescue. & WTTC., 2019; Gössling et al., 2012; Weaver & Lawton, 2001) i nekretnina ($SV/B= 5,09$, $R = 5,30$, $JD = 5,22$) te o ovisnosti o turizmu kao glavnom izvoru prihoda ($SV/B = 5,20$, $R = 4,98$, $JD = 5,06$) (Peeters et al., 2018; WTTC, 2004) pokazuju da ispitanici smatraju da turizam ima i onu negativnu stranu. Lokalni stanovnici procjenjuju svoju kvalitetu života kroz ekonomsku snagu, opterećenja i slabosti.

Hipoteza H8 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između pozitivnih turističkih utjecaja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji.“ s koeficijentom puta vrijednosti $\beta = 0,142$, $t = 1.045$, $p > 0,05$ je pokazala slabu beznačajnu vezu te je primjereno zaključiti da su tvrdnje, kojima se ocjenjivao konstrukt pozitivnih turističkih utjecaja, u konfliktu s negativnom percepcijom lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji koja se promatrala u kontekstu financijskih slabosti i opterećenja. Ovaj rezultat moguće je objasniti da, unatoč pozitivnim ishodima turizma, lokalna zajednica prepoznaje da turizam ima i negativnu stranu koja je izražena u tvrdnjama da su cijene nekretnina previsoke zbog turizma, da su cijene usluga i proizvoda visoke zbog turizma te da je prevelika financijska ovisnost o

turizmu kao izvoru prihoda u destinaciji. Za razliku od prethodnih modela mjerenja utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma (Mihalič i sur., 2016) ova veza nije potvrđena u ovom istraživanju.

Hipoteza H9 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između pozitivnih turističkih utjecaja i podrške održivom razvoju turizma u destinaciji“ očekivano je pokazala značajnu i jaku direktnu pozitivnu vezu s koeficijentom puta $\beta = 0,855$, $t = 22.060$, $p < 0,05$. Ispitanici u destinaciji pokazuju iznimno velik osjećaj ponosa što žive u prepoznatljivoj destinaciji s izgrađenim pozitivnim imidžem, kao što su to u svojim istraživanjima utvrdili Nunkoo i Ramkisson (Nunkoo & Ramkisson, 2011) te Um i Crompton (1987) (**SV/B = 5,57, R = 5,69, JD = 5,47**) koji također podupiru razvoj turizma zbog ekonomskih koristi koje turizam donosi (Eagles et al., n.d.; Eagles, P.F.J., McCool, S.F., Haynes, 2002) (**SV/B = 5,52, R = 5,14, 5,29**) te visoko ocjenjuju tvrdnju da je turizam općenito gledajući jako dobar generator razvoja neke zajednice, a veliki doprinos ima i u razvoju manje razvijenih zemalja (Dwyer et al., 2000; Khan et al., 2020) (**SV/B = 5,57, R = 5,10, JD = 5,29**). U modelu (Mihalič et al., 2016) sociokulturno okruženje pozitivno utječe na zadovoljstvo lokalne zajednice turizmom ($\beta = 0,580$ $p < 0,01$) te posljedično na podršku lokalne zajednice turizmu. Ovo istraživanje je inicijalno odredilo pozitivne i negativne turističke utjecaje u kontekstu održivosti kao dvije latentne varijable te se može zaključiti da pozitivno sociokulturno okruženje kao dio pozitivnih turističkih utjecaja ima pozitivan učinak na podršku lokalne zajednice turizmu kao i kod prethodnih istraživanja.

H10 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između negativnih turističkih utjecaja i percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji.“ s koeficijentom puta $\beta = 0,430$, $t = 5.623$, $p < 0,05$ potvrđuje istraživačku pretpostavku kako negativni turistički utjecaji imaju značajan upliv na percepciju stanovnika destinacije o kvaliteti života na koju utječe turizam sa svojim lošim stranama. Tvrdnje „Smatram da turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji.“ (**SV/B = 5,31, R = 4,67, JD = 4,99**) (Mihalic, 2016b, 2020; Milano, 2017; Peeters et al., 2018; Seraphin & Ivanov, 2020a; UNEP, 2015, te „Smatram da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi.“ (**SV/, B = 4,83, R = 4,03, JD = 4,43**) (Dodds & Butler, 2019; Panayiotopoulos & Pisano, 2019; Seraphin & Ivanov, 2020a, 2020b), „Smatram da turizam doprinosi onečišćenju vode i zraka“; (**SV/, B = 4,60, R = 4,38, JD = 4,49**) „Smatram da turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.“, (**SV/, B = 4,27, R = 4,14, JD = 4,20**) „Smatram da turizam narušava ravnotežu prirodnog okoliša u destinaciji i okolici.“ (**SV/, B = 4,31, R = 4,18, JD = 4,25**) (Krajnović et al., 2020; Peeters et al., 2018;

UNEP, 2003; UNEP, 2015) Osim navedenih tvrdnji, lokalna zajednica prepoznaje da turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri (SV/, B = 4,71, R = 4,73, JD = 4,72) niti koristi obnovljive izvore u zapaženoj mjeri (SV/, B = 4,60, R = 4,83, JD = 4,72). S obzirom na to da su lokalni stanovnici kvalitetu života ocijenili negativno u kontekstu financijske slabosti i ovisnosti, pretpostavka je da će veza između dvaju negativno orijentiranih konstrukata biti značajna. Nezadovoljstvo kvalitetom života u financijskom smislu može biti nadograđeno ekološkim pitanjima te stvoriti jače negativno okruženje i povećati otpor prema razvoju turizma u destinaciji. Akbar i suradnici (2020a) potvrđuju tvrdnju da negativni ekološki utjecaji turizma pozitivno utječu na nezadovoljstvo lokalne zajednice turizmom ($\beta = 0,140$ $p < 0,05$), ali povezuju u ovaj trokut i negativne ekonomske efekte. Mihalić i sur. (2016) također potvrđuju svoju hipotezu da negativni turistički utjecaji smanjuju zadovoljstvo lokalne zajednice turizmom, a posebno izdvajaju onečišćenja vode i zraka kao najvažnije negativne utjecaje (SV 4,81 i 4,77).

Hipoteza je H11 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između negativnih turističkih utjecaja i podrške lokalne zajednice održivom razvoju turizma u destinaciji.“

sa slabom neznačajnom vezom $\beta = 0,075$, $t = 1.436$, $p > 0,05$ nije potvrdila prethodna istraživanja (Akbar et al., 2020b; Mihalić et al., 2016). U ovom istraživanju pokazalo se da ekološki i okolišni problemi u sprezi s negativnom percepcijom kvalitete života ne doprinose podršci lokalne zajednice. S obzirom na to da veza nije značajna ni u jednom smjeru, može se zaključiti da su pozitivni turistički utjecaji relevantniji od negativnih.

Hipoteza H12 „Postoji statistički značajna direktna povezanost između percepcije lokalne zajednice o kvaliteti života u destinaciji i podrške održivom razvoju turizma.“ također se odbacuje zbog nepostojanja značajne povezanosti između koncepata s vrijednošću koeficijenta puta $\beta = -0,016$, $0,350$, $p > 0,05$. Iako mnogi autori tvrde da je povezanost između kvalitete života i podrške održivom razvoju turizma evidentna (Kim et al., 2013; Tokarchuk et al., 2016; Woo et al., 2015b), u ovom istraživanju ta veza nije potvrđena, odnosno postoji negativna povezanost slabog intenziteta.

Pretpostavka je da negativna percepcija kvalitete života u kontekstu visokih cijena usluga, proizvoda i nekretnina u destinaciji (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Weaver & Lawton, 2001) kao i prevelika financijska ovisnost o turizmu kao glavnom obliku prihoda na razini destinacije (K. L. K. L. Andereck & Nyaupane, 2011; Peeters et al., 2018; *UNEP Annual Report 2015*, n.d.) ne utječe značajno niti pozitivno niti negativno na stupanj podrške održivom razvoju turizma. Prema Uysalu i Sirgyu (Uysal & Sirgy, 2019),

lokalno stanovništvo nije sklono davati podršku turizmu ako trenutačno stanje turizma u njihovoj destinaciji negativno utječe na njihovu kvalitetu života.

Podrška održivom razvoju turizma, sukladno prethodnim znanstvenim radovima, prepoznaje se u ponosu pripadnosti određenoj zajednici, odnosno destinaciji i poboljšanom imidžu destinacije upravo zbog turizma (Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, 1988; Chandralal, 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Perdue et al., 1999). Stanovnici u destinaciji podupiru održivi razvoj turizma zbog ekonomskih koristi koje turizam donosi kao i zbog generalno prihvaćenog stava da je turizam dobar generator razvoja neke zajednice (Prentice, 1993; Tosun, 2002).

Može se zaključiti da osjećaj ponosa i mogućih ekonomskih koristi ipak preteže nad negativnim utjecajima u situaciji kada lokalna zajednica procjenjuje i predviđa moguće ishode te donosi odluke za buduće namjere ponašanja. Usprkos visokim cijenama usluga i proizvoda te nekretnina, kao i značajna ovisnost o turističkim prihodima, manje utječe na njihove buduće namjere. Generalno, oni zaključuju da su koristi veće od štete. Vrlo jasna i koncizna analiza troškova i koristi za procjenu vlastitih stavova.

U modelu istraživanja Mihalič i sur. (2016) korištena je latentna varijabla zadovoljstvo lokalne zajednice turizmom u odnosu na podršku te je veza bila pozitivno značajna s vrijednošću koeficijenta puta $\beta = 0,730$ $p > 0,05$, dok su Akbar i sur. (2020b) u svom modelu istraživali nezadovoljstvo lokalne zajednice turizmom u odnosu na neparticipaciju te je potvrđena umjerena pozitivna veza ($\beta = 0,390$, $p > 0,05$).

Različite lokacije istraživanja (Budva i Rovinj) zahtijevale su od istraživača daljnje analize podataka kako bi se utvrdila pouzdanost predloženog modela. Za potrebe daljnjeg rada postavljena je i hipoteza H13 koja pretpostavlja snažnije strukturalne veze između koncepata istraživanja u destinaciji Rovinj u odnosu na destinaciju Budva.

Hipoteza **H13** „**Strukturalni odnosi između političke moći, političkog povjerenja, pozitivnih turističkih utjecaja, negativnih turističkih utjecaja, kvalitete života i podrške održivom turizmu su snažniji za lokalnu zajednicu Rovinja nego za lokalnu zajednicu Budve.**“ pokazali su da postoje određeni snažniji strukturalni odnosi između koncepata istraživanja u lokalnoj zajednici Rovinja u odnosu na Budvu. Strukturalni odnos između

političke moći i političkog povjerenja (H1) je snažniji u Rovinju nego u Budvi (RAZ = 0,112, $t = 2.665$, $p < 0,05$)²⁶.

Strukturalna veza između političke moći i političkog povjerenja je pokazala snažniji odnos u Rovinju nego u Budvi pa se presumpcija istraživača o mogućim razlikama između destinacija istraživanja potvrdila. Hipoteza je pretpostavila da je razlog ne/pripadnost Europskoj uniji koja za posljedicu ima neuređenost političkog i društvenog sistema, prisustvo koruptivnih i nestručnih službenika, niska razina razvijenosti civilnog društva, itd.

Politička nestabilnost koja je pratila izborni proces u Crnog Gori 2020. jasno je pokazala da Crna Gora mora i dalje ulagati ozbiljne napore u jačanje civilnog društva i usvajanje europskih vrijednosti (Gjenero, 2020; Miladinović.A., 2020). Gjenero (2020) tvrdi da je ključan problem Crne Gore korupcija, koja je strukturni problem u svim balkanskim državama protiv koje je jedini lijek smjena vlasti. Kada se smjene vlasti događaju prečesto tada javna uprava stječe „samopouzdanje, načelo kompetencije zamjenjuje načelo partijske podobnosti u upravi, pa administrativna vlast postaje svojevrsnim kontrolorom politike, kao što bi to morale biti i sudbena vlast, ali i neovisna javnost.“

Razlike su se pokazale i u strukturalnim odnosima između političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja, što je hipoteza H3a potvrdila kao indirektnu strukturalnu vezu između političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja kroz političko povjerenje kao medijatora.

Strukturalni put između političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja (H3) je također snažniji u Rovinju nego u Budvi (RAZ = 0,280, $t = 2.613$, $p < 0,05$) kao i strukturalni put (H6) između političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja (RAZ = -0,543, $t = 4.450$, $p < 0,05$) te političkog povjerenja i kvalitete života (H7), (RAZ = -0,336, $t = 2.857$, $p < 0,05$).

Pozitivni turistički utjecaji i podrška održivom turizmu u svom strukturalnom odnosu (H9) također pokazuju snažniji odnos u Rovinju nego u Budvi (RAZ = 0,193, $t = 2.849$, $p < 0,05$). Kako je istraživačkim rezultatima potvrđeno, politička moć indirektno utječe na pozitivne turističke utjecaje i posljedično na podršku održivom turizmu kroz konstrukt političkog povjerenja kao medijatora. Strukturalni odnos između negativnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu (H11) su snažniji u Rovinju nego u Budvi (RAZ = -0,275, $t = 3.617$, $p < 0,05$). Ostali strukturalni odnosi (H2, H4, H5, H8, H10, H12) nisu pokazali značajna statistička odstupanja za obje destinacije.

²⁶ Oznaka RAZ za vrijednost razlike između strukturalnih puteva dviju destinacija, Rovinja i Budve.

Rezultati ovog istraživanja nisu potvrdili zaključke prethodnika u cijelosti te je vrlo jasno da je istraživanje društvenih fenomena kompleksno i zahtjevno. Političko okruženje je iznimno zanimljiv i znanstveno izazovan društveni konstrukt koji zahtijeva daljnju istraživačku aktivnost.

Tablica 59. Koeficijenti puta strukturalnog modela

HIPOTEZA	RELACIJA IZMEĐU KONSTRUKATA	Or. uzorak	t vrijednost	p vrijednost	Odluka
H1	Politička moć → Političko povjerenje	0.835	41.335	0.000***	Prihvća se.
H2	Politička moć → Negativni turistički utjecaji	-0.135	1.414	0.157	Odbacuje se.
H2a	Politička moć → Političko povjerenje >Negativni turistički utjecaji	-0.215	0.090	0.016*	Prihvća se.
H3	Politička moć → Pozitivni turistički utjecaji	-0.168	1.863	0.062	Odbacuje se.
H3a	Politička moć → Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.674	0,075	0.000***	Prihvća se.
H4	Politička moć → Kvaliteta života	0.303	2.877	0.004*	Prihvća se.
H5	Političko povjerenje → Pozitivni turistički utjecaji	0.808	22.231	0.000***	Prihvća se.
H6	Političko povjerenje → Negativni turistički utjecaji	-0.257	2.467	0.014*	Prihvća se.
H7	Političko povjerenje → Kvaliteta života	-0.501	3.656	0.000***	Prihvća se.
H8	Pozitivni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.142	1.758	0.079	Odbacuje se.
H9	Pozitivni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.855	22.231	0.000***	Prihvća se.
H10	Negativni turistički utjecaji → Kvaliteta života	0.430	6.582	0,000***	Prihvća se.
H11	Negativni turistički utjecaji → Podrška održivom turizmu	0.075	1.428	0.153	Odbacuje se.
H12	Kvaliteta života → Podrška održivom turizmu	-0.016	0.333	0.739	Odbacuje se.

Izvor: Rad doktorandice, SmartPLS v.3.3.7.

7.2. Kritički osvrt na rezultate po hipotezama istraživanja – test statistički značajnih razlika

Rezultati bivarijatne analize pokazali su da postoje određene statistički značajne razlike između određenih konstrukata istraživanja i sociodemografskih obilježja ispitanika.

Hipoteza H14a „Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na spol” se prihvaća, što pokazuje da su muškarci i žene slično ocijenili tvrdnje konstrukta političke moći. S obzirom na demokratski ustroj lokalnih vlasti te relativnu jednakost spolova u društvu, relativnu ravnopravnost žena i muškaraca u pristupu obrazovanju, boljim uvjetima rada, mogućnost sudjelovanja u političkim akcijama, itd. za očekivati je da ravnopravni dionici u dioničkoj mreži destinacije slično razmišljaju (Rossi, 2018).

Hipoteza 14b “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na godine života” se odbacuje jer je iz rezultata vidljivo da postoje značajne razlike između dobnih skupina. Dobna skupina od 25-34 godina života različito ocjenjuje političku moć u kontekstu provođenja zakonske regulative od dobne skupine 35-44. Potrebna znanja i vještine različito ocjenjuju dobna skupina od 25-34 i dobne skupine 35-44; 45-54 i 18-24 godina života. Pripadnici dobne skupine od 65+ godina imaju različito vrednovanje političke moći u istom kontekstu od dobnih skupina 45-54 i 18-24 godine života. Dobna skupina od 25-34 godine života ne dijeli isto mišljenje s dobnim skupinama od 35-44; 45-54 te 18-24 kada je u pitanju ocjena stručnosti političkih institucija i predstavnika. Svi se, međutim, slažu da je politička moć kompetentna.

Hipoteza 14c “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća te je jasno da, bez obzira na obrazovanost, percepcija političke moći ostaje relativno ista kod svih ispitanika.

Hipoteza 14d “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na radni status.” se prihvaća. Svi ispitanici relativno isto percipiraju političku moć bez obzira na radni status.

Hipoteza 14e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje. Postoje značajne razlike u percepciji političke moći između ispitanika koji pripadaju različitim sektorima zaposlenja. Značajne razlike su potvrđene između sljedećih skupina:

- Između ispitanika koji su se izjasnili kao pripadnici nevladine organizacija ili kao aktivisti i ispitanika koji su se izjasnili kao pripadnici državne uprave, regionalne i lokalne samouprave.
- Između pripadnika nevladine organizacije ili aktivisti i ispitanici koji rade u turizmu.
- Između pripadnika nevladine organizacije ili aktivisti i ostali.
- Između pripadnika nevladine organizacije ili aktivisti i znanstvenoobrazovne institucije.

Teorija društvene razmjene i u ovom slučaju može poslužiti kao argument u korist postojanja različitosti u percepciji političke moći. Analiza troškova i koristi određuje pozitivne ili negativne stavove stanovnika. Pretpostavka je da su pripadnici nevladinih organizacija kritičniji prema predstavnicima vlasti te su u pravilu uvijek oni ti koji pokušavaju raznim načinima utjecati na ishode u destinaciji. Oni su najglasniji kada je u pitanju održivost i problemi vezani uz nju. Vidljivo je iz rezultata da su oni opozicija koja stoji nasuprot privatnog i javnog sektora. **Hipoteza 14f** “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političke moći u odnosu na prebivalište ispitanika.” se prihvaća.

Hipoteza H15a “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na spol.“ odbacuje se. Rezultati pokazuju da žene i muškarci različito ocjenjuju političko povjerenje. Žene su nižim ocjenama središnjih vrijednosti izrazile stavove o različitim jednakim i otvorenim mogućnostima za sve (Ž 3,71, M 4,16); o trošenju poreznih prihoda na korist zajednice (Ž 3,95, M 4,21); o tome da lokalna vlast uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije (Ž 3,53, M 3,86); da lokalna vlast ima otvorenu (Ž 4,25, M 4,44) i argumentiranu komunikaciju (Ž 4,04, M 4,28) te da jasno komunicira svoje planove u zajednici (Ž 4,11, M 4,30). Nepostojanju korupcije u lokalnoj zajednici (Ž 3,34, M 3,36) i stavu o slobodi donošenja odluka lokalne vlasti (4,47. M 4,58) žene su također dale niže ocjene od muškaraca. Nižu ocjenu muškarci su dali tvrdnji da kvalitetni i značajni projekti mogu dobiti državne subvencije (Ž 4,74, M 4,66). Na tragu ocjena ispitanika može se zaključiti da muškarci percipiraju političko povjerenje kao pozitivno i to u većoj mjeri nego žene. Žene su sklonije kritički procjenjivati lokalnu vlast. Povjerenje može biti vođeno moralom i kulturom koji su opet povezani s nekim karakteristikama, poput obrazovanja, zaposlenja i godina. Skupine ranjive na spolnu ili rasnu diskriminaciju mogu biti manje sklone povjerenju u druge (Leigh, 2006). Hinojosa, Fridkin i Kittilson (2017) tvrde da veći broj aktivnih žena u političkom životu može oblikovati političku angažiranost i povjerenje u demokratske procese i institucije.

