



Godina je bila 480. prije Krista, a Grčka zemlja bez identiteta, u kojoj su mali gradovi države, Polisi, vodili svaki svoju politiku, filozofske rasprave, konstantno u umnom, retoričkom i vojnom nadmudrivanju. Glavni Polisi, oko kojih su se kasnije okupili i svi drugi, bili su Sparta i Atena, jedan grad neslomljive vojne discipline, a drugi grad kulture i filozofije. Na prvi pogled nespojivi mix svega i svačega u kojem je svako svakome konkurent i u kojem je pojam zajedništvo samo misaona konstrukcija koja nikada neće zaživjeti. Oda, Perzijanci i njihov živući Bog kralj **Xerxes** mislili su kako je pred njima laka zadaća osvajanja cijele Grčke. No, zaboravili su kako dobro organizirana vojska, disciplinirana i motivirana, može slomiti puno jaču silu ako joj organizacija nije na dovoljno visokoj razini. Xerxes je zaboravio poraz svog oca na maratonskom polju deset godina ranije i bahato je krenuo u novo osvajanje. Jedino što je uspio polučiti svojim višestruko jačim snagama bio je destinacijski *management*. Na smrt suprotstavljeni Polisi, odgodili su svoje nesuglasice, organizirali se kao jedna zemlja, jedna, ovaj put vojna destinacija i dobili bitke kod Termopila, gdje su Spartanski kralj **Leonida** i njegovih 300 bojovnika zauvijek zapisani u analе povijesti. Oda, međusobno, Grci se nadmeću, žale, viču i suprotstavljaju, no kada treba nastupiti prema Van, svi će surađivati u nekada obrani svoje destinacije, a danas u branđiranju Grčke kao jedne od najpoželjnijih, turističkih destinacija.

Ovim malim povijesnim uvo-
dom o zemlji koja je rodila filo-
fiju, logiku, matematiku i povijest,
determiniramo samu bit destina-
cijskog *managementa*. Suradnja ili
smrt! lako 4 u svijetu po posjeće-
nosti turista po glavi stanovnika,

Destinacijski management

Pokrećući drugi veliki pohod ogromnih, svjetski najvećih vojnih snaga u dotadašnjoj povijesti, kralj najmoćnijeg carstva na svijetu, Perzije, mislio je kako će imati vrlo laku zadaču u svladavanju grčkih filozofa i ratnika koji su ionako u konstantnom sukobu.

Hrvatska zarađuje 3 puta manje od Švicarske, a o nedostiznoj Španjolskoj koja ostvaruje jednu petinu prihoda od turizma cijele EU (koja je i najposjećenija svjetska regija) ne trebamo niti odgovoriti.

U čemu je problem? Izgleda da mi jednostavno, bez obzira na posjećenost koja zakrči naše autoceste tijekom ljetnih mjeseci, koja zaguši povjesnu dubrovačku jezgru i koja preplavi ljudskim valom

krhki eko-sustav Plitvičkih jezera, jednostavno ne znamo zaraditi od turizma. Loša zarada znači lošu organizaciju, a ona je u turizmu upravo destinacijski *management*.

Usklađeni procesi

„Destinacijski management uključuje aktivnosti koje pridonose unaprjeđenju i razvoju turizma, usklađenjem interesa svih subjekata koji sudjeluju u turizmu.“

– jednostavna je definicija destinačijskog *managementa* u udžbeniku za naše srednjoškolce. I koja točno pogađa bit našeg problema. Suradnja! Samo usklađenim djelovanjem poduzetnika, bili oni u ugostiteljstvu, hotelijerstvu, autokampovima ili sutra u zabavnim parkovima kada ih odlučimo sagraditi uključenjem javnih službi, predstavnika lokalne uprave i samouprave i krovnih organizacija poput turističkih zajednica, moći ćemo pobjeći zamci masovnog turizma koji je dugoročno neodrživ i nepovratno će narušiti naše prirodne i kulturne resurse, te se okrenuti organizaciji boljih turističkih proizvoda kao što su: kongresni, zabavni, zdravstveni i visoko profitni turizam.

Mi jednostavno moramo naučiti sjesti za zajednički stol, prihvati činjenice kako su dvije glave uvjek pametnije od jedne, organizirati se na svim razinama društva i zemlje i sve povezati u zajednički proizvod koji ćemo jedinstveno ponuditi na domaćem i stranim tržištima. Naša bitka kod Termopila mora započeti već danas!