

KANONIČKE RELACIJE INDIKATORA REKREACIJSKOG TURIZMA I INDIKATORA LOKACIJA TURISTIČKE PONUDE

CANONICAL RELATIONS OF RECREATION- AL TOURISM INDICATORS AND OF INDICA- TORS OF TOURISTIC OFFER LOCATIONS

Dobromir Bonacin, Kineziološki fakultet Univerziteta u Travniku, BiH
Žarko Bilić, Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti
Sveučilišta u Mostaru, BiH

Izlaganje sa naučnog skupa

Ključne riječi: relacije, rekreacija, turizam, lokacije

SAŽETAK

U istraživanju na uzorku studenata, anketnim upitnikom, prikupljene su informacije o turizmu, rekreaciji i turističkim lokacijama. Podaci su sortirani, a nakon normalizacije obrađeni kanoničkom korelacijskom analizom, s logičkim kriterijima iz prostora lokacija/sadržaja. Rezultati pokazuju da ispitanici percipiraju operativno turističko djelovanje s nizom indikacija koje upućuju na potrebu cjelovitijeg sagledavanja potreba, što se posebno odnosi na činjenicu da je vrlo loša javna ponuda lokacija koje bi sadržavale boravak u planini, uz sportske i medicinske tretmane. Vidljivo je i to da se općenito smatra kako turisti nisu dobro informirani, kao i da je situacija općenito loša, te da se u tim uvjetima ne mogu postizati neki znatniji rekreacijski efekti, već su ciljevi okrenuti uglavnom lokalnim i kratkoročnim ekonomskim efektima.

Key words: relations, recreation, tourism, locations

ABSTRACT

In this research with sample of students, by questionnaire we collect information about tourism, recreation and tourist locations. Data

were sorted, and after normalization, the canonical correlation analysis was applied, with logical criteria from tourist location space. Results have shown that students perceive operative tourist acting with several indicators that lead forward needs of global integration of effort. Especially, their attitudes point to fact that public presentation of location offer is poor, considering that mountain benefits, as well as sports and medicine treatment have to be more effective. It is obvious that general standings shown that tourists are not informed well, just as the global situation is bad, so that condition significantly limit better recreational effects, so the aims of acting are little to much directed to local and short-terms economic effects.

1. UVOD

Procjena vrijednosti aktualnih stavova o turističkim sadržajima i lokacijama od velikog je značenja za planiranje djelovanja u jednoj tako složenoj aktivnosti kao što to turizam uistinu jest (Andrijašević, Blažević i sur., 2006). Informacije o dimenzijama socijalnog statusa koje realiziraju manifestne odnose i stanja unutar nekog, varijabla razapetog prostora, uvijek su od najvećeg značenja za razumijevanje pojava u kineziologiji, a napose u rekreaciji i turizmu (Andrijašević, 2001; Bonacin Da. i sur., 2006). Jedan takav iznimno zanimljiv prostor, sasvim sigurno je turizam. Ovo iz

razloga što je turizam u svoj svojoj slojevitosti i složenosti prepun najrazličitijih mogućih inicijativa, sadržaja, modaliteta, oblika rada, načina djelovanja i drugih aktivnosti koje sve zajedno određuju usmjerenost stručnih i znanstvenih akcija s ciljem eventualnog zadovoljenja nekih ljudskih potreba (Bartoluci i sur., 2004). Tako složen konglomerat mogućih lokalnih i globalnih pojava, socijalna stratifikacija, interakcije među potencijalnim elementima rekreacijskih i turističkih modela, i sl., ne dopuštaju nam površnost u sagledavanju zakonitosti i koje stvarno egzistiraju unutar takvih mogućih sistema. Međutim, upravo je primjetna disproporcija između stupnja tvrdnji koje se nerijetko nekritički iznose kao konačne i istinite, s jedne strane, i izvršenih relevantnih istraživanja koja bi realno opisivala skup ozbiljnih referentnih parametara pripremljenih upravo za procjenu tih i takvih, možda ad hoc izrečenih stavova i mišljenja. Jasno je da će, čim se radi o turizmu, najveći dio razmišljanja danas biti usmjeren prema kapitalnoj i drugoj dobiti koja se u takvoj aktivnosti može realizirati, što je dakako jedna, čak i djeci koja ljeti prodaju smokve, sasvim poznata ekonomska kategorija. Što se međutim, nalazi u dubini interakcije zanimanja i interesa određenih populacija, to je, nažalost, znatno manje poznato i istraženo (Bilić, 2006), a što ne začuđuje zbog složenosti odnosa koji u turizmu egzistiraju, kao i nedovoljnog broja relevantnih, metodološki zaokruženih istraživanja (Andrijašević, Bonacin i sur., 2006).