Hipoteza H15b “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na godine života.” se odbacuje. Rezultati analize pokazuju razliku između dobne skupine 25 i 34 godine života i dobnih skupina 35-44, 45-54 i 55-64, ako i razlike između 65+ i dobnih skupina 35-44 i 45-54.

Hipoteza H15c “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća, što otkriva da ispitanici, bez obzira na stupanj obrazovanja, jednako percipiraju političko povjerenje.

Hipoteza H15d “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na radni status.” se odbacuje. Rezultati pokazuju da postoje značajne razlike u percepciji političkog povjerenja između ispitanika koji su zaposleni i onih koji su u mirovini.

Hipoteza H15e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje. Sukladno očekivanjima na temelju prethodnih istraživanja, ispitanici koji se deklariraju kao pripadnici nevladinih organizacija ili kao aktivisti drugačije doživljavaju političko povjerenje od ispitanika zaposlenih u turizmu, u državnoj upravi te regionalnoj ili lokalnoj samoupravi te ispitanika koji su se deklarirali pod ostalo. Osim navedenih različitosti, drugačiju percepciju imaju ispitanici zaposleni u turizmu od ispitanika zaposlenih u javnom sektoru. Zanimljivo je da i ispitanici zaposleni u znanstvenoobrazovnim institucijama drugačije percipiraju političko povjerenje u odnosu na ispitanike u javnoj upravi.

Hipoteza H15e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji političkog povjerenja u odnosu na prebivalište ispitanika.” se prihvaća.

Hipoteza H16a “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na spol.” se odbacuje. Iz rezultata bivarijatne analize, odnosno T testa nezavisnih uzoraka vidljivo je da su pripadnice ženskog spola sklone davati više ocjene konstrukta kvalitete života od muškog spola i to: cijene usluga i proizvoda (Ž 5,22, M 5,04), cijene nekretnina (Ž 5,37, M 5,01) te ovisnost o turističkim prihodima (Ž 5,23, M 4,83).

Razlozi zbog kojih žene drugačije percipiraju kvalitetu života u destinaciji mogu biti različiti. S obzirom na veliki jaz između spolova koji je na štetu ženskog roda, kada je u pitanju stupanj obrazovanja (van Bavel et al., 2018), razina osobnog dohotka (Sauer et al., 2020) ili broj žena uključenih u aktivne političke procese donošenja odluka ili institucije (Hinojosa et al., 2017; Ramstetter et al., 2020), nije čudno da su žene ranjivije kada su u pitanju financijska snaga ili ovisnost o turističkim prihodima. Znanstveno diskutabilna, ali općeprihvaćena činjenica koja

govori o većoj osjetljivosti žena i pojačanoj intuitivnoj naravi mogla bi objasniti višu razinu perceptivnosti ženskog spola u odnosu na muški spol.

Hipoteza H16b “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na godine života.” se prihvaća.

Hipoteza H16c “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća.

Hipoteza H16d “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na radni status.” se prihvaća.

Hipoteza H16e “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje. Rezultati pokazuju značajne razlike između ispitanika koji rade u znanstvenoobrazovnim institucijama, nevladinim organizacijama i ispitanicima koji su se deklarirali pod ostalo u odnosu na državnu upravu te regionalnu i lokalnu samoupravu.

Hipoteza H16f “Ne postoji statistički značajna razlika u percepciji kvalitete života u destinaciji u odnosu na prebivalište ispitanika.” se prihvaća. Rezultati potvrđuju da je percepcija kvalitete života ista neovisno o prebivalištu ispitanika, što ide u prilog tvrdnjama teoretičara društvene razmjene da ljudska bića (u ovom slučaju ispitanici u istraživanju) svoje osobne analize troškova i koristi rade na sličan način.

Hipoteza H17a “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na spol.” se prihvaća. Podrška održivom razvoju turizma je autentično inherentna ispitanicima bez obzira na spolnu pripadnost.

Hipoteza H17b “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na godine života.” se odbacuje.

Rezultati analize pokazuju da ispitanici u dobnoj skupini od 25-34 godine života imaju različit stav u podršci održivom razvoju turizma u odnosu na dobne skupine od 45-54 te 35-44 godine života.

Hipoteza H17c “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na stupanj obrazovanja.” se prihvaća. Obrazovanje se još jednom pokazalo kao indikator koji nije presudan u određivanju percepcije ispitanika, u ovom slučaju u kontekstu podrške održivom razvoju turizma.

Hipoteza H17d “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na radni status.” se prihvaća. Radni status, sukladno rezultatima analize, pokazuje da nije značajan faktor podrške održivom turizmu.

Hipoteza H17e “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.” se odbacuje.

Sukladno teoriji društvene razmjene, stanovnici imaju pozitivni stav prema turističkim aktivnostima ako vide da od tih aktivnosti imaju veće ekonomske dobitke ili neke druge osobne koristi (Lankford, S. V., & Howard, 1994).

Rezultati bivarijatne analize pokazuju da su ispitanici zaposleni u turizmu više skloni iskazivati podršku razvoju turizma od onih zaposlenih u nevladinim organizacijama ili su aktivisti te da isti omjer postoji i kada je u pitanju odnos između ispitanika u nevladinim organizacijama i ispitanicima zaposlenima u državnoj, regionaloj i lokalnoj samoupravi. Rezultati ovog istraživanja otkrili su da postoji različitost kada su u pitanju ispitanici zaposleni u znanstvenoobrazovnim institucijama i oni koji su se uzjasnili pod ostalo (umirovljenici i nezaposleni). Može se zaključiti da ispitanici koji imaju koristi od turizma imaju i veću sklonost iskazivanju podrške održivom turizmu nego oni ispitanici koju takvu korist nemaju. Teorija društvene razmjene i u ovom slučaju može poslužiti kao odlučujući argument u pojašnjenju rezultata (Emerson, 1976).

Hipoteza H17f “Ne postoji statistički značajna razlika u podršci održivom razvoju turizma u destinaciji u odnosu na prebivalište ispitanika.” se odbacuje.

Iz rezultata T testa vidljivo je da stanovnici Budve podupiru razvoj turizma zbog ekonomskih koristi koje turizam donosi u većoj mjeri od stanovnika Rovinja, iako i jedni i drugi daju značajno visoke ocjene (Budva 5,52, Rovinj 5,14). Stanovnici Budve ocijenili su sa središnjom ocjenom 5,57 da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice, dok je Rovinj dao ocjenu 5,10. Ponos što žive u destinaciji lokalna zajednica Budve je izrazila ocjenom 5,40, a Rovinja 5,52.

Iako su rezultati T testa pronašli značajne razlike u ocjenama konstrukta podrške održivom razvoju turizma u odnosu na prebivalište ispitanika, relativno visoke ocjene u objema destinacijama pokazuju da pozitivni turistički utjecaji, visoka razina političkog povjerenja kao posljedica dobro organizirane i pozitivno usmjerene političke moći doprinose podršci lokalne zajednice održivom razvoju turizma (Chandralal, 2010).

8. ZAKLJUČAK

Političko okruženje je kompleksan koncept nedovoljno istražen u kontekstu održivog razvoja turizma. Ovo istraživanje potvrđuje njegovu ključnu ulogu u strateškim i operativnim procesima u destinaciji i dioničkoj mreži koja je isprepletana različitim tipovima dionika od kojih neki imaju dijametralno suprotne stavove i interese, ali također nalaže daljnju analizu koncepta.

Fokus istraživanja je bio usmjeren na dva ključna elementa političkog okruženja: političku moć i političko povjerenje u kontekstu održivog razvoja turizma. Politička moć je koncentrirana u javnim institucijama koje svojim akcijama, u okviru svojih nadležnosti te u zakonodavnom okviru, provode javne politike u korist cjelokupne zajednice, na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini. Bazirana na stručnosti i argumentima kompetencija zakonski utemeljena politička moć kreira političko povjerenje koje je nužan preduvjet za rast i razvoj zajednice. Vjera lokalne zajednice u javne institucije te institucionalne predstavnike je temelj zdravih međusobnih odnosa koji za cilj imaju blagostanje svih dionika u zajednici. Stupanj političkog povjerenja može biti relevantna informacija o percepciji političke moći u lokalnoj zajednici. Represivna, negativno usmjerena, koruptivna i nekompetentna politička moć koja ne djeluje u skladu sa zakonodavnim okvirom ne može stvoriti okruženje povjerenja niti može voditi razvojne procese. Lokalna zajednica, u kojoj takva politička moć djeluje, ima izbore koji su ponekad ograničeni te mogu svoju volju iskazati na političkim izborima i izabrati drugu političku opciju za koju misle da bi mogla ispuniti njihova očekivanja, uz uvjet da se radi o demokratskim društvima.

Politička moć, čija je glavna svrha djelovati s ciljem zajedničke dobrobiti, je konstruktivna sila i društveno „ljepilo“ koje spaja i drži na okupu partikularne interese i suprotne stavove balansirajući vješto kroz kompleksnu mrežu odnosa u zajednici.

Diskurs odgovornog održivog turizma zahtijeva visoku razinu odgovornosti lokalne zajednice koja svojim pomno i strateški osmišljenim planovima i akcijama može doprinijeti ostvarenju ultimativnog cilja: blagostanja za sve pripadnike dioničke mreže u destinaciji.

Politički dionici imaju jasnu zadaću kreiranja pogodnog poslovnog i životnog okruženja u kojem lokalna industrija, lokalni stanovnici, turisti, udruge i sve ostale involvirane strane mogu ostvariti svoje interese, ali na način koji ne ugrožava kvalitetu života u destinaciji niti oduzima budućnost novim naraštajima. Političko okruženje donosi zakone, regulativu, propisuje norme i donosi nacionalne strategije na temelju kojih se dalje odvija razvoj, otvara prostor za

međudijalog, uspostavlja društvo političkog povjerenja, brine o sigurnosti i zaštiti svih uključenih. Održivost promatrana kroz tri stupa održivosti, sociokulturni, ekonomski i okolišni, je neodvojivi dio javnih politika. Prekomjerna upotreba ograničenih i neobnovljivih resursa dovela je do svjetske krize u kojoj klimatske promjene, potresi, pandemije, ratovi i glad dodaju našoj stvarnosti još veću težinu te istovremeno stvaraju zabrinutost koja u sadašnjem trenutku nije više samo deklarativna, nego postaje pokretač u traženju rješenja. Međutim, neoliberalni kapitalistički sistem koji je prevladao na svjetskoj sceni promovira profit kao ultimativnu mjeru čovjeka i svijeta. *Homo oeconomicus* ne može biti rješenje problema održivosti. Nužna je jasna promjena paradigme u novu zajedničku paradigmu održivosti koja promovira suradnju, brigu za ljude i planet Zemlju, ograničavanje iskorištavanja prirodnih dobara, uvođenje alternativnih načina proizvodnje i prijevoza te novog inovativnog načina razmišljanja.

Nužnost djelovanja pojedinca u zajednici i sa zajednicom prepoznaje i Taylor (1992) koji tvrdi da čovjek ne može konstituirati svoja politička i etička načela bez prihvatanja svoje temeljne prirode koja ga upućuje na biće s identitetom koje treba imperativne, moralne prosudbe te da koristi jezik koji ne može postojati izvan ljudske zajednice. Imperativi, moralne prosudbe, jezik i ostali atributi posljedica su političkog upravljanja i suživota politike s realnošću, direktnim ili indirektnim načinima.

Akcija bazirana na svjesnosti i agendama održivosti, kako ju propisuje i Triple A model (Mihalič i sur., 2020), mora biti stalno prisutna i progresivna. Akcijama i promjenama paradigme postoji mogućnost da svijet oblikujemo u boljem smislu te da *homo oeconomicus* zamijeni *homo sustinens*.

Održivo odgovorni turizam inkluzivno promatra promjenjivi destinacijski model sastavljen od dionika, procesa, sociokulturnog, društvenog, okolišnog, ekološkog i političkog okruženja koji živi i djeluje kroz sve pravce, horizontalno, vertikalno, interaktivno te s različitim intenzitetima akcije ovisno o situacijama, potrebama i mogućnostima.

Definicija, opisivanje, analiza i sistematizacija prethodnih znanja o konceptu političkog okruženja te njegovom utjecaju na održivi razvoj turizma u destinaciji bili su početni koraci konceptualnog cilja istraživanja.

Empirijski cilj istraživanja se sastojao od ispitivanja pouzdanosti i valjanosti upitnika, ocjeni konstrukata konceptualnog modela uz pomoć metoda deskriptivne statističke analize, bivarijatne statističke analize, multivarijatnih statističkih metoda: eksplorativne i konfirmatorne

faktorske analize, modeliranja strukturalnim jednadžbama metodom najmanjih parcijalnih kvadrata (PLS-SEM) te višegrupnom analizom (MGA).

Implikacije i preporuke za moguću upotrebu predloženog modela mjerenja utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj destinacije postavljeni su kao aplikativni cilj istraživanja.

Hipoteze istraživanja su postavljene na temelju prethodnih saznanja o problemu istraživanja i na temelju prethodnih modela mjerenja utjecaja političkog okruženja te je postavljen konceptualni model mjerenja utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji. Hipoteze su pretpostavile direktnu značajnu povezanost koncepata političke moći i političkog povjerenja kao dva ključna elementa političkog okruženja s pozitivnim i negativnim turističkim utjecajima, kao i njihovu povezanost s konceptima kvalitete života i podrške održivom razvoju turizma u destinaciji.

Rezultati istraživanja su potvrdili usku povezanost političke moći i političkog povjerenja te je hipoteza H1 o značajnoj direktnoj povezanosti koncepta političke moći prihvaćena.

Hipoteze koje tvrde da postoji značajna direktna povezanost političkog povjerenja i turističkih utjecaja (pozitivnih i negativnih) H2 i H3 također potvrđuju važnost dobro uređene zajednice koja smisleno i planski radi na poboljšanju životnih uvjeta lokalne zajednice. Povjerenje je ključni element koji omogućava da svi dionici rade zajedno u korist ostvarenja ciljeva održivog razvoja koji uzima u obzir sve vrijednosti lokalne zajednice. Visoki stupanj političkog povjerenja odražava i visok stupanj razumijevanja lokalne zajednice kada su u pitanju pozitivni i negativni turistički ishodi. Lokalna zajednica prepoznaje okolišne probleme kao što su ugrožavanje prirodnog okoliša, nedovoljno razvijena ekološka svijest o potrebi recikliranja i upotrebi alternativnih načina proizvodnje, prekomjerni turizam koji producira gentrifikaciju i alijenaciju u tradicionalnim destinacijama koje njeguju svoje kulturno naslijeđe, materijalno i nematerijalno. Kvaliteta života je ozbiljno ugrožena porastom cijena nekretnina i usluga te povećanom ovisnošću o turizmu kao najvažnijem izvoru prihoda koji se nameće kao rješenje svih problema. Hipoteza H4 se prihvaća, a negativni predznak koeficijenta puta pokazuje da lokalna zajednica pravilno uočava negativnosti koje su nusproizvod turizma.

Politička moć može biti i negativna i pozitivna sila, a to uvijek ovisi o načinu na koji ju se upotrebljava. Politički dionici, odnosno predstavnici institucija državne uprave, regionalne i lokalne samouprave mogu služiti lokalnoj zajednici časno, stručno, kompetentno i u skladu sa zakonom, ali mogu biti i koruptivni, nestručni i bez legitimnog autoriteta te time stvoriti veću štetu od koristi, a u drastičnim situacijama mogu dovesti do protesta i nemira te političkih kriza.

Važnost političkog povjerenja se potvrdila u hipotezama koje su pretpostavile značajnu direktnu vezu s konstruktima pozitivnih turističkih utjecaja (H5 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i pozitivnih turističkih utjecaja; H6 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i negativnih turističkih utjecaja.) i kvalitete života (H7 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta političkog povjerenja i kvalitete života.). Političko povjerenje je nužan faktor u dioničkoj mreži bez kojeg nijedna društvena zajednica ne može funkcionirati na ispravan način niti može raditi na napretku i ostvarenju ciljeva održivog razvoja. Atmosfera nepovjerenja u javne institucije, nepostojanje jednakih mogućnosti u zajednici za sve njene članove, nedostatak informacija o javnim poslovima i javnim politikama, nemogućnost slobodnog izbora i izražavanja vlastitog mišljenja, nepostojanje stručnih i kompetentnih javnih službenika te izbjegavanje i zaobilaznje zakonodavnih obveza nisu odraz zdrave zajednice. Zdrava zajednica je osviješteni skup educiranih stanovnika kojima je iskreno stalo do zajedničkog prosperiteta i bolje budućnosti.

Kada je riječ o turističkim utjecajima, oni bitno kreiraju raspoloženje lokalne zajednice te su tako potvrđene značajne direktne veze pozitivnih turističkih utjecaja na podršku održivom turizmu (H9 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta pozitivnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu.) te značajne direktne veze negativnih turističkih utjecaja na kvalitetu života u destinaciji (H10 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta negativnih turističkih utjecaja i kvalitete života.). Kada je riječ o prednostima koje turizam ima za lokalnu zajednicu, počevši od mogućnosti razvoja gastronomske scene, distribucije lokalnih proizvoda turistima, veće mogućnosti zapošljavanja i ostvarivanja većih osobnih dohodaka, svakako utječu na podršku turizmu. Kako bi turistička destinacija bila konkurentnija i atraktivnija, lokalne zajednice ulažu napore u očuvanju svojih kulturnih dobara, tradicionalnog nasljeđa, kulturne materijalne i nematerijalne baštine. Rezultati tih napora nisu ograničeni isključivo na turiste, nego u tim koristima mogu uživati i lokalni stanovnici. Stimulativno investicijsko okruženje još je jedan značajan pokretač u postizanju blagostanja u destinaciji.

Nisu se potvrdila predviđanja o direktnoj značajnoj povezanosti pozitivnih turističkih utjecaja i kvalitete života (H8 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta pozitivnih turističkih utjecaja i kvalitete života.) te negativnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu (H11 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta negativnih turističkih utjecaja i podrške održivom turizmu.). Nameće se logičan zaključak da

lokalna zajednica veći značaj pridaje pozitivnim turističkim utjecajima koji pretežu nad negativnim ishodima. Ishodi analize troškova i koristi potvrđuju da su pozitivni ishodi najvažniji i određujući element ponašanja lokalnih stanovnika kada je riječ o podršci održivom turizmu u destinaciji. Zaključno, hipoteza o direktnoj vezi između kvalitete života i podrške održivom turizmu (H12 Postoji statistički značajna direktna povezanost između koncepta kvalitete života i podrške održivom turizmu) je odbačena. Ova veza je potvrđena u prethodnim mjerenjima utjecaja političkog okruženja u destinaciji (Mihalič, 2016). Kako se kvaliteta života promatrala kroz financijsku snagu i slabost te ovisnost o turizmu kao izvoru prihoda, možda je usredotočenost na samo materijalnu stranu kvalitete života ograničila percepciju lokalne zajednice te je usmjerila na većinom negativne reakcije u smislu podrške održivom turizmu. Ovo ograničenje istraživanja bi svakako trebalo razmotriti u nekim novim istraživačkim pristupima.

Hipoteza H13, koja je trebala potvrditi snažnije strukturalne veze u destinaciji istraživanja Rovinj nego u destinaciji Budva, djelomično se prihvatila.

