



Creative Commons Attribution –  
NonCommercial 4.0 International License

Izvorni znanstveni rad

<https://doi.org/10.31784/zvr.11.1.2>

Datum primitka rada: 17. 3. 2022.

Datum prihvaćanja rada: 22. 7. 2022.

# NEPROFITNE ORGANIZACIJE I TURIZAM: RAZLIKE U STAVOVIMA O UČINCIMA TURIZMA U PRIMORSKIM I KONTINENTALNIM DESTINACIJAMA

**Lorena Dadić Fruk**

Dr. sc., poslijedoktorandica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,  
Primorska 46, p.p. 97, 51410 Opatija, Hrvatska; e-mail: lorenad@fthm.hr

**Helga Maškarin Ribarić**

Dr. sc., redovita profesorica u trajnom zvanju, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i  
ugostiteljstvu, Primorska 46, p.p. 97, 51410 Opatija, Hrvatska; e-mail: helgam@fthm.hr

**Jelena Đurkin Badurina**

Dr. sc., docentica, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu,  
Primorska 46, p.p. 97, 51410 Opatija, Hrvatska; e-mail: jelenad@fthm.hr

## SAŽETAK

*Stavovi dionika o turizmu često su u fokusu promatranja i praktičara i istraživača. No, dok su stavovi nekih dionika istraženi i izučavani s najrazličitijih aspekata, neki su dionici, sasvim neopravdano, još uvijek izvan fokusa mainstream istraživanja. Jedna od skupina tih dionika jesu i neprofitne organizacije kao ključni akteri civilnog društva. Ovim se istraživanjem u fokus stavljaju neprofitne organizacije (NPO-ovi) kao jedan od dionika turizma te se ispituju stavovi članova (preciznije: predstavnika uprave) NPO-ova o učincima turizma diferencirajući pritom NPO-ove s obzirom na grad, tj. regiju njihova djelovanja: kontinent ili priobalje. Dodatno i po istom kriteriju diferencijacije ovim se istraživanjem stavovi o učincima turizma dovode u vezu s visinom godišnjih prihoda udruge i ocjenom vlastite financijske pozicije. U tu svrhu provedeno je online anketno istraživanje na uzorku članova skupština udruge koje djeluju u najrazvijenijim priobalnim i kontinentalnim turističkim destinacijama Hrvatske. Rezultati ukazuju na signifikantne razlike u stavovima o kulturnim i ekonomskim učincima turizma, ali ne i u stavovima o ekološkim učincima turizma udruge koje djeluju u primorskim i kontinentalnim turističkim destinacijama.*

**Ključne riječi:** neprofitne organizacije, turizam, stavovi dionika, financiranje neprofitnih organizacija

## 1. UVOD I PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA

Učinak turističke destinacije ne ovisi samo o unutarnjim karakteristikama destinacije (March i Wilkinson, 2009), već i o razini kohezije među različitim dionicima prisutnima u destinaciji (Presenza, Del Chiapa i Sheehan, 2013: 23). Pod ključnim dionicima razvoja turizma u postojećim se istraživanjima uglavnom misli na stanovnike, turističke organizacije, turiste, državu i radnike u turizmu (Kuvan i Akan, 2012; Ahmed i Krohn, 1990; Miočić i Razović, Klarin, 2016; Banki i Ismail, 2014). Tim skupinama dionika Miočić, Razović i Klarin (2016) dodaju i dionike koji imaju specifične interese kao što su, na primjer, obrazovne institucije, crkva i neprofitne organizacije. O neprofitnim organizacijama kao dioniku u razvoju turizma počelo se značajnije govoriti tek krajem devedesetih godina 20. stoljeća (Finetty, 2001; Romero-Brito, Buckley, Byrne, 2016; Hassan, 2000; Ellis i Sheridan, 2014; Matiku, Zuwarimwe, Tshipala, 2021) iako su upravo one imale ključnu ulogu u počecima razvoja turizma i planiranju turističkih aktivnosti (Rachmawati i Fountain, 2020). Važnost i ulogu udruga u turizmu prepoznali su Brito, Buckley i Byrne (2016) koji navode da udruge postaju sve relevantnije kao dionik turističkog razvoja, a one usmjerene na turizam postaju sve uključnije u održive aktivnosti, posebice u stvaranje vrijednosti za turiste i lokalno stanovništvo. Dadić i Maškarin Ribarić (2017) idu korak dalje u definiranju uloge neprofitnih organizacija u turizmu, pri čemu detektiraju i grupiraju direktne i indirektne utjecaje udruga na turizam. Važnost udruga ogleđa se i u njihovu utjecaju koji mogu imati na lokalne vlasti s ciljem kreiranja politike turizma koja za cilj ima zaštitu i razvoj društvenih, ekoloških i povijesnih obilježja destinacije. U tom smjeru organizacija Ujedinjenih naroda Globalno partnerstvo za održivi turizam (2012) ističe da neprofitne organizacije zbog svoje stručnosti, a unatoč ograničenim financijskim i drugim resursima, značajno doprinose u promicanju održivih praksi u turizmu, i to edukacijom turista o obrascima ponašanja u destinaciji koji su u skladu s prirodom i koje podržava lokalna zajednica, privlačenjem sredstava za realizaciju projekata, nadgledanjem razvoja turizma i slično. Nefitne organizacije neizostavni su dionik kada se govori o turizmu zasnovanom na potrebama lokalne zajednice (engl. *community based tourism*) te se često spominju kao glavni začetnik i kreator takva turizma (Ngo, Lohmann, Hales, 2018; Lee i Jan 2019; Giampiccoli, Mtapuri, 2015; Raftopoulos, 2020).