2. METODE

Anketa kojom su prikupljeni podaci za ovo istraživanje posebno je konstruirana i sadrži 24 pitanja koja su se odnosila na stavove entiteta o rekreaciji i turizmu. Skala je bila Likertovog tipa sa 5 ponuđenih tvrdnji u rasponu od maksimalnog slaganja do potpunog neslaganja (Nipošto, Ne, Ne znam, Da, Potpuno), te s nekoliko izraženih zahtjeva kojom se ovakva skala interno validira i provjerava. Skalu je izradio dr.D.Bonacin. Bilo je uključeno 16 temeljnih pitanja/varijabli: SRPL – potrebno je isplanirati unaprijed 5-10 godina što se može pripremiti i onda to stalno provoditi, SRST – nema se što pitati turiste, jer su oni nekompetentni pa o tome može odlučivati samo struka, SRUN – sve je to zamišljeno samo kako bi se tur-

istima izvukla sredstva iz novčanika, SRKA – stručna razina kadra u rekreaciji je preniska za ikakve ozbiljne efekte, SRTK – turizam je iznimno važan za kineziološku rekreaciju, SRND – turisti niti ne znaju što hoće, treba ih naučiti da se odrede što hoće, pa im to dati, SRES – rekreacija u turizmu je besmislena jer se oni poslije vrate kući i na posao a efekta nema, SREN – angažman rekreacijom u turizmu je prevelik a efekti praktično nikakvi, SRTO – turisti dolaze samo kako bi se malo odmorili i relaksirali, a ne naporno vježbali, SRNV – sredstva koja treba izdvojiti za bavljenje sportom u turizmu su previsoka, SRTU – o kompletnoj ponudi u turizmu isključivo moraju brinuti turoperatori, tj. oni koji ih i dovode, SRSA – nemoguće je dobro pripremiti odgovarajuće sadržaje zbog prevelikih razlika turista u željama, SRPO – prevelike su razlike među pojedincima u turizmu da bi se moglo išta ozbiljno napraviti, SRRE – treba javno istaknuti ponudu sadržaja, a turisti ako to žele neka se izvole uključiti, SRKT – kineziološka rekreacija je iznimno važna za turizam, SRTN – nije moguće ozbiljno djelovati sportom u turizmu zbog opće situacije. Logički kriteriji bio je skup od 8 različitih sadržaja koji opisuju određene turističke lokacije: SRRI – Rijeke i jezera nemaju većih mogućnosti za zadovoljenje turističkih interesa, SRPP – u turističku ponudu treba puno više uključiti pješačke ture i lakše planinarenje, SRDU – duhovna svetišta i rekreacija potpuno se međusobno nespojivi pojmovi, SRPZ – posjete povijesnim znamenitostima nemaju u suštini nikakve veze s rekreacijom, SRPN – planine su izuzetno zahvalne sredine za primejnu rekreativnih sadržaja, SRTP – turistička ponuda treba sadržavati obvezno sportsku i sličnu ponudu, SRME – turistima treba samo medicinski tretman, a ne rekreativni, SRMZ – turistima je samo do mora, kupanja i zabave.

Upitnik je ponuđen uzorku od 40 studenata II godine Fakulteta fizičke kulture u Mostaru. U konačni efektiv ušlo je 38 entiteta. Inicijalni podaci su normalizirani kako bi se pripremili za multivarijantne obrade. Prije provođenja kanoničke korelacijske analize još je izvršena redirekcija svih varijabli tako da veći rezultat znači i bolji rezultat. Sve metode obrade podataka primijenjene su sukladno uobičajenim standardima (Bonacin, 2004).