Strukturalna veza između političke moći i političkog povjerenja je pokazala snažniji odnos u Rovinju nego u Budvi pa se presumpcija istraživača o mogućim razlikama između destinacija istraživanja potvrdila. Hipoteza je pretpostavila da je razlog ne/pripadnost Europskoj uniji koja za posljedicu ima neuređenost političkog i društvenog sistema, prisustvo koruptivnih i nestručnih službenika, niska razina razvijenosti civilnog društva. Politička nestabilnost koja je pratila izborni proces u Crnoj Gori 2020. jasno je pokazala da Crna Gora mora i dalje ulagati ozbiljne napore u jačanje civilnog društva i usvajanje europskih vrijednosti (Gjenero, 2020; Miladinović.A., 2020).

Gjenero (2020) tvrdi da je ključan problem Crne Gore korupcija, koja je strukturalni problem u svim balkanskim državama protiv koje je jedini lijek smjena vlasti. Kada se smjene vlasti događaju prečesto tada javna uprava stječe „samopouzdanje, načelo kompetencije zamjenjuje načelo partijske podobnosti u upravi, pa administrativna vlast postaje svojevrsnim kontrolorom politike, kao što bi to morale biti i sudbena vlast, ali i neovisna javnost.“

Razlike su se pokazale i u strukturalnim odnosima između političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja, što je hipoteza H3a potvrdila kao indirektnu strukturalnu vezu između političke moći i pozitivnih turističkih utjecaja kroz političko povjerenje kao medijatora.

Političko povjerenje, negativni turistički utjecaji i kvaliteta života kroz svoj strukturalni odnos pokazuju snažnije odnose za Rovinj u odnosu na Budvu još jednom potvrđujući da klima

povjerenja, informiranost, razvijeno civilno društvo ispravno prepoznaju moguće štete od neučinkovitog upravljanja, klimatskih opasnosti, ekonomskih poteškoća.

Pozitivni turistički utjecaji, negativni turistički utjecaji i podrška održivom turizmu u svojim strukturalnim odnosima (H9, H11) su snažniji u Rovinju nego u Budvi.

Ostali strukturalni odnosi (H2, H4, H5, H8, H10, H12) nisu pokazali značajna statistička odstupanja u destinacijama istraživanja.

Rezultati ovog istraživanja nisu potvrdili zaključke prethodnika u cijelosti te je vrlo jasno da je istraživanje društvenih fenomena kompleksno i zahtjevno. Političko okruženje je iznimno zanimljiv društveni konstrukt koji zahtijeva daljnju znanstvenu aktivnost.

Implikacije ovog istraživanja političkog okruženja mogu biti višestruke. Političkim dionicima ukazuju na potrebu da zajedno sa lokalnom zajednicom pronađu alternativna rješenja njihovih problema, da u javne politike uključe sve dionike u destinaciji, neovisno o njihovoj financijskoj snazi ili statusu u društvu te kontinuirano rade na poboljšanju javnih usluga i kvalitete života dajući priliku turistima da provedu kvalitetno slobodno vrijeme uz vrhunsku uslugu, kao i da turizmu daju priliku da radi i ostvari prihode od svog posla.

Lokalna zajednica mora biti snažnije uključena u procese planiranja putem različitih vidova informiranja, edukacija, usvajanjem i vježbanjem praksi civilnih organizacija. Lokalna vlast mora snažno usmjeravati gospodarske aktivnosti posebno turizam ka održivosti promovirajući popularne prakse poput državnih i sličnih subvencija, nagrada za razvoj održivosti, oslobađanjem dijela poreza zbog kvalitetnih održivih poslovnih politika, poticati sveopću uključenost lokalnog stanovništva u održive programe. Strateški planovi su čvrsta baza za operativno djelovanje, ali ponekad se dogodi da se ti isti planovi ne mogu realizirati iz više razloga. Najčešći problem koji se susreće u operativnim procesima je nedostatak financijskih sredstava koji onemogućuje progres te zahtijeva rezanje troškova, što u konačnici dovodi do neispunjenja zadanih ciljeva. Nezadovoljstvo dionika u destinaciji može kulminirati revoltom i protestima koji nisu samo deklarativne naravi nego se stranke u procesu sukobljavaju na formalnim razinama koristeći pravne mogućnosti i pozicije moći kako bi zadovoljile vlastite interese. Ako zakonska regulativa nije precizno definirana, pojedini dionici mogu iskoristiti „rupe“ u zakonskoj regulativi u svoju korist, a na štetu ostalih dionika. Otvorena dvosmjerna komunikacija je čvrsti temelj dobro organizirane i zajedničkom cilju usmjerene lokalne zajednice. Transparentnost procesa je jednako važan element u kreiranju javnih politika. Lokalna zajednica u cijelosti mora biti informirana o svim javnim poslovima koji se odvijaju u

destinaciji te mora imati dostupne alate pomoću kojih može djelovati u skladu s načelima održivosti i demokracije. Odgovornost nije isključiva, ona je zajednička svim dionicima i svi ju trebaju provoditi. Održivost nije pitanje pojedinca, ona je pitanje opstanka cijele ljudske zajednice.

Provođenje istraživanja fokusirano isključivo na destinacije Rovinj i Budva je jedno od ograničenja istraživanja. Istraživanje se odvijalo u dvjema destinacijama smještenima u dvjema različitim državama koje su formalno različite u smislu pripadanja Europskoj uniji te je istaknuta pretpostavka različitih percepcija lokalne zajednice u odabranim destinacijama u odnosu na koncepte istraživanja. Buduća istraživanja bi mogla uzeti u obzir destinacije koje pripadaju istom formalnom okviru, kao npr. Europska unija ili neformalnom okviru poput nordijskih zemalja. U državama poput Švedske, Danske ili Norveške, koje se smatraju visokorazvijenim društvima koja imaju dugu povijest snažno razvijenog civilnog društva, istraživanje utjecaja političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji bi moglo dati sasvim drugačije rezultate.

Umjesto kvantitativnog pristupa koji je korišten u ovom istraživanju, preporuka budućim istraživačima je korištenje kvalitativnog pristupa koji bi omogućio drugačijim metodama prikupljanja podataka, poput dubinskih intervjuja ili fokus grupa, dublja saznanja o konceptu političkog okruženja. U kvantitativnom istraživanju nije moguće izlaziti iz okvira koje je istraživač već unaprijed zacrtao upotrebom mjernih ljestvica s već unaprijed određenim pitanjima na temelju prethodnih znanstvenih radova. Dubinski intervjui otvaraju mogućnost da ispitanici tijekom ispitivanja zađu dublje u teme razgovora te se može nenadano doći do vrijednih spoznaja o problemu istraživanja koje na samom početku nisu bile prepoznate kao bitne. Kvalitativni pristup istraživanju je kompleksniji zbog velike količine podataka koju tek naknadno treba selektirati i sistematizirati, što iziskuje puno vremena, ali finalni rezultati bi mogli biti zanimljivi.

Ispitivanje putem upitnika se odvijalo većim dijelom *online* tako da je nedostatak ljudskog elementa možda bio problematičan. Preporuka za buduće istraživače je da se ispitivanje putem upitnika provede u direktnim kontaktima s ispitanicima. Vremenski okvir istraživanja bio je kratak te se preporučuje duži rok za provođenje istraživanja kao i preporuka da provođenje istraživanja bude u nekim drugim vremenskim razdobljima. Jedna od preporuka vezano uz razdoblje provedbe istraživanja je *pre* i *post* istraživanje koje bi se provodilo u razdoblju prije lokalnih izbora i poslije njih.

LITERATURA

Članci i knjige:

1. Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28–48.
2. Adu-Ampong, E. A., & Kimbu, A. N. (2019). The Past, Present and Future of Sustainability in Tourism Policy and Planning in Sub-Saharan Africa. *Tourism Planning and Development*, 16(2), 119–123. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1580836>
3. Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26-33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005>
4. Akbar, I., Yang, Z. P., Han, F., & Kanat, G. (2020a). The Influence of Negative Political Environment on Sustainable Tourism: A Study of Aksu-Jabagly World Heritage Site, Kazakhstan. *Sustainability*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/su12010143>
5. Alegre, J., & Garau, J. (2010). Tourist Satisfaction and Dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52–73. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.07.001>
6. Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1993). Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development: *Journal of Travel Research*, 31(4), 27-33. doi:[10.1177/004728759303100405](https://doi.org/10.1177/004728759303100405)
7. Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The Impact Of Tourism Development On Residents' Perceptions Of Community Life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/004728758802700104>
8. Almeida García, F. & Balbuena, A. & Macias, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13(1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002>
9. Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The Civic Culture*. Princeton University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt183pnr2>
10. Al-Saghier, H., Ford, M., Nguyen, A., & Hexel, R. (2009). Conceptualising Citizen's Trust in e-Government: Application of Q Methodology. *Electronic Journal of E-Government*, 7(4), 295–310.

11. Amit, R., & Schoemaker, P.J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Southern Medical Journal*, 14, 33-46.
12. Andereck, K. L. K. L., & Nyaupane, G. P. G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
13. Anić, I. D., & Rajh, E. (2008). An analysis of demographic and benefit sought effects on purchasing outcomes in the Croatian footwear market. *Ekonomski Pregled*, 59(5–6), 222–242.
14. Ap, J. (1992b). Residents’ perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
15. Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents’ strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47–50. <https://doi.org/10.1177/004728759303200108>
16. Aref, F. (2011). The effects of tourism on quality of life: A case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, 8(2), 26–30.
17. Arrow, K. (1970). Political and economic evaluation of social effects and externalities. <https://www.nber.org/books-and-chapters/analysis-public-output/political-and-economic-evaluation-social-effects-and-externalities> (pristupljeno 24.9.2021.)
18. Asgary, A., & Ozdemir, A. I. (2020). Global risks and tourism industry in Turkey. *Quality and Quantity*, 54(5–6), 1513–1536. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00902-9>
19. Atkinson, A. B. (2003). Multidimensional deprivation: contrasting social welfare and counting approaches. *Journal of Economic Inequality*, 1(1), 51–65. <http://www.springerlink.com/index/QM617882U0U321VJ.pdf>
20. Ayuso, S., Rodríguez, M. A., García-Castro, R., & Ariño, M. A. (2014). Maximizing Stakeholders’ Interests: An Empirical Analysis of the Stakeholder Approach to Corporate Governance. *Business and Society*, 53(3), 414–439. <https://doi.org/10.1177/0007650311433122>
21. Bacharach, S.B., Lawler, E.J.. (1976). the perception of power. *Social Forces*, 55(1), 123-134. <https://doi.org/10.1093/SF%2F55.1.123>

22. Bacon, L., & Associates, L. B. (2014). Using LISREL and PLS to Measure Customer Satisfaction La Jolla CA. October.
23. Barber, B. (1984), *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley. University of California Press.
24. Barclay, D., Higgins, C Thompson, R. (1995). The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modelling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration. *Technology Studies, Special Issue on Research Methodology*, 2(2), 2085–2309.
25. Barkin, D. (2000). Overcoming the neoliberal paradigm: Sustainable popular development. *Journal of Developing Societies*, 16(1), 163–180.
<https://doi.org/10.1163/156852200512030>
26. Barnes, S. H. (1965). Karl W. Deutsch. The nerves of government: Models of political communication and control. New York: The Free Press, 1963. In *Behavioral Science*. 10(1), John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bs.3830100108>
27. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
28. Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00114-3](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00114-3)
29. Barquet, A., Osti, L., & Brida, J. G. (2010). Residents' Attitudes and Perceptions of Tourism Impacts and Their Policy Implications. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.1559991>
30. Bar-Tal, D. & Jacobson, D. (1998). The elusive concept of security and its expression in Israel. In A. K. D. Bar-Tal, D. Jacobson (Ed.), *Security concerns: Insights from the Israeli experience* (pp. 15–36). Stamford, CT: JAI.
31. Bass, B. M. (1990). From transactional to determining for a group of loyal transformational leadership: learning to followers, the direction, pace, and share vision. In *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-32
https://www.mcgill.ca/engage/files/engage/transformational_leadership_bass_1990.pdf

32. Batson, D. C., & Shaw, L. L. (1991). Evidence for altruism: Toward a Pluralism of Prosocial Motives. *Psychological Inquiry*, 2(2), 107–122.
https://doi.org/10.1207/s15327965pli0202_1
33. Becker, J. M., Rai, A., Ringle, C. M., & Völckner, F. (2013). Discovering unobserved heterogeneity in structural equation models to avert validity threats. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 37(3), 665–694.
<https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.3.01>
34. Beetham, D. (1996). *Bureaucracy*. Buckingham: Open University Press.
35. Benckendorff, P., Edwards, D., Jurowski, C., Liburd, J. J., Miller, G., & Moscardo, G. (2009). Exploring the Future of Tourism and Quality of Life. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 171–183. <https://doi.org/10.1057/thr.2009.7>
36. Bendor, J., & Mookherjee, D. (1990). Norms, Third-Party Sanctions, and Cooperation. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 6(1), 33–63.
<http://www.jstor.org/stable/764790>
37. Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607–629. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015>
38. Beritelli, P., & Laesser, C. (2011). Power dimensions and influence reputation in tourist destinations: Empirical evidence from a network of actors and stakeholders. *Tourism Management*, 32(6), 1299–1309. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.010>
39. Bianchi, R. v. (2004). Tourism restructuring and the politics of sustainability: A critical view from the European periphery (the Canary Islands). *Journal of Sustainable Tourism*, 12(6), 495–529. <https://doi.org/10.1080/09669580408667251>
40. Bianco, W. T. (1994). Trust : representatives and constituents. Ann Arbor (Mich.) : University of Michigan press. <http://lib.ugent.be/catalog/rug01:000345137>
41. Bigano, A., Gorla, A., Hamilton, J., Tol, R. S. J., Lavoro, N. D. I., Eni, F., & Mattei, E. (2005). The Effect of Climate Change and Extreme Weather Events on Tourism, Nota di Lavoro, No. 30.2005, Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM), Milano. web site: www.feem.it (pristupljeno 24.6.2021.)

42. Bimonte, S., & Punzo, L. F. (2016). Tourist development and host-guest interaction: An economic exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 58(5), 128–139.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.03.004>
43. Blau, P. M. (2017). Exchange and power in social life. *Exchange and Power in Social Life*, 1–352. <https://doi.org/10.4324/9780203792643>
44. Boley, B. B., McGehee, N. G., & Tom Hammett, A. L. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66–77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.002>
45. Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014a). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49(11), 33–50.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.005>
46. Bouckaert, G., & van de Walle, S. (2003). Comparing measures of citizen trust and user satisfaction as indicators of “good governance”: Difficulties in linking trust and satisfaction indicators. *International Review of Administrative Sciences*, 69(3), 329–343.
<https://doi.org/10.1177/00208523030693003>
47. Bourdieu, P. (1998). The essence of neoliberalism. *Le Monde Diplomatique*.
<https://mondediplo.com/1998/12/08bourdieu> (pristupljeno 2.2.2022.)
48. Bramwell, B. (2011). Governance, the state and sustainable tourism: A political economy approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 459–477.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576765>
49. Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.1080/09669589309450696>
50. Bramwell, B., & Lane, B., (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
51. Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the *Journal of Sustainable Tourism*: looking back and moving forward.

Journal of Sustainable Tourism, 25(1), 1–9.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1251689>

52. Brehm, J., & Savel, M. (2019). "What Do Survey Measures of Trust Actually Measure?". In *Trust in Contemporary Society*. Leiden, The Netherlands: Brill.
https://doi.org/10.1163/9789004390430_013
53. Brenner, N., & Elden, S. (2009). Henri Lefebvre on state, space, territory. *International Political Sociology*, 3(4), 353–377. <https://doi.org/10.1111/j.1749-5687.2009.00081.x>
54. Britton, S. (1982). Political economy of tourism: A critical perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1276–1277. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2012>.
55. Britton, S. (1991). Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9(4), 451–478.
<https://doi.org/10.1068/d090451>
56. Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19(5), 409–421. DOI: [10.1016/S0261-5177\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00038-7)
57. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2, 377–389. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
58. Buhalis, D., & O'Connor, P. (2005). Information Communication Technology Revolutionizing Tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 7–16.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081482>
59. Bulkeley, H. (2005). Reconfiguring environmental governance : towards a politics of scales and networks.'. *Political Geography*, 24(8), 875–902.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.polgeo.2005.07.002>
60. Butler, J. K., Jr., & Cantrell, R. S. (1984). A behavioral decision theory approach to modeling dyadic trust in superiors and subordinates. *Psychological Reports*, 55, 19-28.
61. Butler, R. (2010). Sustainability or Stagnation? Limits on development in tourist destination. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1). 10-23.
https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/423/1/4_ejthr_vol1_issue1_Sustainability_or_stagnation.pdf (pristupljeno 10.11.2021.)

62. Butler, R. (2018). Sustainable tourism in sensitive environments: A Wolf in sheep's clothing? *Sustainability (Switzerland)*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/su10061789>
63. Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/J.1541-0064.1980.TB00970.X>
64. Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
65. Byrd, E.T., Cardenas, D.A. & Greenwood, J. B. (2008). Factors of stakeholder support for sustainable tourism: the case of Eastern North Carolina. *Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 192–204.
66. Calzada, I. (2019). Local entrepreneurship through a multistakeholders' tourism living lab in the post-violence/peripheral era in the Basque Country. *Regional Science Policy and Practice*, 11(3), 451–466. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12130>
67. Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su10023303>
68. Carter, N. M. (1986). [Review of *General and Industrial Management*, by H. Fayol]. *The Academy of Management Review*, 11(2), 454–456. <https://doi.org/10.2307/258475>
69. Ceron, J. & Dubois, G. (2003). Tourism and Sustainable Development Indicators: The Gap between Theoretical Demands and Practical Achievements. *Current Issues in Tourism*, 6, 54–75. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500308667944>
70. Chandralal, P. K. L. (2010). Impacts of Tourism and Community Attitude towards. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41–47. <http://www.sajth.com/old/vol3/05Kotuwegoda.pdf>
71. Chang, B. Y., Magobe, M. J., & Kim, Y. B. (2015). E-commerce applications in the tourism industry: A Tanzania case study. *South African Journal of Business Management*, 46(4), 53–63. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v46i4.109>

72. Cheer, J. M., Milano, C., & Novelli, M. (2019). Tourism and community resilience in the Anthropocene: accentuating temporal overtourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(4), 554–572. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1578363>
73. Chekland, P. (1999). *Systems Thinking, Systems Practice: includes a 30-year retrospective*. Chichester : John Wiley and Sons Ltd.
74. Chen, Z., Chan, I. C. C., Mehraliyev, F., Law, R., & Choi, Y. (2021). Typology of people–process–technology framework in refining smart tourism from the perspective of tourism academic experts. *Tourism Recreation Research*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1969114>
75. Cheong, S. M., & Miller, M. L. (2000). Power and tourism: A Foucauldian observation. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 371–390. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00065-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00065-1)
76. Chernev, A. (2003). When More Is Less and Less Is More: The Role of Ideal Point Availability and Assortment in Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 170–183. <https://doi.org/10.1086/376808>
77. Chiles, T. H., & McMackin, J. F. (1996). Integrating Variable Risk Preferences, Trust, and Transaction Cost Economics. *The Academy of Management Review*, 21(1), 73-99. <https://doi.org/10.2307/258630>
78. Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. In Marcoulides G. A. (Ed.). *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336. https://www.researchgate.net/profile/Wynne-Chin/publication/311766005_The_Partial_Least_Squares_Approach_to_Structural_Equation_Modeling/links/0deec533e0f7c00f59000000/The-Partial-Least-Squares-Approach-to-Structural-Equation-Modeling.pdf (pristupljeno 3.11.2020.)
79. Chin, W. W. (2010). Handbook of Partial Least Squares. In *Handbook of Partial Least Squares*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
80. Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). *An Introduction to a Permutation Based Procedure for Multi-Group PLS Analysis: Results of Tests of Differences on Simulated Data and a Cross Cultural Analysis of the Sourcing of Information System Services Between Germany and the USA*. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_8

81. Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274–1289.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>
82. Church, A., & Coles, T. (2007). Tourism and the many faces of power. In *Tourism, power and space* (pp. 269–283). Routledge.
83. Citrin, J., Muste, C. (1999). Trust in government. In L. S. Robinson, J.P., Shaver, P.R., Wrightsman (Ed.), *Measures of political attitudes* (pp. 465–532). San Diego Academic Press.
84. Claudio Milano, Marina Novelli & Joseph M. Cheer (2019) Overtourism and degrowth: a social movements perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, 27:12, 1857-1875.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1650054>
85. Cocola Gant, A. (2014). The invention of the Barcelona Gothic Quarter. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 18–34.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2013.815760>
86. Coffey, H. (2018). *Venice tourists could be fined £500 for sitting down*.
www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/venice-sitting-ban-fine-tourists-overtourism-sitmayor-luigi-brugnar-a8547086.html (pristupljeno 15.5.2021.)
87. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd Edition). Routledge, New York. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
88. Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
<https://doi.org/10.1037//0033-2909.112.1.155>
89. Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94,1–27. https://www.crcresearch.org/files-crcresearch/File/coleman_88.pdf (pristupljeno 15.12.2021.)
90. Converse, P. (1962). Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes. *The Public Opinion Quarterly*, 26(4), 578–599. <http://www.jstor.org/stable/2747307>
91. Cook, K. S., & Emerson, R. M. (1978). Power, Equity and Commitment in Exchange Networks. *American Sociological Review*, 43(5), 721–739.
<https://doi.org/10.2307/2094546>

92. Cook, K. S., Emerson, R. M., Gillmore, M. R., & Yamagishi, T. (1983). The Distribution of Power in Exchange Networks: Theory and Experimental Results. *American Journal of Sociology*, 89(2), 275–305. <https://doi.org/10.1086/227866>
93. Cook, K. S., Hardin, R., & Levi, M. (2005). *Cooperation without trust?*. New York: Russell Sage Foundation.
94. Cooper, C. (2006). Managing tourism knowledge: a review. *Tourism Review*, 73(4), 507-520. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2017-0104>
95. Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900. <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
96. Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. v. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of Management Annals*, 11(1), 479–516. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0099>
97. Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Journal of the Society for General Systems Research*, 2(3), 201–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>
98. Das, T. K., & Teng, B.S. (1998). Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. *The Academy of Management Review*, 23(3), 491–512. <https://doi.org/10.2307/259291>
99. Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
100. De Amorim, Wellyngton Silva de, Blasi Valduga, I. , Pereira Ribeiro, J.M., Williamson, V.G., Krauser, G.E., Magtoto, M.K., & Salgueirinho Osório de Andrade Guerra, J.B., The nexus between water, energy, and food in the context of the global risks: An analysis of the interactions between food, water, and energy security. *Environmental Impact Assessment Review* 72(9), 10-11. <https://doi.org/10.1016/J.EIAR.2018.05.002>
101. de Bruyn, C., & Fernández Alonso, A. (2012). *Tourism Destination Governance* (pp. 221–242). [https://doi.org/10.1108/S2042-1443\(2012\)0000004015](https://doi.org/10.1108/S2042-1443(2012)0000004015)

102. del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 145–150. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>
103. Delli Carpini, M. X. (2005). An overview of the state of citizens' knowledge about politics. In M. S. McKinney, L. L. Kaid, D. G. Bystrom, & D. B. Carlin (Eds.), *Communicating politics: Engaging the public in democratic life* (pp. 27-40). New York: Peter Lang. http://repository.upenn.edu/asc_papers/53 (pristupljeno 14.11.2020.)
104. Dewailly Jean-Michel. Arthur Haulot : Tourisme et environnement, 1974. In: *Hommes et Terres du Nord*, 1975/2. pp. 105-106. https://www.persee.fr/doc/htn_0018-439x_1975_num_2_1_1513_t1_0105_0000_3 (pristupljeno 12.10.2020.)
105. Diaz-Parra, I., & Jover, J. (2021). Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 158–175. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504>
106. Ding, D., Conti, M., & Figueiredo, R. (2019). Wide-Scale Internet Disconnection: Impact and Recovery on Social-Based P2P Overlays. *IEEE Transactions on Network Science and Engineering*, 6(4), 734–747. <https://doi.org/10.1109/TNSE.2018.2871980>
107. Dodds, R., & Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: a review. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 519–528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
108. Dodsworth, S., & Cheeseman, N. (2020). *Political trust: The glue that keeps democracies together*.
109. Doh, J. P., & Guay, T. R. (2006). Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 47–74. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00582.x>
110. Dornbusch, S. M., Scott, W. R., Busching, B. C., & Dornbusch, S.M., Scott, W. R. (1975). *Evaluation and the exercise of authority*. Jossey-Bass San Francisco.

111. Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceeding (pp. 195–198). San Diego
112. Dredge, D., & Jenkins, J. (2008). Tourism planning and policy. *ERA Research Outputs*. <https://doi.org/10.2167/cit050b.0>
113. Državni zavod za statistiku - Popis '21. (n.d.). <https://popis2021.hr/> (pristupljeno 15.11.2021.)
114. Dunn, B. (2009). *Global Political Economy: A Marxist Critique*. London: Pluto Press. https://www.academia.edu/5828756/Global_Political_Economy_A_Marxist_Critique (pristupljeno 15.11.2021.)
115. Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, *OECD Tourism Papers*, 2013/02, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
116. Dwyer, L. (2018). Saluting while the ship sinks: the necessity for tourism paradigm change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 29–48. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1308372>
117. Dwyer, L., Forsyth, P., Madden, J., & Spurr, R. (2010). Economic impacts of inbound tourism under different assumptions regarding the macroeconomy. *Current Issues in Tourism* 3(4), 325-363. <https://doi.org/10.1080/13683500008667877>
118. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J.L. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, 409-422. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2006.04.002ž>
119. Eagles, P.F.J., McCool, S.F., Haynes, C. D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. IUCN - The World Conservation Union. IUCN, Gland, Switzerland, and Cambridge, UK. Xv+183pp. <http://www.iucn.org/bookstore> (pristupljeno 14.6.2020.)
120. Earl, M. J., & Scott, I. A. (1999). Opinion: What is a chief knowledge officer? *MIT Sloan Management Review*, 40(2), 29.

121. Edwards, B., Goodwin, M., Pemberton, S., & Woods, M. (2001). Partnerships, power, and scale in rural governance. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 19(2), 289–310. <https://doi.org/10.1068/c12m>
122. Elangovan, A. R., & Shapiro, D. L. (1998). Betrayal of Trust in Organizations. *The Academy of Management Review*, 23(3), 547–566. <https://doi.org/10.2307/259294>
123. Elliot, J. (1997). *Tourism politics and public sector management*. London. Routledge. [http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/Tourism%20&%20Hotel%20Management/Tourism%20Politics%20and%20Public%20Sector%20Management%20\(1997\).pdf](http://www.microlinkcolleges.net/elib/files/undergraduate/Tourism%20&%20Hotel%20Management/Tourism%20Politics%20and%20Public%20Sector%20Management%20(1997).pdf) (pristupljeno 11.2.2020.)
124. Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.02.080176.002003>
125. Fabrigar, L.R., Wegenner, D. T. (2012). *Exploratory Factor Analysis*. Oxford. New York, Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199734177.001.0001>
126. Fairclough, N. (2002). Discourse, social theory, and social research: The discourse of welfare reform. *Journal of Sociolinguistics*, 4(2), 163-195. <https://doi.org/10.1111/1467-9481.00110>
127. Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. The University of Akron Press. Akron, OH.
128. Fallon, F. (2001) Conflict, Power and Tourism on Lombok, *Current Issues in Tourism*, 4:6, 481-502, <https://doi.org/10.1080/13683500108667899>
129. Farmaki, A. (2015). Regional network governance and sustainable tourism. *Tourism Geographies*, 17(3), 385–407. <https://doi.org/10.1080/14616688.2015.1036915>
130. Farmaki, A., Altinay, L., Botterill, D., & Hilke, S. (2015). Politics and sustainable tourism: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 47, 178–190. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.019>
131. Farrell, H. (2009). Trust, distrust, and power. *Distrust*, 85–105.

132. Feldman, S. (1983). The measurement and meaning of trust in government. *Political Methodology*, 341-354.
133. Filipiak, B.Z., Dylewski, M. & Kalinowski, M. Economic development trends in the EU tourism industry. Towards the digitalization process and sustainability. *Qual Quant* (2020). <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01056-9>
134. Filkins, R.; Allen, J. C., & Cordes, S. (1999) "Predicting community satisfaction among rural residents: an integrative model". *Center for Applied Rural Innovation (CARI)*. 34. <https://digitalcommons.unl.edu/caripubs/34>
135. Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48(6), 621–628. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.48.6.621>
136. Fiske, S.T., Dépret, E. (1996). Control, Interdependence and Power: Understanding Social Cognition in Its Social Context. *European Review of Social Psychology*, 7(1), 31–61. <https://doi.org/10.1080/14792779443000094>
137. Folke, C., Hahn, T., Olsson, P., & Norberg, J. (2005). Adaptive governance of social-ecological systems. *Annual Review of Environment and Resources*, 30, 441–473. <https://doi.org/10.1146/annurev.energy.30.050504.144511>
138. Ford, R., & Johnson, C. (1998). The perception of power: Dependence and legitimacy in conflict. *Social Psychology Quarterly*, 61(1), 16–32. <https://doi.org/10.2307/2787055>
139. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
140. Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977* (Colin Gordon, Ed.). New York: Harvester Wheatsheaf,.
141. Foucault, M. (1988). *Politics, Philosophy, Culture: Interviews and Other Writings, 1977-1984* (L. Kritzman, Ed.) (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203760031>
142. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.

143. Freitag, M., & Bühlmann, M. (2009). Crafting Trust: The Role of Political Institutions in a Comparative Perspective. *Comparative Political Studies*, 42(12), 1537–1566. <https://doi.org/10.1177/0010414009332151>
144. French Jr., J. R. P., & Raven, B. H. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright (Ed.), *Studies in social power* (pp. 150-167). Ann Arbor, MI: Institute for Social Research.
145. French, J. R. P. (1956). A formal theory of social power. *Psychological Review*, 63(3), 181–194. <https://doi.org/10.1037/h0046123>
146. Frey, B. S. (1985). *Umweltökonomie*. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen.
147. Friedman, A. & Miles, S. (2006). *Stakeholders: Theory and Practice*. “Oxford University Press”, UK.
148. Friedman, A. L., & Miles, S. (2002). Developing stakeholder theory. *Journal of Management Studies*, 39(1), 1–21. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00280>
149. Gallie, W. B. (1956). Essentially Contested Concepts, *Proceedings of the Aristotelian Society*, Vol.56, (1956), Pp.167-198. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 167–198.
150. Gambetta, Diego (ed.) (1988). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Blackwell. PhilArchive copy v1: <https://philarchive.org/archive/GAMTMAv1>
151. Gangl, K., Hofmann, E., Groot, M. de, Antonides, G., Hartl, B., & Kirchler, E. (2015). Taxpayers’ Motivations Relating to Tax Compliance : Evidence from Two Representative Samples of Austrian and Dutch Self- Employed Taxpayers. *Journal of Tax Administration*, 1(2), 15–25. <http://epub.wu-wien.ac.at/5095/1/45-172-1-PB.pdf> (pristupljeno 14.3.2020.)
152. Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70–87. <https://doi.org/10.2307/1251946>
153. Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Sveučilišni studijski centar za stručne studije. Split <http://library.foi.hr/lib/knjiga.php?B=20&sqlx=69983&H=>

154. Geisser, S. (1974). A predictive approach to the random effect model. *Biometrika*, 61(1), 101-107. <https://doi.org/10.1093/biomet/61.1.101>
155. Ghaziri, H., & Awad, E. (2005). Is there a future for knowledge management? *Journal of Information Technology Management*, 16(1), 31–38. <http://jitm.ubalt.edu/XVI-1/article4.pdf>
156. Ghialy, Y., Shrabani, S. (2013). Do political instability, terrorism, and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of unesco heritage? A cross-country panel estimate. *Tourism Anaysis.*, 18(5), 587–599. <https://doi.org/10.3727/108354213X13782245307911>
157. Gilbert, D. U., & Rasche, A. (2008). Opportunities and problems of standardized ethics initiatives - A stakeholder theory perspective. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 755–773. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9591-1>
158. Gilpin, R., & Gilpin, J. M. (2001). *Global political economy: Understanding the international economic order*. Princeton, N.J: Princeton University Press.
159. Gioia, D. A. (1999). Response: Practicability, Paradigms, and Problems in Stakeholder Theorizing. *The Academy of Management Review*, 24(2), 228–232. <https://doi.org/10.2307/259077>
160. Gjenero, D. (2020). *Postaje li Crna Gora nova tačka regionalne nestabilnosti?* Al Jazeera. <https://balkans.aljazeera.net/opinions/2020/8/31/postaje-li-crna-gora-nova-tacka-regionalne-nestabilnosti> (pristupljeno 18.3.2022.)
161. GlobalRescue., & WTTC. (2019). Global Rescue and World Travel & Tourism Council: Crisis Readiness. *Global Rescue Report*, 17.
162. Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Woodeaton: Goodfellow Publishers Limited.
163. Goodwin, M. & Painter, J. (1996) Local governance, the crises of Fordism and the changing geographies of regulation.', *Transactions of the Institute of British Geographers.*, 21 (4). pp. 635-648.
164. Gordon, I. R. (1994). Crowding, competition and externalities in tourism development: a model of resort life cycles. *Geographical Systems*, 1(4), 289–308

165. Gössling, S., McCabe, S., & Chris, N. (2020). A socio-psychological conceptualisation of overtourism. *Annals of Tourism Research*, 84
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103004>
166. Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.015>
167. Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161. <https://doi.org/10.2307/2092623>
168. Gračan, D., Alkier Radnić, R. (2003). Analiza hrvatskog turističkog tržišta i potencijalne mogućnosti razvoja hrvatskog turizma. *Zbornik Radova Pravnog Fakulteta u Splitu*, 40, 321–336.
169. Graham, J., Amos, B., & Plumptre, T. (2003). Governance principles for protected areas in the 21 st century, prepared for the fifth World Parks Congress Durban, South Africa in collaboration with Parks Canada and Canadian International Development Agency. *Prepared for The Fifth World Parks Congress Durban, South Africa*, 1–50.
170. Graham, Miller. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: Results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management*, 22, 351–362.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00067-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00067-4)
171. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25, 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
172. Griffin, T. (2014). A paradigmatic discussion for the study of immigrant hosts. *Current Issues in Tourism*, 17(6), 487–498.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2012.755157>
173. Grönlund, K., & Setälä, M. (2007). Political Trust, Satisfaction and Voter Turnout. *Comparative European Politics*, 5(4), 400–422.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.cep.6110113>

174. Grzeskowiak, S., Sirgy, M. J., & Widgery, R. (2003). Resident's satisfaction with community services: Predictors and outcomes. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 33(2), 1–36. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.132251>
175. Gutierrez, E. L. M., Rivera, J. P. R., & Soler, A. C. D. (2020). Creating local sustainability indicators towards evidence-based policymaking for tourism in developing economies: Evidence from the Philippines. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1–30. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1818356>
176. Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
177. Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107. <https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.10008574>
178. Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
179. Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>
180. Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
181. Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage. <https://doi.org/https://doi.org/10.3926/oss.37>
182. Hall, C. M. (1994). *Tourism and politics: policy, power and place*. John Wiley & Sons.
183. Hall, D. R. (1984). Foreign tourism under socialism the Albanian “Stalinist” model. *Annals of Tourism Research*, 11(4), 539–555. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90047-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90047-1)

184. Halmi, A. & Crnoja, J. (2003). Kvalitativna istraživanja u društvenim znanostima i humanoj ekologiji. *Socijalna Ekologija*, 12(3–4), 195–210. <https://hrcak.srce.hr/47897>
185. Hano, K. (2012). Tourism and the creative destruction in Krasieczyn, Poland. *Journal of Hospitality and Tourism*, 10(1), 113–128.
186. Harvey, D. (2010). *The enigma of capital: And the crises of capitalism*. London: Profile.
187. Haseeb, M., Hussain, H. I., Ślusarczyk, B., & Jermittiparsert, K. (2019). Industry 4.0: A solution towards technology challenges of sustainable business performance. *Social Sciences*, 8(5). <https://doi.org/10.3390/socsci8050154>
188. Hassan, R. (2003). *Forestry Accounts: Capturing the Value of Forest and Woodland Resources*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781781952955.00010>
189. Hazra, S., Fletcher, J., & Wilkes, K. (2017). An evaluation of power relationships among stakeholders in the tourism industry networks of Agra, India. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 278–294. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.887662>
190. Hechter, M. (2009). Legitimacy in the modern world. *American Behavioral Scientist*, 53(3), 279–288. <https://doi.org/10.1177/0002764209338793>
191. Henderson, J. C. (2003). The politics of tourism in Myanmar. *Current Issues in Tourism*, 6(2), 97–118. <https://doi.org/10.1080/13683500308667947>
192. Henseler, J. & Sarstedt, M. (2013). “Goodness-of-fit indices for partial least squares path modeling”,. *Computational Statistics*, 2, 565–580. <https://doi.org/10.1007/s00180-012-0317-1>
193. Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality About PLS: Comments on Rönkkö & Evermann (2013). *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>
194. Henseler, J., Hubona, G.S. & Ray, P. A. (2016). “Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines.” *Industrial Management and Data Systems*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>

195. Henseler, J., Hubona, G.S. and Ray, P. A. (2017). Partial least squares path modeling: updated guidelines”. In R. Latan, H. and Noonan (Ed.), *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*, (pp. 19–39). Springer, Heidelberg.
196. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
197. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405–431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
198. Herschel, R.T., Nemati, H., Steiger, D. (2001). Tacit to explicit knowledge conversion. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.1108/13673270110384455>
199. Hinojosa, M., Fridkin, K. L., & Kittilson, M. C. (2017). The impact of descriptive representation on “persistent” gender gaps: political engagement and political trust in Uruguay. *Politics, Groups, and Identities*, 5(3), 435–453. <https://doi.org/10.1080/21565503.2017.1330215>
200. Hofmann, E., Gangl, K., Kirchler, E., & Stark, J. (2014). Enhancing tax compliance through coercive and legitimate power of tax authorities by concurrently diminishing or facilitating trust in tax authorities. *Law and Policy*, 36(3), 290–313. <https://doi.org/10.1111/lapo.12021>
201. Holtbrügge, D., Berg, N., & Puck, J. F. (2007). To bribe or to convince? Political stakeholders and political activities in German multinational corporations. *International Business Review*, 16(1), 47–67. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2006.11.001>
202. Homans, G. C. (1961). Social behavior: Its elementary forms. In *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace.
203. Hooghe, M., Marien, S., & de Vroome, T. (2012). The cognitive basis of trust. The relation between education, cognitive ability, and generalized and political trust. *Intelligence*, 40(6), 604–613. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2012.08.006>