3. REZULTATI

Na temelju podataka u Tabeli 1. vidljivo je da su entiteti sistematski i pouzdano odgovarali na postavljena pitanja. Naime, pregledom ove tabele vidi se izjašnjavanje globalno na slijedeći način: rijeke i jezera su podobni za primjenu rekreacijskih sadržaja, ture i pješačenja također, povijesne znamenitosti imaju direktnu vezu s rekreacijom, moguće je pripremiti sadržaje ovisno o željama, razlike generirane iz pojedinačnih stavova turista nisu prepreka kompoziciji sadržaja, rekreacija je važna za turizam, sredstva koja treba odvojiti nisu previsoka, angažman i efekti ostaju. Također, turistima nije samo do kupanja i zabave, postoje efekti i kad se vrate kući, ne može se tvrditi da turisti nisu kompetentni, a ponuda mora uključivati i sport, te im nije potreban samo medicinski tretman, dok su planine izuzetno zanimljive sa stajališta rekreacijske ponude, i ne radi se sve to samo radi novčanika. U određenim anketnim odgovorima, entiteti kao grupa su pokazali dvojbe, odnosno bimodalnost rezultata: kod uloge turoperatora, utjecaja opće situacije, kod postavke znaju li turisti što hoće, je li turizam važan za rekreaciju i zadovoljava li stručna razina kadra.

Tabela 1.

	SRRI	SRPP	SRDU	SRSA	SRPO	SRTU
1	13	0	14	4	2	8
2	21	3	21	23	27	13
3	1	1	2	4	5	5
4	2	27	1	6	3	10
5	1	7	0	1	1	2
	38	38	38	38	38	38

	SRRE	SRKT	SRTN	SRNV	SRTO	SREN
1	0	0	6	8	4	12
2	1	2	13	19	9	21
3	2	1	4	6	2	1
4	29	14	14	4	19	4
5	6	21	1	1	4	0
	38	38	38	38	38	38

	SRMZ	SRES	SRND	SRTK	SRKA	SRPZ
1	10	18	3	0	3	6
2	21	17	18	14	13	28
3	1	2	6	3	7	1
4	4	1	10	20	14	3
5	2	0	1	1	1	0
	38	38	38	38	38	38

	SRPL	SRST	S RTP	SRME	SRPN	SRUN
1	3	16	0	19	0	10
2	23	20	6	19	0	19
3	8	1	0	0	0	2
4	4	1	19	0	20	6
5	0	0	13	0	18	1
	38	38	38	38	38	38

Inicijalni rezultati frekvencija po pojedinoj varijabli

Kanonička korelacijska analiza dala je jednu značajnu linearnu kombinaciju, s koeficijentom kanoničke korelacije 0.92, što je bilo značajno na razini $p < 0.002$.

Tabela 2.

Varijable	KF
Opće vrijednosti	
Planiranje unaprijed	0.27
Turisti ne mogu odlučivati	-0.20
Sredstva iz novčanika	0.39
Niska stručna razina	0.16
Turizam je važan	-0.01
Turisti ne znaju što hoće	0.42
Nema efekata u turizmu	0.07
Angažman bez efekata	0.46
Došli su se odmoriti	0.54
Sredstva su previsoka	0.17
Neka brinu turoperatora	-0.15
Velike razlike u željama	0.16
Velike razlike u pojedincima	-0.05
Javna ponuda sadržaja	-0.41
Rekreacija je važna turizmu	0.00
Opća situacija je loša	0.51
Lokacije / sadržaji	
Rijeke i jezera	0.01
Pješačke ture i planinarenje	-0.15
Duhovna svetišta	-0.09
Posjete znamenitostima	0.07
Planine su zahvalne sredine	0.61
Sportska i slična ponuda	0.61
Medicinski tretman	0.47
More, kupanje i zabava	0.27

Rezultati kanoničke korelacijske analize

4. RASPRAVA

Rezultati u tabeli 2, jasno pokazuju kakav skup stavova egzistira unutar odabranog uzorka, kao i da su ti stavovi očita posljedica realnih faktora koji stvarno postoje u životu. U podprostoru općih vrijednosti nalazimo više jasnih prediktora srednje visine doprinosa linearnoj kombinaciji. To su indikatori: turisti su se došli odmoriti (0.54), opća situacija je loša (0.51), angažman bez efekata (0.46), turisti ne znaju što hoće (0.42), samo se uzimaju sredstva iz novčanika (0.39), svi pozitivni. Negativno je projicirana varijabla koja opisuje javnu ponudu sadržaja (-0.41). U podprostoru lokacija (sadržaja) primjetne su tri značajno izražene saturacije: planine su zahvalne sredine (0.61), sportska i slična ponuda (0.61) i medicinski tretman (0.47), sve pozitivne.