204. Horn, J. L., & Mcardle, J. J. (1992). A practical and theoretical guide to measurement invariance in aging research. *Experimental Aging Research*, 18(3), 117–144.
<https://doi.org/10.1080/03610739208253916>
205. Horvat, J., Marković, S. & Kuleš, M. (2000) Tehnike prikupljanja podataka. *Ekonomski vjesnik*, 13 (1 i 2), 97-106.
206. Horvat, J., Mijoč, J. (2019). Istraživački SPaSS. Zagreb: Naklada Ljevak ; Ekonomski fakultet u Osijeku.
207. Huang, C. D., Goo, J., Nam, K., & Yoo, C. W. (2017). Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Information & Management*, 54(6), 757–770. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.010>
208. Hughes, N. (2018). ‘Tourists go home’: anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*, 17(4), 471–477.
<https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1468244>
209. Hult, G. T. M., Ketchen, D. J., Griffith, D. A., Finnegan, C. A., Gonzalez-Padron, T., Harmancioglu, N., Huang, Y., Talay, M. B., & Cavusgil, S. T. (2008). Data equivalence in cross-cultural international business research: Assessment and guidelines. *Journal of International Business Studies*, 39(6), 1027–1044.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400396>
210. Hunter, C. (1997). Sustainable paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850–867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)
211. Hunter, C., & Green, H. (1995). *Tourism and the Environment: A Sustainable Approach*. London. Routledge.
212. Hwang, H., Malhotra, N. K., Kim, Y., Tomiuk, M. A., & Hong, S. (2010). A comparative study on parameter recovery of three approaches to structural equation modeling. *Journal of Marketing Research*, 47(4), 699–712.
<https://doi.org/10.1509/jmkr.47.4.699>
213. Ibarra, H. (1993). Personal Networks of Women and Minorities in Management: A Conceptual Framework. *Academy of Management Review*, 18(1), 56–87.
<https://doi.org/10.5465/amr.1993.3997507>

214. Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.
215. Ivanović, S., Mijolica, V., & Roblek, V. (2016). A holistic approach to innovations in tourism. *Proceedings of ICESoS 2016*, 367-380.
216. Jacobs, M. (1999). Sustainable development as a contested concept. In A. Dobson (Ed.), *Fairness and futurity: Essays on environmental sustainability and social justice* (pp. 21–45). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0198294891.003.0002>
217. Jamal, T., & Watt, E. M. (2011). Climate change pedagogy and performative action: toward community-based destination governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 571–588. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.575227>
218. Janssen, M., Rana, N. P., Slade, E. L., & Dwivedi, Y. K. (2018). Trustworthiness of digital government services: deriving a comprehensive theory through interpretive structural modelling. *Public Management Review*, 20(5), 647–671. <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1305689>
219. Jedidi, K., Jagpal, H.S., & De Sarbo, W. (1997). Finite-Mixture Structural Equation Models for Response-Based Segmentation and Unobserved Heterogeneity. *Marketing Science*, 16(1), 39–59. <https://doi.org/10.1287/MKSC.16.1.39>
220. Jenkins, W., & Bauman, W. (Eds.). (2009). *The spirit of sustainability (Vol. 1)*. Berkshire Publishing Group.
221. Jessop, B. (2014). From *Governance to Governance Failure and from Multi-level Governance to Multi-scalar Meta-Governance*. http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4020-9480-4_4
222. Jonker, J. & Foster, D. (2002). Stakeholder excellence? Framing the evolution and complexity of a stakeholder perspective of the firm. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 9, 187-195. <https://doi.org/10.1002/csr.23>
223. Jover, J. & Díaz-Parra, I. (2022) Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability, *Tourism Geographies*, 24:1, 9-32, <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1713878>

224. Jug, J. & Mirza, D. (2005). Environmental Regulations and Trade in Europe: The Role of Differentiation. *The World Economy*, 28(11), 1591-1615.
https://www.researchgate.net/publication/228433476_Environmental_Regulations_and_Trade_in_Europe_The_Role_of_Differentiation (pristupljeno 22.11.2021.)
225. Kadefors, A. (2004). Trust in project relationships-inside the black box. *International Journal of Project Management*, 22(3), 175–182. [https://doi.org/10.1016/S0263-7863\(03\)00031-0](https://doi.org/10.1016/S0263-7863(03)00031-0)
226. Kale, N. K. (2001). Good-governance-as-political-condit.pdf. *An African Anthropologist*, 8(1), 20–38. <https://doi.org/10.4314/aa.v8i1.23100>
227. Kaufman, H. F. (1959). Toward an interactional conception of community. *Social Forces*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.2307/2574010>
228. Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171–191.
<https://doi.org/10.1002/jtr.375>
229. Keltner, D., Gurenfeld, D.H., Anderson, C. (2003). Power, approach and inhibition. *Psychological Review*, 110(2), 265–284. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.2.265>
230. Kennedy, V., & Augustyn, M. M. (2014). Stakeholder power and engagement in an English seaside context: Implications for destination leadership. *Tourism Review*, 69(3), 187–201. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2013-0030>
231. Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su12041618>
232. Khoshkam, M., Marzuki, A., & Al-Mulali, U. (2016). Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development. *Tourism Management*, 54(6), 96–106.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.012>
233. Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>

234. Kirchler, E., Hofmann, E., & Gangl, K. (2012). From mistrusting taxpayers to trusting citizens empirical evidence and further development of the Slippery Slope Framework. *Economic psychology in modern world: collected papers/Eds. AN Lebedev.–Moscow: Ekon-inform*, 125-146.
235. Klarin, T. (2018). The Concept of Sustainable Development: From its Beginning to the Contemporary Issues. *Zagreb International Review of Economics and Business*, 21(1), 67–94. <https://doi.org/10.2478/zireb-2018-0005>
236. Klesel, M., Schubert, F., Henseler, J., & Niehaves, B. (2019). A test for multigroup comparison using partial least squares path modeling. *Internet Research*, 29(3), 464–477. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2017-0418>
237. Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018a). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability (Switzerland)*, 10(12), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
238. Koo, C., Xiang, Z., Gretzel, U., & Sigala, M. (2021). Artificial intelligence (AI) and robotics in travel, hospitality and leisure. *Electronic Markets*, 31(3), 473–476. <https://doi.org/10.1007/s12525-021-00494-z>
239. Kožić, I. i Mikulić, J. (2011). Possibilities of Implementing an Indicator System for Evaluating and Monitoring the Sustainability of Tourism in Croatia. *Privredna kretanja i ekonomska politika*, 21 (127), 57-81. <https://hrcak.srce.hr/70964> (pristupljeno 10.10.2019.)
240. Krajnović, A., Zdrilić, I. i Miletić, N. (2020). ETIS Indicators in Sustainable Tourist Destination-Example of the Island of Pag. *Journal of Accounting and Management*, 10 (1), 9-28. <https://hrcak.srce.hr/244885> (pristupljeno 10.10.2019.)
241. Krippendorf, J. (1975). *Die landschaftsfresser: tourismus u. Erholungslandschaft*. Bern: Hallwag.
242. Kristjánisdóttir, K. R., Ólafsdóttir, R., & Ragnarsdóttir, K. V. (2018). Reviewing integrated sustainability indicators for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 583–599. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1364741>

243. Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., & Rich, R. F. (2001). The Political Environment and Citizen Competence. *American Journal of Political Science*, 45(2), 410.
<https://doi.org/10.2307/2669349>
244. Kusakabe, E. (2012). Social Capital Networks for Achieving Sustainable Development. *Local Environment*, 17(10), 1043–1062.
<https://doi.org/10.1080/13549839.2012.714756>
245. Kuščer, K., & Mihalič, T. (2019). Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation—The case of Ljubljana. *Sustainability (Switzerland)*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/su10021823>
246. Kuščer, K., & Mihalič, T. (2019). Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation—The case of Ljubljana. *Sustainability*, 11(6), 1823. <https://doi.org/10.3390/su11061823>
247. Kuščer, K., Mihalič, T., & Pechlaner, H. (2017). Innovation, sustainable tourism and environments in mountain destination development: a comparative analysis of Austria, Slovenia and Switzerland. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 489–504.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1223086>
248. Lacewing, M. (2008). *Philosophy for AS. 2008 AQA Syllabus*. Routledge.
249. Lang, J. T., & Hallman, W. K. (2005). Who Does the Public Trust? The Case of Genetically Modified Food in the United States. *Risk Analysis*, 25(5), 1241–1252.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2005.00668.x>
250. Lankford, S. V., & Howard, D. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude Scale. *Annals of Tourism Research*, 21, 121–139.
<https://doi.org/10.1177%2F004728759403200374>
251. Larrain, J. (1989). *Theories of Development*. Cambridge: Polity Press.
252. Látková, P., & Vogt, C. A. (2011). Residents' Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67.
<https://doi.org/10.1177/0047287510394193>

253. Lawson, R. W., Williams, J., Young, T., & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism. *Tourism Management*, 19(3), 247–256.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00018-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00018-1)
254. Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37–46.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
255. Lee, T. H., & Hsieh, H. P. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*, 67, 779–787.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2016.03.023>
256. Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368–380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
257. Lee, T. H., Jan, F. H., & Liu, J. (2021) Developing an indicator framework for assessing sustainable tourism: Evidence from a Taiwan ecological resort. *Ecological indicators*, 125.
<https://www.sciencegate.app/app/redirect#aHR0cHM6Ly9keC5kb2kub3JnLzEwLjEwMTYvai5lY29saW5kLjIwMjEuMTA3NTk2>
258. Leigh, A. (2006). Trust, Inequality, and Ethnic Heterogeneity. *Economic Record*, 82(258), 268–280. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4932.2006.00339.x>
259. Leslie, D. (2012). *Responsible tourism: Concepts, theory and practice*. CABI.
260. Levi-Faur, D., Maman, L., Kariv-Teitelbaum, Y., Medzini, R., Latusek, D. L., Verhoest, K., Six, F., Kleizen, B., Popelier, P., Glavina, M., van Zimmeren, E., Maggetti, M., Schomaker, R., Kappler, M., Fahy, L., van Erp, J., & Grimmelikhuijsen, S. (2020). Report on trust in government, politics, policy and regulatory governance: Deliverable D1.1 v.1.0. (online ed.) European Commission. https://www.tigre-project.eu/members/repository/Public/Deliverables/TIGRE_D1.1_v1.0.pdf (pristupljeno 15.11.2020.)
261. Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), 967–985. <https://doi.org/10.1093/sf/63.4.967>

262. Lohmöller, J.B. (1989). *Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares*,. Physica, Heidelberg.
263. López, M. F. B., Virto, N. R., Manzano, J. A., & Miranda, J. G.-M. (2018). Residents' attitude as determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 36–45.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.02.002>
264. Lowndes, V., Pratchett, L., & Stoker, G. (2006). Local political participation: The impact of rules-in-use. *Public Administration*, 84(3), 539–561.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2006.00601.x>
265. Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., González, M., & Caballero, R. (2012). Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. *Ecological Indicators*, 18, 659–675. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2012.01.014>
266. Luo, J. M., Lam, C. F., & Ye, B. H. (2019). *Barriers for the Sustainable Development of Entertainment Tourism in Macau*. <https://doi.org/10.3390/su11072145>
267. Manning, T. (1999). Indicators of tourism sustainability. *Tourism Management*, 20(2), 179–181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00084-3)
268. Marc Hooghe & Sofie Marien (2013) a comparative analysis of the relation between political trust and forms of political participation in Europe, *European Societies*, 15:1, 131-152. <https://doi.org/10.1080/14616696.2012.692807>
269. Marcinkowski, F., & Starke, C. (2018). Trust in government: What's news media got to do with it? *Studies in Communication Sciences*, 18(1), 87–102.
<https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.006>
270. Marušić, M., Prebežac, D. (2004). *Istraživanje turističkih tržišta*. Adeco, Zagreb.
271. Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Vinzón, L. (2017). Key variables for developing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 19(4), 575–594.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1336785>
272. Mason, P. (2015). *Post-Capitalism: A Guide to Our Future*. London: Allen Lane.

273. Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
<https://doi.org/10.2307/258792>
274. McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism’s social and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6–16.
<https://doi.org/10.1080/09669589309450697>
275. McKnight, D. H., Cummings, L. L., & Chervany, N. L. (1998). Initial Trust Formation in New Organizational Relationships. *The Academy of Management Review*, 23(3), 473–490. <https://doi.org/10.2307/259290>
276. Meadowcroft, J. (2007). Who is in charge here? Governance for sustainable development in a complex world. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 9(3–4), 299–314. <https://doi.org/10.1080/15239080701631544>
277. Meeker, W. B., & Barber, T. X. (1971). Toward an explanation of stage hypnosis. *Journal of Abnormal Psychology*, 77(1), 61–70. <https://doi.org/10.1037/h0030419>
278. Mejovšek, M. (2013). *Metode znanstvenog istraživanja u društvenim i humanističkim znanostima* (2nd ed.). Zagreb: Naklada Slap.
279. Michael Hall, C. (2011a). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
280. Michael Hall, C. (2011b). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 649–671. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.555555>
281. Mihalic, T. (2016a). Sustainable-responsible tourism discourse - Towards “responsustainable” tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
282. Mihalic, T. (2016b). Sustainable-responsible tourism discourse - Towards “responsustainable” tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>

283. Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84(9). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
284. Mihalič, T., & Kaspar, C. (1996). *Umweltökonomie im Tourismus*. Haupt.
285. Mihalič, T., Šegota, T., Knežević Cvelbar, L., & Kuščer, K. (2016). The influence of the political environment and destination governance on sustainable tourism development: a study of Bled, Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1489–1505. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1134557>
286. Miles, S. (2012). Stakeholder: Essentially Contested or Just Confused? *Journal of Business Ethics*, 108, 285-298. <https://doi.org/10.1007/S10551-011-1090-8>
287. Miles, S. (2017a). Stakeholder Theory Classification: A Theoretical and Empirical Evaluation of Definitions. *Journal of Business Ethics*, 142. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2741-y>
288. Miles, S. (2017c). *Stakeholder Theory Classification, Definitions and Essential Contestability*. 21–47. <https://doi.org/10.1108/S2514-175920170000002>
289. Mill, C., Morrison, A. M. (1985). *The tourism system: an introductory text*. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, NJ 07632.
290. Mill, J. Stuart. (1844). *Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy*. London: Parker.
291. Miller, A. H. (1974). Political issues and trust in government: 1964–1970. *American Political Science Review*, 68(3), 951–972. <https://doi.org/10.2307/1959140>
292. Miller, A. H., & Listhaug, O. (1990). Political Parties And Confidence In Government: A Comparison Of Norway, Sweden And The United States. *British Journal of Political Science*, 20(3), 357–386. <https://doi.org/10.1017/S0007123400005883>
293. Miller, D., & Shamsie, J. (1996). The resource-based view of the firm in two environments: The hollywood film studios from 1936 to 1965. *Academy of Management Journal*, 39(3), 519–543. <https://doi.org/10.2307/256654>

294. Milne, S., & Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3(4), 369–393.
<https://doi.org/10.1080/146166800110070478>
295. Mishler, W., & Rose, R. (2001). What are the origins of political trust? Testing Institutional and Cultural Theories in Post-Communist Societies. *Comparative Political Studies*, 34(1), 30–62. <https://doi.org/10.1177/0010414001034001002>
296. Mishler, W., Rose, R. (1997). Trust, distrust and skepticism: Popular evaluations of civil and political institutions in post-communist societies. *Journal of Politics*, 59(2), 418–451. <https://doi.org/10.1017/S0022381600053512>
297. Mitchell, C. J. A. (1998). Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: A model of post-modern community development. *Journal of Rural Studies*, 14(3), 273–286. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(98\)00013-8](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(98)00013-8)
298. Mitchell, C. J. A., & de Waal, S. B. (2009). Revisiting the model of creative destruction: St. Jacobs, Ontario, a decade later. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 156–167.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.09.003>
299. Molm, L. D. (1994). Dependence and risk: Transforming the structure of social exchange. *Social Psychology Quarterly*, 57(3), 163–176. <https://doi.org/10.2307/2786874>
300. Molm, L. D. (1997). Coercive power in social exchange. In *Coercive power in social exchange*. Cambridge University Press.
301. Molm, L. D. (2003). Theoretical Comparisons of Forms of Exchange. *Sociological Theory*, 21(1), 1–17. <http://www.jstor.org/stable/3108604>
302. Molm, L. D., Takahashi, N., & Peterson, G. (2000). Risk and trust in social exchange: An experimental test of a classical proposition. *American Journal of Sociology*, 105(5), 1396–1427. <https://doi.org/10.1086/210434>
303. Moscardo, G. (2009). Tourism and Quality of Life: Towards a More Critical Approach. *Tourism and Hospitality Research*, 9(2), 159–170.
<https://doi.org/10.1057/thr.2009.6>

304. Mosco, V. (2014). Political Economic Theory and Research. In *The Handbook of Media and Mass Communication Theory* (eds R.S. Fortner and P.M.Fackler) <https://doi.org/10.1002/9781118591178.ch3>
305. Moscovici, S., & Lage, E. (1976). Studies in social influence: III. Majority versus minority influence in a group. *European Journal of Social Psychology*, 6(2), 149–174. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420060202>
306. Mosedale, J. (2011). *Political Economy of Tourism: A Critical Perspective*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203835876>
307. Mowforth, M. and I. M. (2009). *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. London: Routledge. <https://www.routledge.com/Tourism-and-Sustainability-Development-globalisation-and-new-tourism-in/Mowforth-Munt/p/book/9781138013261> (pristupljeno 10.10.2019.)
308. Muangasame, K., & McKercher, B. (2015). The challenge of implementing sustainable tourism policy: a 360-degree assessment of Thailand’s “7 Greens sustainable tourism policy.” *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 497–516. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978789>
309. Narodi, U. (1970). Povelja Ujedinjenih naroda — Uvod. Crkva u svijetu, 5 (4), 379-379. <https://hrcak.srce.hr/92463> (pristupljeno 15.1.2022.)
310. Nemati, H., Steiger, D., & Herschel, R. T. (2001). Tacit to explicit knowledge conversion: knowledge exchange protocols. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 107–116. <https://doi.org/10.1108/13673270110384455>
311. Niedziolka, Iwona. (2012). Sustainable Tourism Development. Region formation and development studies - Journal of Social Sciences. 157-166. http://dx.doi.org/10.1007/3-540-25815-9_16
312. Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford university press.
313. Nonaka, I., & von Krogh, G. (2009). Perspective—Tacit Knowledge and Knowledge Conversion: Controversy and Advancement in Organizational Knowledge Creation Theory. *Organization Science*, 20(3), 635–652. <https://doi.org/10.1287/orsc.1080.0412>

314. Nonaka, I., Toyama, R., & Nagata, A. (2000). A firm as a knowledge-creating entity: a new perspective on the theory of the firm. *Industrial and corporate change*, 9(1), 1-20.
315. Nowacki, M., Kowalczyk-Anioł, J., Królikowska, K., Pstrocka-Rak, M., & Awedyk, M. (2018). Strategic planning for sustainable tourism development in Poland. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 00(00), 1–6.
<https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1432513>
316. Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623–634. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.016>
317. Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
318. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2016). Rethinking The Role of Power and Trust in Tourism Planning. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 512–522. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019170>
319. Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2017). Political trust and residents’ support for alternative and mass tourism: an improved structural model. *Tourism Geographies*, 19(3), 318–339. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1196239>
320. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Small island urban tourism: A residents’ perspective. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 37–60. <https://doi.org/10.1080/13683500802499414>
321. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964–988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>
322. Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997–1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
323. Nunkoo, R., & Smith, S. L. J. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism Management*, 36, 120–132. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.018>

324. Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1538–1564.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.004>
325. Nunnally, J.C. and Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248–292.
326. Olsson, P., Gunderson, L. H., Carpenter, S. R., Ryan, P., Lebel, L., Folke, C., & Holling, C. S. (2006). Shooting the rapids: Navigating transitions to adaptive governance of social-ecological systems. *Ecology and Society*, 11(1), <https://doi.org/10.5751/ES-01595-110118>
327. Orehovački, T. (2013). *Metodologija vrjednovanja kvalitete u korištenju aplikacijama WEB 2.0*. <https://www.bib.irb.hr/644423> (pristupljeno 24.2.2020.)
328. Oser, J., Hooghe, M., & Marien, S. (2013). Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly*, 66(1), 91–101.
<https://doi.org/10.1177/1065912912436695>
329. Oskarsson, S., Svensson, T., & Öberg, P. (2009). Power, trust, and institutional constraints: Individual level evidence. *Rationality and Society*, 21(2), 171–195.
<https://doi.org/10.1177/1043463109103898>
330. Öberg, P., & Svensson, T. (2010). Does Power Drive Out Trust? Relations between Labour Market Actors in Sweden. *Political Studies*, 58(1), 143–166.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2008.00772.x>
331. Paddison, B., & Walmsley, A. (2018). New Public Management in Tourism: a Case Study of York. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 910–926.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425696>
332. Panayiotopoulos, A., & Pisano, C. (2019). Overtourism Dystopias and Socialist Utopias: Towards an Urban Armature for Dubrovnik. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 393–410. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1569123>

333. Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
334. Parry, G., Moyser, G., & Day, N. (1992). *Political Participation and Democracy in Britain*. Cambridge University Press. [https://doi.org/DOI: 10.1017/CBO9780511558726](https://doi.org/DOI:10.1017/CBO9780511558726)
335. Pasquinelli, C., Trunfio, M., Bellini, N., & Rossi, S. (2021). Sustainability in overtouristified cities? A social media insight into italian branding responses to covid-19 crisis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su13041848>
336. Pastras, P., & Bramwell, B. (2013). A strategic-relational approach to tourism policy. *Annals of Tourism Research*, 43, 390–414. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.06.009>
337. Pattie, C., Seyd, P., & Whiteley, P. (2004). *Citizenship in Britain: Values, Participation and Democracy*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511490811>
338. Pavlović, S. (2014). Indikatori održivog razvoja za turističke destinacije. *Naučno-Stručni Časopis SVAROG*, 9, 254–265.
339. Pawson, S., D’Arcy, P., & Richardson, S. (2017). The value of community-based tourism in Banteay Chhmar, Cambodia. *Tourism Geographies*, 19(3), 378–397. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1183143>
340. Pease, W., & Rowe, M. (2005). Use of information technology to facilitate collaboration and co-opetition between tourist operators in tourist destinations (pp. 33-47). Victoria University Press.
341. Peet, R. (2007). *Geography of power: Making global economic policy*. Zed Books.
342. Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B., & Postma, A. (2018). Research for TRAN Committee-Overtourism: Impact and possible policy responses. *European Parliament, October*, 1–260. [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2018\)629184](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2018)629184) (pristupljeno 21.9.2019.)

343. Peltier, D. (2018). *Venice Tourism Checkpoints Are a Sign of Europe's Fractured Approach to Overtourism*. Skift. <https://skift.com/2018/05/02/venice-tourism-checkpoints-are-a-sign-of-europes-fractured-approach-to-overtourism/> (pristupljeno 13.5.2021.)
344. Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1999). Boomtown Tourism and Resident Quality of Life: The Marketing of Gaming to Host Community Residents. *Journal of Business Research*, 44(3), 165–177. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00198-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00198-7)
345. Peters, B. G. (2011). Steering, rowing, drifting, or sinking? Changing patterns of governance. *Urban Research and Practice*, 4(1), 5–12. <https://doi.org/10.1080/17535069.2011.550493>
346. Petrić, L. (2011). *Upravljanje turističkom destinacijom-načela i praksa*. Split: Ekonomski fakultet.
347. Pfeffer, J. (1992). Understanding Power in Organizations. *California Management Review*, 34(2), 29–50. <https://doi.org/10.1177/000812569203400201>
348. Pforr, C. (2001). Concepts of sustainable development, sustainable tourism, and ecotourism: Definitions, principles, and linkages. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(1), 68–71. <https://doi.org/10.1080/15022250127788>
349. Plato, ., & Jowett, B. (1990). *Theaetetus*. New York: C. Scribner's Sons.
350. Polanyi, M. (1966). The Logic of Tacit Inference. *Philosophy*, 41(155), 1–18. <https://doi.org/10.1017/S0031819100066110>
351. Poudel, B., & Paudel, K. P. (2017). *Trust , institutions and development Trust , institutions and development*. 4851(5), 1–20. <https://doi.org/10.1080/13504851.2011.570699>
352. Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management*, 14, 218–227. 10.1016/0261-5177(93)90023-e
353. Presenza, A., & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders networks. *Tourism Review*, 65(4), 17–30. <https://doi.org/10.1108/16605371011093845>

354. Pulsipher., J. E. R. and G. L. (1979). *Tourism: The Good, the Bad and the Ugly*. Lincoln, Neb.: Media Productions & Marketing.
355. Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
356. Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America’s Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78. <https://doi.org/10.1353/jod.1995.0002>
357. Rahi, S., Ghani, M & Ngah, A. (2018). A structural equation model for evaluating user’s intention to adopt internet banking and intention to recommend technology. *Accounting*, 4(4), 139-152. <http://m.growingscience.com/beta/ac/2774-a-structural-equation-model-for-evaluating-users-intention-to-adopt-internet-banking-and-intention-to-recommend-technology.html#>
358. Ramstetter, L., Habersack, F., & Habersack, F. (2020). Do women make a difference? Analysing environmental attitudes and actions of Members of the European Parliament environmental attitudes and actions of Members of the European Parliament. *Environmental Politics*, 29(6), 1063–1084. <https://doi.org/10.1080/09644016.2019.1609156>
359. Raven, B. H., Schwarzwald, J., & Koslowsky, M. (1998). Conceptualizing and Measuring a Power/Interaction Model of Interpersonal Influence¹. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(4), 307–332. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01708.x>
360. Reicher, S., Levine, M. (1994). Deindividuation, power relations between groups and the expression of social identity: The effects of visibility to the out-group. *British Journal of Social Psychology*, 33(2), 145–163. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1994.tb01015.x>
361. Reid, D. G., Mair, H., & George, W. (2004). Community tourism planning: A self-assessment instrument. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 623–639. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.007>
362. Richardson, J., (1986)The forms of capital., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Westport, CT: Greenwood, pp. 241-58

363. Richins, H., Agrusa, J., Scott, N., & Laws, E. (2011). Tourist destination governance challenges and concerns: Questions of development, community involvement, responsiveness and future outcomes. In E. Laws & H. Richins. Jerome Agrusa (Eds.), *Tourist Destination Governance: Practice, Theories and Issues*. MPG Books Group.UK. <https://doi.org/10.1079/9781845937942.0017>
364. Rigdon, E. E. (2012). "Rethinking partial least squares path modeling: in praise of simple methods",. *Long Range Planning*, 4(5/6), 341–358. <https://doi.org/10.1016/J.LRP.2012.09.010>
365. Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
366. Roberts BW, Kuncel NR, Shiner R, Caspi A, Goldberg LR. The Power of Personality: The Comparative Validity of Personality Traits, Socioeconomic Status, and Cognitive Ability for Predicting Important Life Outcomes. *Perspect Psychol Sci*. 2007 Dec;2(4):313-45. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2007.00047.x>
367. Rossetto, A., Li, S., & Sofield, T. (2007). Harnessing tourism as a means of poverty alleviation: Using the right language or achieving outcomes? *Tourism Recreation Research*, 32(1), 49–58. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081523>
368. Rossi, A. (2018). *Gender and the Life Course*. Routledge, London.
369. Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393–404. <https://doi.org/10.5465/AMR.1998.926617>
370. Rudolph, T. J., & Evans, J. (2005). Political Trust, Ideology, and Public Support for Government Spending. *American Journal of Political Science*, 49(3), 660–671. <https://doi.org/10.2307/3647738>
371. Ruhanen, L. (2013). Local government: Facilitator or inhibitor of sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80–98. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680463>
372. Ryle, G. (1945). Knowing How and Knowing That: The Presidential Address. *Proceedings of the Aristotelian Society*, 46, 1–16. <http://www.jstor.org/stable/4544405>

373. Sachdev, I., Bourhis, R. Y. (1985). Social categorization and power differentials in group relations. *European Journal of Social Psychology*, 15(4), 415–434.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/ejsp.2420150405>
374. Saha, S., & Yap, G. (2015). Corruption and Tourism: An Empirical Investigation in a Nonlinear Framework. *International Journal of Tourism Research*, 17, 272–281.
375. Saito, H., & Ruhanen, L. (2017). Power in tourism stakeholder collaborations: Power types and power holders. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 189–196.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.01.001>
376. Sandelowski, M., & Barroso, J. (2003). Classifying the findings in qualitative studies. *Qualitative health research*, 13(7), 905-923.
377. Sarstedt M., Ringle C.M., Hair J.F. (2017) Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In: Homburg C., Klarmann M., Vomberg A. (eds) Handbook of Market Research. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
378. Sarstedt, M., Henseler, J., & Ringle, C. M. (2011). Multigroup analysis in partial least squares (PLS) path modeling: Alternative methods and empirical results. *Advances in International Marketing*, 22(1), 195–218. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2011\)0000022012](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2011)0000022012)
379. Sarstedt, M., Mooi, E. (2019). *A Concise Guide to Market Research*. Springer.
380. Sauer, P., Rehm, M., & Mader, K. (2021). Gender and Income Inequality. In K. F. Zimmermann (Ed.), *Handbook of Labor, Human Resources and Population Economics* (pp. 1-24). (Handbook of Labor, Human Resources and Population Economics). Springer International Publishing AG. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57365-6_28-1
381. Scheidegger, R., & Staerklé, C. (2011). Political trust and distrust in Switzerland: A normative analysis. *Swiss Political Science Review*, 17(2), 164–187.
<https://doi.org/10.1111/j.1662-6370.2011.02010.x>
382. Scherle, N., Pillmayer, M., & Braun, G. (2020). The Impacts of Neoliberal Tourism Development in the Arab World with Specific Reference to Morocco and Jordan. *Zeitschrift Für Tourismuswissenschaft*, 12(2), 184–205. <https://doi.org/doi:10.1515/tw-2020-0015>

383. Scheyvens, R. (2011). The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimensions of sustainability. *Asia Pacific Viewpoint*, 52(2), 148–164. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8373.2011.01447.x>
384. Schlägel, C., & Sarstedt, M. (2016). Assessing the measurement invariance of the four-dimensional cultural intelligence scale across countries: A composite model approach. *European Management Journal*, 34(6), 633–649. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.06.002>
385. Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). A report on the Paris Climate Change Agreement and its implications for tourism: why we will always have Paris. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(7), 933–948. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1187623>
386. Scott, D., Hall, M.C., Gossling, S. (2012). *Tourism and Climate Change Impacts, Adaptation and Mitigation*. Routledge New York.
387. Scott, N., & Marzano, G. (2015). Governance of tourism in OECD countries. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1041746>
388. Scott, N., Cooper, C. e Baggio, R. (2008). *Network Analysis and Tourism From Theory to Practice*.
389. Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Business Approach*. John Wiley & Sons, New York.
390. Seraphin, H., & Ivanov, S. (2020a). Overtourism: a revenue management perspective. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 19(3), 146–150. <https://doi.org/10.1057/s41272-020-00241-7>
391. Séraphin, H., Gladkikh, T., & Thanh, T. V. (2020). Overtourism causes, implications and solutions. In *Overtourism: Causes, Implications and Solutions*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-42458-9>
392. Séraphin, H., Gowreesunkar, V., Roselé-Chim, P., Duplan, Y. J. J., & Korstanje, M. (2018). Tourism planning and innovation: The Caribbean under the spotlight. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 384–388. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.03.004>

393. Seraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M., & Lorey, T. (2019a). Limitations of Tremain (tourism exit) as a solution to overtourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 566–581. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0037>
394. Seraphin, H., Gowreesunkar, V., Zaman, M., & Lorey, T. (2019b). Limitations of Tremain (tourism exit) as a solution to overtourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 566–581. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0037>
395. Seraphin, H., Ivanov, S., Dosquet, F., & Bourliataux-Lajoie, S. (2020). Archetypes of locals in destinations victim of overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 283–288. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.12.001>
396. Seršić, V., Nakić, J. (1991). *Upravljanje dobrima u vlasništvu jedinica lokalne. Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*.34(1), 561-588.
397. Shafir, E., & LeBoeuf, R. A. (2002). Rationality. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 491–517. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.53.100901.135213>
398. Shanker, D. (2008). ICT and Tourism : Challenges and Opportunities. *Proceedings Of International Conference on Tourism in India-Challenges Ahead, Indian Institute of Management Kozhikode*, 51–58.
399. Sharpley, R. (2000a). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669580008667346>
400. Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?*. Earthscan.
401. Shaw, G., & Williams, A. (1988). Tourism and employment: reflections on a pilot study of Looe, Cornwall. *Area*, 20(1), 23–34. <http://www.jstor.org/stable/20002534>
402. Sheehan, L. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). Destination Stakeholders Exploring Identity and Salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711–734. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.013>
403. Shelby, B., Vaske, J. J., & Heberlein, T. A. (1989) *An Comparative analysis of crowding in multiple locations : Results from fifteen years of research. Leisure Sciences* , 11(04).

404. Shi, T. (2001). Cultural Values and Political Trust: A Comparison of the People's Republic of China and Taiwan. *Comparative Politics*, 33(4), 401–419.
<https://doi.org/10.2307/422441>
405. Shmueli, G. (2010). “To explain or to predict?“, *Statistical Science*, 25(3), 289–310.
406. Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2019). Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. *European Journal of Marketing*, 53(11), 2322–2347.
<https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>
407. Shore, L. M., & Coyle- Shapiro, J. A.-M. (2003). Editorial: New developments in the employee-organization relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 24(5, SpecIssue), 443–450. <https://doi.org/10.1002/job.212>
408. Siisiäinen, M. (2000). Two Concepts of Social Capital: Bourdieu vs. Putnam. *North*, 40(2), 183–204. <http://www.suz.uzh.ch/fux/lehre/Sozialkapital/siisiainen.pdf> (pristupljeno 18.02.2022.)
409. Sinclair-Maragh, G. (2016). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing & Management*.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.005>
410. Sinkovics, R. R., & Penz, E. (2009). Social distance between residents and international tourists-Implications for international business. *International Business Review*, 18(5), 457–469. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.06.002>
411. Sirgy, M. J., & Cornwell, T. (2001). Further Validation of the Sirgy et al.'s Measure of Community Quality of Life. *Social Indicators Research*, 56(2), 125–143.
<https://doi.org/10.1023/A:1012254826324>
412. Sirgy, M. J., Widgery, R. N., Lee, D. J., & Yu, G. B. (2010). Developing a measure of community well-being based on perceptions of impact in various life domains. *Social Indicators Research*, 96(2), 295–311. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9479-9>
413. Skinner, B. F. (1938). *The behavior of organisms: An experimental analysis*. New York: Appleton-Century.

414. Sofield, T. (2003). *Empowerment for sustainable tourism development*. Oxford: Pergamon.
415. Sofield, T., & Lia, S. (2011). Tourism governance and sustainable national development in China: A macro-level synthesis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 501–534. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.571693>
416. Soper, D. S. (n.d.). *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models [Software]*. 2021. <https://www.danielsoper.com/statcalc> (pristupljeno 18.09.201.)
417. Sosik, J. J., Kahai, S. S., & Piovoso, M. J. (2009). Silver bullet or voodoo statistics?: A primer for using the partial least squares data analytic technique in group and organization research. *Group and Organization Management*, 34(1), 5–36. <https://doi.org/10.1177/1059601108329198>
418. Souto, J. E. (2015). Business model innovation and business concept innovation as the context of incremental innovation and radical innovation. *Tourism Management*, 51, 142–155. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.017>
419. Spyriadis, T., Buhalis, D., & Fyall, A. (2011). Dynamics Of Destination Governance: Governance And Meta-Governance In The Composite Industrial Environment Of Destinations in *Tourist Destination Governance: Practice, Theories and Issues* /ed. Laws, E., Richins, H. Agrusa, J., Scott, N.) CABI <http://dx.doi.org/10.1079/9781845937942.0187>
420. Stoker, G. (1998). Governance as Theory: Five Propositions. *International Social Science Journal*, 50, 17-28. <https://doi.org/10.1111/1468-2451.00106>
421. Stokes, R. (2006). Network-based strategy making for events tourism. *European Journal of Marketing*, 40(5–6), 682–695. <https://doi.org/10.1108/03090560610657895>
422. Stone, M. (1974). Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 36(2), 111–147. <http://www.jstor.org/stable/2984809>
423. Stott, C., & Reicher, S. (1998). Crowd action as intergroup process: Introducing the police perspective. *European Journal of Social Psychology*, 28(4), 509–529. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1099-0992\(199807/08\)28:4<509::aid-ejsp877>3.0.co;2-c](https://doi.org/10.1002/(sici)1099-0992(199807/08)28:4<509::aid-ejsp877>3.0.co;2-c)

424. Stylidis, D. (2016). The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support for Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129–139. <https://doi.org/10.1002/jtr.2039>
425. Stylidis, D., Sit, J., & Biran, A. (2016). An Exploratory Study of Residents' Perception of Place Image: The Case of Kavala. *Journal of Travel Research*, 55(5), 659–674. <https://doi.org/10.1177/0047287514563163>
426. Sugiyarto, G., Blake, A., and Sinclair, M. T. (2003). Tourism and globalisation: economic impact of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 683–701. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00048-3)
427. Sunshine, J., & Tyler, T. R. (2003). The Role of Procedural Justice and Legitimacy in Shaping Public Support for Policing. *Law & Society Review*, 37(3), 513–548. <http://www.jstor.org/stable/1555077>
428. Swarbrooke, J. (1999). Sustainable tourism management. CABI.
429. Šegota, T., Mihalič, T., & Kuščer, K. (2017). The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(3), 196–206. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.007>
430. Taleb, N. N. (2010). *The black swan: the impact of the highly improbable* (2nd ed., R). New York: Random House Trade Paperbacks.
431. Teo, P. (2002). Striking a Balance for Sustainable Tourism: Implications of the Discourse on Globalisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 459–474. <https://doi.org/10.1080/09669580208667182>
432. Thees, H., Pechlaner, H., Olbrich, N., & Schuhbert, A. (2020). The Living Lab as a Tool to Promote Residents' Participation in Destination Governance. *Sustainability*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12031120>
433. Theodori, G. L. (2005). Community and community development in resource-based areas: Operational definitions rooted in an interactional perspective. *Society and Natural Resources*, 18(7), 661–669. <https://doi.org/10.1080/08941920590959640>

434. Tiew, F., Holmes, K., & de Bussy, N. (2015). Tourism events and the nature of stakeholder power. *Event Management*, 19(4), 525–541.
<https://doi.org/10.3727/152599515X14465748512768>
435. Tkalac Verčić, A.; Sinčić Ćorić, D.; Pološki Vokić, N. (2010). *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada - Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
436. Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O. (2016). Tourism intensity impact on satisfaction with life of German residents. *Tourism Economics*, 22(6), 1315–1331.
<https://doi.org/10.1177/1354816616672356>
437. Torkington, K., Stanford, D., & Guiver, J. (2020). Discourse(s) of growth and sustainability in national tourism policy documents. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1041–1062. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720695>
438. Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 546–566. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00103-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00103-2)
439. Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122–137.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.003>
440. Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31–47.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530>
441. Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29, 231–253.
442. Tosun, C. (2005). Stages in the emergence of a participatory tourism development approach in the Developing World. *Geoforum*, 36(3), 333–352.
<https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.06.003>
443. Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
444. Turner, L., & Ash, J. (1975). *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. London: Constable.