Na taj način se može ustvrditi kako postoji vrlo specifičan skup značajki vezanih za aktivnosti u turizmu općenito. Ne može se ne zapaziti općenita sklonost ispitanika da ocijene kako se turisti općenito ne bave nekim posebnim rekreacijskim sadržajima, te da su općenito ciljevi turizma znatno prozaičniji nego li se to obično misli, u što se uklapa negativni stav prema javnoj ponudi. S druge strane vidljivo je da od svih mogućih sadržaja/lokacija ispitanici težište daju na planinske ugođaje, te sportsku i medicinsku orijentaciju. Ovakav stav očito je generiran iz temeljnih ideja o zdravom životu, koji je moguće dohvatiti na planini, te u sportskim i medicinskim tretmanima. Ostali sadržaji ispitanicima ne predstavljaju neke posebno zanimljive ili privlačne kategorije tj. mjesta koja bi željeli koristiti pri odmoru ili u slobodnom vremenu (godišnji odmori, vikendi i slično).

Ovakav skup kanoničkih relacija indikatora govori u prilog činjenici da općenito ne postoji sustavno djelovanje u smislu upravljanja razvojem turizma s adekvatnim korištenjem raspoloživih lokacija i njima svojstvenih sadržaja. Čini se da su ispitanici vrlo dobro informirani o disproporciji koja nastaje između ponude i stvarnih efekata koji se postižu relativno površnim djelovanjem.

5. ZAKLJUČAK

Provedeno je istraživanje na uzorku studenata Fakulteta fizičke kulture u Mostaru, s ciljem dobivanja informacija o turizmu i koneziološkoj rekreaciji. U tu svrhu primijenjena je anketa s 24 pitanja/tvrđnje Likertovog tipa s 5 mogućih intenziteta. Podaci su sortirani, a nakon normalizacije obrađeni kanoničkom korelacijskom analizom, s logičkim prediktorima iz podprostora stavova o turističkim lokacijama, te logičkim kriterijima iz prostora lokacija / sadržaja. Rezultati su pokazali kako ispitanici determiniraju operativno turističko djelovanje kao površno s nizom indikacija koje upućuju na potrebu cjelovitijeg sagledavanja potreba, što se posebno odnosi na činjenicu da je vrlo loša javna ponuda lokacija koje bi sadržavale boravak u planini, uz sportske i medicinske tretmane. Vidljivo je i to da se općenito smatra

kako turisti nisu dobro informirani, kao i da je situacija općenito loša, te da se u tim uvjetima ne mogu postizati neki znatniji rekreacijski efekti, već su ciljevi okrenuti uglavnom lokalnim i kratkoročnim ekonomskim efektima. Ovi rezultati jasno upozoravaju na potrebu formiranja globalnih planova i programa turističke ponude, kao i cjelovitijeg upravljanja turističkim resursima, uz aktiviranje svih mogućih sadržaja-lokacija radi postizanja sveobuhvatnih učinaka.

LITERATURA

1. Andrijašević M, Bonacin, D., Prskalo, I., i sur. Model objektivnog utvrđivanja inicijalnih skupina, njihovog statusa i željenih ciljnih funkcija transformacija. *Odgojne znanosti*, 8, 1(11):191-208, 2006.
2. Andrijašević M, Blažević, S., Bonacin, D., Bilić, Ž. Wellness – novi trend u turizmu. *Homo Sporticus*, 9, 2., 2006.
3. Andrijašević M (ur). *Slobodno vrijeme i igra*. Zagreb, FFK, ZV. 2000.
4. Bartoluc M. i sur. *Menedžment u sportu i turizmu*. Zagreb: Kineziološki fakultet.
5. Bilić Ž. Structural changes in the set of bimoto function dimensions of the boys of V-VII class at primary school. *Anthropological status and physical activity of children and youth – Interdisciplinary scientific conference*, Novi Sad, pp:349-356, 2006.
6. Bilić Ž. Identifikacija procesnih i strukturalnih promjena kao temelj kvalitetnog življenja. *Sport za sve – Konferencija Zagreb*, pp:45-50, 2007.
7. Bonacin D. *Uvod u kvantitativne metode*. Vlastito izdanje, Kaštela. 2004.
8. Bonacin D., Bilić, Ž., Bonacin, D. Podudarnosti percepcije parametara općeg statusa i slobodnog vremena te zdravstvenog statusa kod odraslih muškaraca. *Sport za sve – Konferencija Zagreb*, 2007.