445. Turper, S., & Aarts, K. (2017). Political Trust and Sophistication: Taking Measurement Seriously. *Social Indicators Research*, 130(1), 415–434.
<https://doi.org/10.1007/s11205-015-1182-4>
446. Turton, S., Dickson, T., Hadwen, W., Jorgensen, B., Pham, T., Simmons, D., Tremblay, P., & Wilson, R. (2010). Developing an approach for tourism climate change assessment: Evidence from four contrasting Australian case studies. In *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3). <https://doi.org/10.1080/09669581003639814>
447. Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's Attachment Levels In A Host Community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27–29.
<https://doi.org/10.1177/004728758702600105>
448. Um, T., & Chung, N. (2021). Does smart tourism technology matter? Lessons from three smart tourism cities in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 396–414. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1595691>
449. Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2019). Quality-of-life indicators as performance measures. *Annals of Tourism Research*, 76, 291–300. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.016>
450. van Bavel, J., Schwartz, C. R., & Esteve, A. (2018). The reversal of the gender gap in education and its consequences for family life. *Annual Review of Sociology*, 44, 341–360.
<https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073117-041215>
451. van der Borg, J. (1991). *Tourism and urban development: The impact of tourism on urban development: Towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy*. Amsterdam : Thesis Publishers,
452. van der Borg, J., Costa, P., & Gotti, G. (1996). Tourism in European heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 306–321. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00065-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00065-8)
453. van der Meer, T. W. G. (2017). Political Trust and the “Crisis of Democracy.” *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, January 2017, 1–21.
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.77>
454. Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. de los Á. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of*

Tourism Research, 38(2), 460–480.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>

455. Vaske, J. J., & Shelby, L. B. (2008). Crowding as a descriptive indicator and an evaluative standard: Results from 30 years of research. *Leisure Sciences*, 30(2), 111–126. <https://doi.org/10.1080/01490400701881341>
456. Veal, A. J. (2003). Leisure and tourism policy and planning (second edition). In *Tourism Management* (2nd ed., Vol. 24, Issue 6). CABI Publishing. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(03\)00039-6](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(03)00039-6)
457. Vera, R., Alfonso, R., & Reinoso, N. (2018). Design of an indicators system for the evaluation of technological innovation in the tourism destination of Puerto Lopez, Ecuador. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 623–637. <https://doi.org/10.30892/gtg.25224-385>
458. Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). Handbook of Partial Least Squares. In *Handbook of Partial Least Squares* (Issue January). <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
459. Vojnović, N. (2016). *Održivi turizam unutrašnje istre*. Sveučilište Jurja Dobrile U Puli.
460. Voß, J. P., & Bornemann, B. (2011). The politics of reflexive governance: Challenges for designing adaptive management and transition management. *Ecology and Society*, 16(2). <https://doi.org/10.5751/ES-04051-160209>
461. Walker, H. A. (2003). [Review of *The Psychology of Legitimacy: Emerging Perspectives on Ideology, Justice, and Intergroup Relations*, by J. T. Jost & B. Major]. *Contemporary Sociology*, 32(2), 162–163. <https://doi.org/10.2307/3089567>
462. Walker, H. A., Rogers, L., & Zelditch, M. (1988). Legitimacy and collective action: A research note. *Social Forces*, 67(1), 216–228. <https://doi.org/10.1093/sf/67.1.216>
463. Watt, E. D. (1982). Human Needs, Human Wants, and Political Consequences. *Political Studies*, 30(4), 533–543. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1982.tb00558.x>

464. Wattanacharoensil, W., & Weber, F. (2020). Preface to Journal of Travel and Tourism Marketing: special issue on measuring and monitoring overtourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(8–9), 871–872. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1840839>
465. WCED. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press. Oxford.
466. Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident Perceptions in the Urban Rural Fringe. *Annals of Tourism Research*, 28, 439–458.
467. Weber, M. (1974). *Max Weber on Universities: The Power of the State and the Dignity of the Academic Calling in Imperial Germany*. Chicago: University of Chicago Press.
468. Weber, M., Henderson, A. M., & Parsons, T. (1947). The theory of social and economic organization, 1st Amer. ed. In *The theory of social and economic organization, 1st Amer. ed.* Oxford University Press.
469. White, V., McCrum, G., Blackstock, K., & Scott, A. (2006). Indicators and Sustainable Tourism. *The Macaulay Institute*, 15(4), 21.
470. Whiteley, P. (2012). Is it Time to Update the Definition of Political Participation? Whiteley,. In *Political Participation in Britain: The Decline and Revival of Civic Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
471. Whitener, E., Brodt, S., Korsgaard, M., & Werner, J. (1998). Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior. *Academy of Management Review*, 23, 513–530.
472. Whitt, J. A., & Lukes, S. (1980). Power: A Radical View. *Contemporary Sociology*, 9(1), 116. <https://doi.org/10.2307/2065624>
473. Wilkinson, K. P. (1991). *The community in rural America*. New York: Greenwood Press.
474. Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269–290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)

475. Wilson, P. A. (1999). A Theory of Power and Politics and their Effects on Organizational Commitment of Senior Executive Service Members. *Administration & Society*, 31(1), 120–141. <https://doi.org/10.1177/009539999400935510>
476. Windle, J., & Rolfe, J. (2013). The impacts of the 2011 extreme weather events on holiday choices of Brisbane residents. *Australasian Journal of Environmental Management*, 20(4), 338–350. <https://doi.org/10.1080/14486563.2013.813412>
477. Wolf, E. R. (1982). *Europe and the People without History*. Berkeley: University of California Press.
478. Wong, K. K.-K. (2010). Handling Small Survey Sample Sizes and Skewed Data Sets with Partial Least Square Path Modelling. *Vue: The Magazine of the Marketing Research and Intelligence Association*, November, 20–23.
479. Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015a). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
480. Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015b). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84–97. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2014.11.001>
481. Wood, J.C., Wood, M. C. (Ed.). (2002). *Henry Fayol: Critical Evaluations in Business and Management*. Routledge, London.
482. Wrong, D.H. (1979). *Power Its Forms, Bases and Uses*. New York: Harper and Row. <https://doi.org/DOI:10.2307/1962189>
483. WTTC, & M. (2017). *Coping with success. Managing Overcrowding in Tourism Destinations*. London: World Travel and Tourism Council, McKinsey Company.
484. Wuyts, S., Colombo, M. G., Dutta, S., & Nooteboom, B. (2003). Empirical Tests Of Optimal Cognitive Distance Stefan. *Report Series Research in Management*, 2014.
485. Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363–372. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5)

486. Young, G. (1973). *Tourism, Blessing or Blight?* Penguin Books, Baltimore, Maryland.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F004728757401200417>
487. Zaheer, A., & Venkatraman, N. (1995). Relational governance as an interorganizational strategy: An empirical test of the role of trust in economic exchange. *Strategic Management Journal*, 16(5), 373–392. <https://doi.org/10.1002/smj.4250160504>
488. Zaheer, S., & Zaheer, A. (2006). Trust across borders. *Journal of International Business Studies*, 37(1), 21–29. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400180>
489. Zahra, A. L. (2011). Rethinking regional tourism governance: The principle of subsidiarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 535–552.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576764>
490. Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion (Cambridge Studies in Public Opinion and Political Psychology)*. Cambridge: Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511818691>
491. Zeqiri, A. & Dahmani, M. & Youssef, A. (2020). Digitalization of the tourism industry: What are the impacts of the new wave of technologies, 6, 63-82.
492. Zhang, H., & Zhu, M. (2014). Tourism Destination Governance: A Review and Research Agenda. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 4(2), 2–5. <https://doi.org/10.7763/ijeeee.2014.v4.315>
493. Zhang, Y., Xiong, Y., Lee, T. J., Ye, M., & Nunkoo, R. (2021). Sociocultural Sustainability and the Formation of Social Capital from Community-based Tourism. *Journal of Travel Research*, 60(3), 656–669. <https://doi.org/10.1177/0047287520933673>
494. Zhong, L., Sun, S., Law, R., & Li, X. (2021). Tourism crisis management: evidence from COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2671–2682.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1901866>
495. Ziolo, M., Filipiak, B. Z., Bak, I., Cheba, K., Tîrca, D. M., & Novo-Corti, I. (2019). Finance, sustainability and negative externalities. An overview of the european context. *Sustainability (Switzerland)*, 11(15). <https://doi.org/10.3390/su11154249>

Izvori s internetskih stranica:

1. Akcioni plan za borbu protiv korupcije 2014.(2014). Opština Budva. Preuzeto 18.2.2022. s <https://budva.me/>
2. Annual Report 2015. (n.d.). UNEP. Preuzeto 17.9.2021. s https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7544/-UNEP_2015_Annual_Report-2016UNEP-AnnualReport-2015-EN.pdf?sequence=8&isAllowed=y
3. Charter for Sustainable and Responsible Tourism.(2012). TSG. Preuzeto 28.10.2021. s <https://www.accessibletourism.org/resources/european-tourism-charter-proposal-2012.pdf>
4. Communication From the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic And Social Committee and the Committee of the Regions Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework For Tourism In Europe 1.(2010) European Commission. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>
5. Crna Gora (n.d.). Hrvatska enciklopedija. Preuzeto 14.3.2021. s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=12765>
6. Destination Management Organization Book. (2017) National Tourism Authority, Bucharest, Romania. Preuzeto 17.1.2022. s <http://turism.gov.ro/autoritatea-nationala-pentru-turism/>
7. Environmental, Social, and Governance Criteria. (n.d.). Investopedia. Preuzeto s <https://www.investopedia.com/terms/e/environmental-social-and-governance-esg-criteria.asp>
8. European Tourism Indicators System for sustainable destination management (n.d.) European Commission. Preuzeto 22.3.2020. s https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en

9. European Tourism Indicators System for sustainable destination management.(n.d.) European Commission. Preuzeto 15.1.2020. s https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en
10. European Union Tourism Trends. (n.d.) UNWTO. Preuzeto 24.3.2022. s <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419470>
11. Global indicator framework for the Sustainable Development Goals and targets of the 2030 Agenda for Sustainable Development.(n.d.) UN: Preuzeto 11.11.2021. s <https://unstats.un.org/sdgs/indicators/indicators-list/>
12. Global Risks Report 2019 (2019) World Economic Forum. Preuzeto 29.1.2022. s https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2019.pdf
13. Ciljevi održivog razvoja (n.d.). IDOP. Preuzeto 27.4.2020. s <http://idop.hr/hr/dop-trendovi/ciljevi-odrzivog-razvoja/opcenito-o-globalnim-ciljevima-odrzivog-razvoja/17-globalnih-ciljeva-za-odrzivi-razvoj-koji-ce-do-2030-promijeniti-sliku-svijeta/>
14. International Tourism and Covid-19 (n.d.). UNWTO. Preuzeto 16.5.2021. s <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
15. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. (n.d.) UNWTO. Preuzeto 24.2.2020. s <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214UNWTO>
16. Miladinović.A. (2020). Parlamentarni izbori u Crnoj Gori: Da li je kohabitacija sledeći korak - BBC News na srpskom. BBC. Preuzeto 11.1.2022. s <https://www.bbc.com/serbian/lat/balkan-53969825>
17. Montenegro 2020 Report. (2020) European Commission. Preuzeto 10.2.2022. s https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/default/files/montenegro_report_2020.pdf
18. Nevladine organizacije (n.d.). Hrvatska enciklopedija. Preuzeto 14.10.2020. s <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=43612>
19. Nevladine organizacije (NVO-ovi): što, zašto i gdje? (n.d.) Eures. Preuzeto 14.10.2020. s <https://ec.europa.eu/eures/public/hr/news-articles/>

/asset_publisher/L2ZVYxNxK11W/content/ngos-what-why-and-where-?inheritRedirect=false

20. Njemačke rezerve plina? Nema ih! (2022.). Politika DW. Preuzeto 15.4.2022. s <https://www.dw.com/hr/njemačke-rezerve-plina-nema-ih/a-60988896>
21. Održivi razvoj turizma u Hrvatskoj. (n.d.). Ministarstvo turizma i sporta RH. Preuzeto 22.10.2019. s <http://www.odrzivi.turizam.hr/default.aspx>
22. Policy and Destination Management (n.d.) UNWTO. Preuzeto 24.2.2020. s <https://www.unwto.org/policy-destination-management>
23. Policy Highlights | European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations. (n.d.). European Commission. Preuzeto 17.1.2022. s https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/countries/detailed-country-information/montenegro_hr
24. Popis stanovništva 2022. (n.d.) Uprava za statistiku Crne Gore - MONSTAT. Preuzeto 18.2.2022. s <https://monstat.org/cg/page.php?id=1992&pageid=1992>
25. Pravilnik za dodjelu oznake kvalitete ugostiteljskog objekta vrste hotel, (2012). Narodne novine. Preuzeto 27.9.2021. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1408.html
26. Pravna stečevina EU (n.d.) EUR-lex. Preuzeto 24.8.2020. s <https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/acquis.html?locale=hr>
27. Program pristupanja Crne Gore Evropskoj uniji 2022-2023 (n.d.) Me4eu,eu4me. Preuzeto 14.3.2022. [https://www.eu.me/dokumenti-pregovori-o-pristupanju/Vlada Republike Hrvatske. \(2021\). Nacionalni plan oporavka i otpornosti. 1–21. \[https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2021_dokumenti/Prezentacija NPOO Rovinj 7_5_2021 FINAL-1.pdf\]\(https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2021_dokumenti/Prezentacija NPOO Rovinj 7_5_2021 FINAL-1.pdf\)](https://www.eu.me/dokumenti-pregovori-o-pristupanju/Vlada%20Republike%20Hrvatske.%20(2021).%20Nacionalni%20plan%20oporavka%20i%20otpornosti.%201-21.%20https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2021_dokumenti/Prezentacija%20NPOO%20Rovinj%207_5_2021_FINAL-1.pdf)
28. Proračun u malom za 2022. (n.d.) Grad Rovinj-Rovigno. Preuzeto 11.2.2021. s <https://www.rovinj-rovigno.hr/novosti/grad-rovinj-rovigno-predstavio-proracun-u-malom-2021/>
29. Provedbeni program grada Rovinja-Rovigno za razdoblje 2021.-2025. (n.d.) Grad Rovinj-Rovigno. Preuzeto 11.2.2021. s <https://www.rovinj->

rovigno.hr/gospodarstvo/provedbeni-program-gradar-rovinja-rovigno-za-razdoblje-od-2021-2025/

30. Putinovo nuklearno oružje: zašto bi sada bio važan „crveni telefon“?(2022)) Politika DW. Preuzeto 28.2.2022. s [https://www.dw.com/hr/putinovo-nuklearno-oružje-zašto-bi-sada-bio-važan-crveni-telefon/a-60941246](https://www.dw.com/hr/putinovo-nuklearno-oruzje-zašto-bi-sada-bio-važan-crveni-telefon/a-60941246)
31. Rat u Ukrajini: kakvu ulogu igraju cyber-napadi?(2022) Politika DW. Preuzeto 28.2.2022. s <https://www.dw.com/hr/rat-u-ukrajini-kakvu-ulogu-igraju-cyber-napadi/a-60951280>
32. Registar nevladinih organizacija. (n.d.) Ministarstvo javne Uprave Crne Gore. Preuzeto 17.1.2022. s <https://ngo.gov.me/>
33. Report on the Implementation of the Global Code of Ethics for Tourism (English version) WCTE/3/5on the WTO Survey on the Implementation of the Global Code of Ethics for Tourism. (2005). UNWTO. Preuzeto 16.10.2019. s <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/ethicsintourism.2005.3.t45n3x06777g133g?journalCode=ethicsintourism>
34. Risks of Saturation of Tourist Carrying Capacity Overload in Holiday Destinations (1983) UNWTO. Preuzeto 24.3.2022. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407545>
35. Sekretarijat za urbanizam i održivi razvoj (n.d.) Opština Budva. Preuzeto 17.2.2021. s <http://budva.me/prostorno-planiranje-nadleznosti>
36. Strategija razvoja grada Rovinja-Rovigno za razdoblje 2015.-2020.godine (n.d.) Grad Rovinj-Rovigno. Preuzeto 11.2.2021. s <https://www.rovinj-rovigno.hr/strategije-i-projekti/strategije/>
37. Strategija razvoja turizma do 2025. godine s akcionim planom(2021) Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore. Preuteo 11.1.2022. s <https://www.gov.me/dokumenta/b0b3d944-a7da-4a04-b648-3e2f5e2ce74e>
38. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. (n.d.) Narodne novine. Preuzeto 27.9.2021. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

39. Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine.(200) Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine Crne Gore. Preuzeto 11.1.2022. s <http://www.bjelasica-komovi.me/wp-content/uploads/2015/01/Strategija-razvoja-turizma-Crne-Gore-do-2020.-godine-1.pdf>
40. Sustainable development. (n.d.) UNWTO. Preuzeto 16.10.2020. s <https://www.unwto.org/sustainable-development>
41. System of Environmental Economic Accounting (n.d.).UN. Preuzeto 17.3.2022. s <https://seea.un.org/>
42. Tourism and local agenda 21: the role of local authorities in sustainable tourism. (2003) UNEP. Preuzeto 21.10.2021. https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7920/-Tourism%20and%20Local%20Agenda%2021_%20The%20Role%20of%20Local%20Authorities%20in%20Sustainable%20Tourism-2003155.pdf?sequence=3&isAllowed=y
43. Tourism's potential as a sustainable development strategy(2005). WTO Preuzeto 17.7.2020. s <https://digitallibrary.un.org/record/592901?ln=en>
44. Tourismus-Masterplan Montenegro. Integrierter regionaler Gesamtansatz zu Restrukturierung und Entwicklung des Tourismus in Kroatien und Montenegro. (2003). DEG Deutsche Investitions – und Entwicklungsgesellschaft mbH. Preuzeto 11.1.2022. s <https://www.yumpu.com/xx/document/read/16324106/regionalni-masterplan-za-turizam-visit-montenegro>
45. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development A/Res/70/1. (n.d.) UN. Preuzeto 28.4.2020. s <https://sdgs.un.org/2030agenda>
46. Trickle-Down Theory Definition. (n.d.). Investopedia. Preuzeto 27.2.2022. s <https://www.investopedia.com/terms/t/trickledowntheory.asp>
47. Trust in Government. (n.d.). OECD. Preuzeto 21.11.2020. s <https://www.oecd.org/gov/trust-in-government.htm>
48. Turizam.(n.d.) Ministarstvo ekonomskog razvoja Crne Gore. Preuzeto 14.2.2022. sa <https://www.gov.me/clanak/turizam>

49. Ukrajina optužuje Rusiju za "nuklearni terorizam" (2022) Politika DW. Preuzeto 14.4.2022. s <https://www.dw.com/hr/ukrajina-optužuje-rusiju-za-nuklearni-terorizam/a-61010075>
50. UNWTO Tourism Data Dashboard. (n.d.). UNWTO: Preuzeto 17.9.2021. s <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
51. UNWTO World Tourism Barometer. International tourism remains strong in the first four months of 2018. (2018) UNWTO. Preuzeto 18.10.2019. s <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2018.16.1.3>
52. Zakon o zaštiti okoliša, Narodne novine, 80/2013 (2013). https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_80_1659.html
53. Zakon o zaštiti prirode, Narodne novine. 80/13 (2013) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_80_1658.html
54. Zakon o zaštiti zraka, Narodne novine, 130/11 (2013) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_11_130_2601.html

POPIS TABLICA

1.	Klasifikacija dionika - dihotomne grupe.....	67
2.	Klasifikacija dionika - višestruke razlike.....	68
3.	Usporedba modela mjerenja utjecaja političkog okruženja u destinaciji.....	79
4.	Operacionalizacija konstrukta političkog povjerenja.....	101
5.	Operacionalizacija konstrukta političke moći.....	102
6.	Operacionalizacija konstrukta pozitivnih turističkih utjecaja.....	102
7.	Operacionalizacija konstrukta negativnih turističkih utjecaja.....	103
8.	Operacionalizacija konstrukta kvalitete života.....	103
9.	Operacionalizacija konstrukta podrške održivom turizmu.....	104
10.	Kalkulator veličine uzorka za PLS SEM model.....	105
11.	Odabir strukturalne metode.....	109
12.	Sociodemografska obilježja uzorka istraživanja.....	112
13.	Deskriptivna analiza konstrukta političke moći.....	113
14.	Deskriptivna analiza konstrukta političkog povjerenja.....	114
15.	Deskriptivna analiza konstrukta pozitivni turistički utjecaji.....	115
16.	Deskriptivna analiza konstrukta negativni turistički tjecaji.....	116
17.	Deskriptivna analiza konstrukta kvalitete života.....	117
18.	Deskriptivna analiza konstrukta podrške održivom razvoju turizma.....	118
19.	KMO i Bartlett's test.....	119
20.	Eksploratorna faktorska analiza – matrix.....	121
21.	Cronbach's alpha koeficijenti	122
22.	Pouzdanost i valjanost mjernog modela.....	125
23.	HTMT Rovinj.....	126

23.a.	HTMT Budva.....	126
24.	Fornell-Larcker kriterij Rovinj.....	127
24.a.	Fornell-Larcker kriterij Budva	127
25.	Multikolinearnost.....	128
26.	R square	129
27.	Pregled R2 vrijednosti sa pripadajućim oznakama sukladno različitim tumačenjima teoretičara.....	130
28.	Stone Geisser koeficijent.....	130
29.	Snaga utjecaja F2.....	131
30.	Koeficijenti puta (β vrijednosti).....	135
31.	Procjena kompozicijske invarijantnosti mjernog modela	140
32.	Procjena pune invarijantnosti mjernog modela.....	142
33.	Rezultati višegrupne analize MGA	143
34.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na spol ispitanika.....	144
35.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na godine života ispitanika.....	144
35.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na godine života ispitanika - razlikovne rupe.....	145
36.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na obrazovanje ispitanika	145
37.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na radni status ispitanika	145
38.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na sektor ispitanika.....	146
38.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe.....	146

39.	Test statistički značajnih razlika ocjena političke moći u odnosu na prebivalište ispitanika.....	146
40.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na spol ispitanika	147
41.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na godine života ispitanika.....	147
41.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na godine života ispitanika -razlikovne grupe.....	147
42.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika.....	148
43.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na radni status ispitanika.....	148
43.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na radni status ispitanika - razlikovne grupe.....	148
44.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.....	149
44.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe.....	149
45.	Test statistički značajnih razlika ocjena političkog povjerenja u odnosu na prebivalište ispitanika.....	149-150
46.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na spol ispitanika.....	150
47.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na godine života ispitanika.....	150
48.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na stupanj obrazovanjaispitanika.....	151
49.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na radni status ispitanika.....	151

50.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.....	152
50.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe.....	152
51.	Test statistički značajnih razlika ocjena kvalitete života u odnosu na prebivališta ispitanika.....	152
52.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na spol ispitanika.....	153
53.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na godine života ispitanika.....	153
53.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na godine života ispitanika - razlikovne grupe.....	153
54.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na stupanj obrazovanja ispitanika.....	154
55.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na radni status ispitanika.....	154
56.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika.....	155
56.a.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na sektor zaposlenja ispitanika - razlikovne grupe.....	155
57.	Test statistički značajnih razlika ocjena podrške održivom turizmu u odnosu na prebivalište ispitanika.....	155
58.	Statistički značajne razlika u ocjenama koncepata istraživanja u odnosu na sociodemografski profil ispitanika	156
59.	Koeficijenti puta strukturalnog modela.....	169

POPIS SLIKA

Slika 1.	Međunarodni dolasci turista u 2019., 2020. i 2021. godini.....	13
Slika 2.	Ciljevi održivog razvoja.....	17
Slika 3.	<i>Triple A</i> model	19
Slika 4.	Odgovorno održivi turizam.....	20
Slika 5.	Klasični ekonomski pogled na evoluciju.....	25
Slika 6.	Javne institucije i izgradnja povjerenja.....	59
Slika 7.	Teoretski model istraživanja Mihalič i sur. (2016).....	74
Slika 8.	Model podrške lokalne zajednice turizmu Mihalič i sur. (2016).....	75
Slika 9.	Teoretski model istraživanja Akbar i sur. (2020).....	76
Slika 10.	Model utjecaja negativnog političkog okruženja na lokalnu zajednicu Akbar i sur. (2020).....	77
Slika 11.	Konceptualni model istraživanja.....	78
Slika 12.	Europska unije - države članice.....	81
Slika 13.	Međunarodni dolasci - globalni pregled od 1950. do 2018.....	82
Slika 14.	Grad Rovinj.....	91
Slika 15.	Grad Budva.....	97
Slika 16.	Nacrt istraživačkog procesa.....	100
Slika 17.	Model mjerenja utjecaja političkog okruženja na održivi turizam u destinaciji (skupni podaci).....	136

PRILOZI

Prilog 1. Razgraničavanje pojma političkog okruženja

Prilog 2. Popis čestica istraživanja s punim nazivima i skraćenim kodiranim oznakama

Prilog 3. Upitnik na hrvatskom jeziku

Prilog 1.**Razgraničavanje pojma političkog okruženja**

Koncept	Obrazloženje koncepta	Autor
Političko okruženje <i>(eng. Political Environment)</i>	Političko okruženje je djelovanje vlade koje utječe na poslovanje poduzeća. Okruženje u kojem se ljudi mogu lakše angažirati, poboljšavati svoje političke vještine i praksu. Dostupnost različitih vrsta i količine informacija potrebnih za učenje u političkom okruženju. Politički sistem ili političke stranke; politička moć, vodstvo, strukture, mehanizmi i strategije upravljanja u svrhu implementacije održivog turizma. Ukupnost politički relevantne komunikacije kojoj su građani izloženi. Okruženje koje oblikuje izborne procese i mišljenja.	(Akbar et al., 2020; Geić, 2011) (Beetham, 1996) (Delli Carpini, 2005; Gordon, 1994; Kuklinski et al., 2001) (Mihalič et al., 2016) Mutz (1998) (Zaller, 1992)
Destinacijsko upravljanje <i>(eng. Destination Governance)</i>	Manja kontrola vlade. Upravljanje i kontrola destinacija normama, strukturama i procesima. Inkluzivan pristup, od dolje prema gore, lokalne zajednice i industrija se potiču na akciju. Transakcijski trošak, asimetrije moći, međuovisnost, povjerenje, kontrola, znanje i neformalne, osobne veze. Konsolidirani sustav za stvaranje i provedbu inkluzivnih procesa upravljanja.. Postavljanje i razvoj pravila i mehanizama za poslovne strategije uključivanjem dionika destinacije. Pravila i mehanizmi za razvoj politika i poslovnih strategija. Interakcija između vlade, poduzeća i civilnog društva kao prioritet. Mehanizmi i strukture upravljanja sa ciljem pravedne ravnoteže između danih doprinosa i nagrada za sve dionike. Manja kontrola vlade, nema hijerarhije, uključuje više dionika. Javni sektor djeluje sa pristupom odozgo prema dolje. Samoorganizirajuća međuorganizacijska mreža, automatizam, poštovanje pravila i autonomija.	Breda i sur. (2006) (Beritelli et al., 2007) (Vernon et al., 2005) (Beritelli, 2015; Beritelli et al., 2007) (de Bruyn & Fernández Alonso, 2012) (Sainaghi et al., 2018) (Zhang & Zhu, 2014) (Presenza et al., 2005) (Rhodes, 2007) (Islam et al., 2018) (Peters, 2011; Ruhanen, 2013) (Nordin & Svensson, 2007)

Destinacijski menadžment (eng. <i>Destination Management</i>)	Proces oblikovanja, upravljanja i razvoja turističkog sustava, javne ponude i javnog interesa za destinaciju.	
	DMO ima sve funkcije menadžmenta: planiranje, organizaciju, ljudske resurse, vodstvo, kontrolu i stalno praćenje niza aktivnosti koje se provode na operativnoj razini.	(Bosnić et al., 2015)
	Planiranje, lobiranje, marketing i koordinacija usluga.	(Laesser & Beritelli, 2013)
	Destinacijski menadžment predstavlja skupinu upravljačkog osoblja na svim razinama koji svojim radom i radom drugih ostvaruju osnovne funkcije menadžmenta u području destinacije.	(Geić, 2010)
	DMO je javna ili privatna organizacija koja može djelovati na različitim administrativnim mjestima razinama i ima za cilj planiranje, realizaciju i provođenje politike razvoja turizma.	(National Tourism Authority, 2017)
	DMO ujedinjuje i koordinira rad različitih poduzeća i sličnih subjekata u osmišljavanju i realizaciji turističkog proizvoda radi optimalne kvalitete, konkurentnosti, održivosti te postizanja najboljih ekonomskih učinkovitosti.	(Petrić, 2011)
	Koordinirano upravljanje svim elementima koji čine turističku destinaciju i strateški pristup povezivanju.	(UNWTO, 2019)
	vođenje i koordinacija aktivnosti prema koherentnoj strategiji u postizanju ovog zajedničkog cilja. Podrazumijeva koaliciju brojnih organizacija i interesa.	(Magaš, 2003)
	Upravljanje destinacijom je komplicirano činjenicom da jedno, prepoznatljivo odredište može uključivati nekoliko općina, pokrajina ili drugih državnih tijela - u otočnim okruženjima to može biti cijela država.	(Magaš, 2003; Magaš et al., 2018)
	DMO je proces stvaranja i upravljanja jakom tržišno orijentiranoj i sustavno usmjerenoj jedinici – destinaciji.	(Heskova, 2006)

Izvor: Rad doktorandice prema literaturi

Prilog 2. Popis čestica istraživanja sa punim nazivima i skraćenim kodiranim oznakama

RB	Čestica	Varijabla	Post EFA Status	Post PLS SEM status
1.	Smatram da je u destinaciji pristup različitim mogućnostima jednak i otvoren za sve.	Pol_povj1	Uvrštena	Uvrštena
2.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom.	Pol_povj2	Uvrštena	Uvrštena
3.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.	Pol_povj3	Uvrštena	Izbačena
4.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji jasno komunicira svoje planove u zajednici.	Pol_povj4	Uvrštena	Uvrštena
5.	Smatram da sam veoma dobro informiran o javnoj politici u destinaciji.	Pol_povj5	Uvrštena	Uvrštena
6.	Veoma sam zadovoljan kvalitetom isporuke javnih usluga (zdravstvene usluge, sigurnost, socijalna skrb, komunalni servis i ostalo).	Pol_povj6	Uvrštena	Uvrštena
7.	Smatram da je u destinaciji pristup izbornom procesu slobodan i fer.	Pol_povj7	Uvrštena	Uvrštena
8.	Smatram da u destinaciji korupcija ne postoji.	Pol_povj8	Uvrštena	Izbačena
9.	Smatram da lokalna uprava u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka.	Pol_povj9	Uvrštena	Izbačena
10.	Smatram da se porezni prihodi od turizma troše korisno i namjenski za unapređenje zajednice u destinaciji.	Pol_povj10	Uvrštena	Uvrštena
11.	Smatram da kvalitetni i značajni projekti u destinaciji mogu dobiti državne subvencije.	Pol_povj11	Uvrštena	Uvrštena
12.	Smatram da lokalna uprava u destinaciji uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije.	Pol_povj12	Uvrštena	Izbačena
13.	Aktivno sudjelujem u javnim raspravama o važnim temama za zajednicu u destinaciji.	Pol_povj13	Izbačena	Izbačena
14.	Osobno sudjelujem u procesu odlučivanja kroz referendum o važnim temama za zajednicu u destinaciji.	Pol_povj14	Izbačena	Izbačena
15.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti.	Pol_moć1	Uvrštena	Uvrštena
16.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje potrebne vještine i znanja za upravljanje destinacijom.	Pol_moć2	Uvrštena	Uvrštena
17.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji stručno upravlja destinacijom.	Pol_moć3	Uvrštena	Uvrštena
18.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji kompetentno upravlja destinacijom.	Pol_moć4	Uvrštena	Uvrštena
19.	Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje značajnu materijalnu imovinu.	Pol_moć5	Izbačena	Izbačena
20.	Smatram da turizam doprinosi onečišćenju zraka i vode u destinaciji.	Neg_tur1	Uvrštena	Uvrštena
21.	Smatram da turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.	Neg_tur2	Uvrštena	Uvrštena

22.	Smatram da turizam ne koristi obnovljive izvore energije ili ih koristi u manjoj mjeri.	Neg_tur3	Uvrštena	Uvrštena
23.	Smatram da turizam uništava floru i faunu u destinaciji.	Neg_tur4	Uvrštena	Izbačena
24.	Smatram da turizam narušava ravnotežu prirodnog okoliša u destinaciji.	Neg_tur5	Uvrštena	Uvrštena
25.	Smatram da turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri.	Neg_tur6	Uvrštena	Uvrštena
26.	Smatram da se tijekom sezone u destinaciji nalazi previše ljudi.	Neg_tur7	Uvrštena	Izbačena
27.	Smatram da turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji.	Neg_tur8	Uvrštena	Uvrštena
28.	Smatram da su cijene usluga i proizvoda u destinaciji visoke zbog turizma.	Qol1	Uvrštena	Uvrštena
29.	Smatram da su cijene nekretnina u destinaciji previsoke zbog turizma.	Qol2	Uvrštena	Uvrštena
30.	Smatram da previše ovisimo o prihodima od turizma u destinaciji.	Qol3	Uvrštena	Uvrštena
31.	Zbog turizma bih se želio/a odseliti iz destinaciji.	Qol4	Izbačena	Izbačena
32.	Smatram da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji.	Qol5	Izbačena	Izbačena
33.	Podupirem razvoj turizma u destinaciji zbog ekonomskih koristi koje donosi.	Podr1	Uvrštena	Uvrštena
34.	Smatram da je turizam općenito dobar generator razvoja neke zajednice.	Podr2	Uvrštena	Uvrštena
35.	Ponosan sam što živim u Rovinju/Budvi.	Podr3	Uvrštena	Uvrštena
36.	Smatram da je Rovinj/Budva prepoznatljiva destinacija u zemlji i inozemstvu.	Podr4	Uvrštena	Izbačena
37.	Smatram da turizam omogućava veću stopu zaposlenosti i dobre plaće.	Poz_tur1	Uvrštena	Uvrštena
38.	Smatram da turizam općenito ohrabruje domaće i inozemne investicije.	Poz_tur2	Uvrštena	Uvrštena
39.	Smatram da turizam pridonosi kvaliteti obrazovanja u destinaciji.	Poz_tur3	Uvrštena	Uvrštena
40.	Smatram da je javna usluga u destinaciji dostupnija zbog turizma.	Poz_tur4	Uvrštena	Izbačena
41.	Smatram da turizam omogućava distribuciju lokalnih proizvoda (autohtona hrana i piće) u destinaciji.	Poz_tur5	Uvrštena	Uvrštena
42.	Smatram da turizam doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine (tradicija, povijesno naslijeđe, itd.)	Poz_tur6	Uvrštena	Uvrštena
43.	Smatram da turizam omogućava razvoj gastronomske ponude u destinaciji.	Poz_tur7	Uvrštena	Uvrštena

Izvor: Rad doktorandice prema literaturi.

Prilog 3. Upitnik na hrvatskom jeziku

Poštovane dame i gospodo, istražujemo utjecaj političkog okruženja na održivi razvoj turizma u destinaciji.²⁷ Cijenimo što ste odvojili vaše vrijeme kako biste ispunili ovaj upitnik. O sudjelovanju u ovom istraživanju odlučujete potpuno slobodno, a dobiveni odgovori ostaju anonimni i koristit će se isključivo u svrhu ovog istraživanja.

Molimo vas da svoj stav prema tvrdnjama u upitniku iskažete odabirom jedne od ponuđenih opcija.

Vrijeme potrebno za ispunjavanje upitnika procijenjeno je na 10 minuta.

Zahvaljujem.

*Molimo vas da svoj stav prema tvrdnjama u upitniku iskažete odabirom **samo** jedne od ponuđenih opcija.*

Stavovi o konceptu političkog povjerenja

Smatram da je u destinaciji pristup različitim mogućnostima jednak i otvoren za sve.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima otvorenu komunikaciju sa zajednicom.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji ima argumentiranu komunikaciju sa zajednicom.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji jasno komunicira svoje planove u zajednici.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da sam veoma dobro informiran o javnoj politici u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Veoma sam zadovoljan kvalitetom isporuke javnih usluga (zdravstvene usluge, sigurnost, socijalna skrb, komunalni servis i ostalo).	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da je u destinaciji pristup izbornom procesu slobodan i fer.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da u destinaciji korupcija ne postoji.	1	2	3	4	5	6	7

²⁷ Termin destinacija se odnosi na Vaše prebivalište. Ponuđeni izbori su ili Budva ili Rovinj ovisno o Vašem prebivalištu.

Smatram da lokalna uprava u destinaciji ima punu slobodu u donošenju odluka.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da se porezni prihodi od turizma troše korisno i namjenski za unapređenje zajednice u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da kvalitetni i značajni projekti u destinaciji mogu dobiti državne subvencije.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna uprava u destinaciji uspješno surađuje sa svim zainteresiranim stranama na razvoju destinacije.	1	2	3	4	5	6	7
Aktivno sudjelujem u javnim raspravama o važnim temama za zajednicu u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Osobno sudjelujem u procesu odlučivanja kroz referendum o važnim temama za zajednicu u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7

Stavovi o konceptu političke moći

Smatram da lokalna vlast u destinaciji provodi zakonsku regulativu u okviru svojih nadležnosti.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje potrebne vještine i znanja za upravljanje destinacijom.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji stručno upravlja destinacijom.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji kompetentno upravlja destinacijom.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da lokalna vlast u destinaciji posjeduje značajnu materijalnu imovinu.	1	2	3	4	5	6	7

Stavovi o pozitivnim turističkim utjecajima

Turizam omogućava veću zaposlenost i veće plaće.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam ohrabruje domaće i strane investicije.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam podiže kvalitetu obrazovanja u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Javna usluga je dostupnija zbog turizma.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam omogućava distribuciju lokalnih proizvoda.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam omogućava razvoj gastronomske ponude.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam doprinosi očuvanju lokalne kulturne baštine.	1	2	3	4	5	6	7

Stavovi o negativnim turističkim utjecajima

Turizam pridonosi onečišćenju vode i zraka u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam ugrožava zaštićena područja u destinaciji i okolici.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam ne koristi obnovljive izvore ili ih koristi u manjoj mjeri.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam uništava floru i faunu u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam narušava prirodnu ravnotežu u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam ne koristi recikliranje u zapaženoj mjeri.	1	2	3	4	5	6	7
Turizam uzrokuje prometne gužve i prenapučenost u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Tijekom turističke sezone u destinaciji se nalazi previše ljudi.	1	2	3	4	5	6	7

Stavovi o kvaliteti života

Zbog turizma cijene proizvoda i usluga su visoke.	1	2	3	4	5	6	7
Zbog turizma cijene nekretnine su previsoke.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da previše ovisimo o turističkim prihodima u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7
Zbog turizma bih se želio odseliti iz destinacije.	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da turizam negativno utječe na kvalitetu života u destinaciji.	1	2	3	4	5	6	7

Stavovi o podršci održivom turizmu

Podupirem razvoj turizma zbog ekonomskih koristi koje donosi	1	2	3	4	5	6	7
Smatram da je turizam općenito dobar generator razvoja zajednice.	1	2	3	4	5	6	7
Ponosan sam što živim u destinaciji (Budva ili Rovinj).	1	2	3	4	5	6	7
Destinacija (Budva ili Rovinj) je prepoznatljiviji brand na turističkom tržištu.	1	2	3	4	5	6	7

Za kraj vas molimo da odgovorite na nekoliko pitanja o vama osobno.

(Zaokružite samo jedan od ponuđenih odgovora).

Sociodemografski profil ispitanika

Spol	Žensko Muško
Godine života	Ispod 18 18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65+
Obrazovanje	Srednja škola Fakultet Magisterij Doktorat Ostalo
Status zaposlenja	Zaposlen/a Nezaposlen/a Umirovljenik/ca Ostalo
Sektor zaposlenja	Turizam Državna uprava ili lokalna samouprava Znanstvenoobrazovna institucija Nevladina organizacija ili aktivist Ostalo
Prebivalište	Budva Rovinj

Zahvaljujemo na vašim odgovorima.