Navedeno ukazuje na to da su udruge prepoznate i identificirane kao jedan od dionika razvoja turizma, no u razvojnim i strateškim dokumentima uglavnom im se ne pripisuju aktivne uloge u realizaciji pojedinih aktivnosti. Drugim riječima, s obzirom na svoj potencijal, u nedovoljnoj su mjeri uključene u promišljanje strategije razvoja pojedinih oblika turizma kao i u strategije razvoja turizma općenito.

Za razliku od ostalih skupina dionika, čiji su se stavovi prema turizmu ispitivali kroz mnogobrojne aspekte u velikom broju istraživanja, stavovi udruga prema turizmu još su uvijek relativna nepoznanica. Dostupna istraživanja identificiraju i bave se uglavnom ispitivanjem stavova nekoliko ključnih skupina dionika: osim stavova lokalnog stanovništva o razvoju turizma (Ap i Crompton, 1998; Yu, Chancellor i Tian, 2011; Latkova i Vogt, 2012; Teye, Sirakaya i Sönmez, 2002; Choi i Sirakaya, 2005; Woosnam 2012; Nunkoo i Gursoy, 2012; Presenza, Del Chiapa i Sheehan, 2013), najčešće se ispituju stavovi nositelja turističke ponude u destinaciji te stavovi turističkih organizacija (Bornhorst, Ritchie i Sheehan, 2009; Byrd, 2007).

Pozitivni stavovi dionika rezultiraju njihovim pozitivnim ponašanjem prema turističkom razvoju (npr. Ellis i Sheridan, 2014, 2015). No, osim stavova pojedinih skupina dionika, važno je ispitivati i kompleksne veze među njima jer se razina kohezije među njima može direktno povezati s rezultatima turističke destinacije (March i Wilkinson, 2009).

U podlozi istraživanja stavova dionika o turizmu vrlo je često *teorija društvene razmjene* (Chuang, 2010; Nunkoo, 2016; Özel i Kozak, 2017) kojom se, u suštini, (pozitivni) stavovi o turizmu dovode u vezu sa stupnjem ovisnosti dionika o turizmu. Opravdanost takva pristupa u istraživanju stavova udruga kao dionika turizma može se dovesti u pitanje s obzirom na prirodu udruga (kao neprofitnih organizacija). Naime, realizacija misije neprofitnih organizacija pretpostavlja odsutnost profitno orijentiranog ponašanja i aktivnosti, osim ako to ne doprinosi realizaciji misije. Drugim riječima, ako se teorija društvene razmjene svede na analizu troškova i koristi (eng. *Cost-benefit analysis*), benefiti ili koristi neprofitne organizacije nikako ne spadaju u sferu materijalnih, odnosno ekonomskih koristi (prihoda ili općenito osiguranja sredstava, i to direktno ili indirektno), već bi ti benefiti trebali primarno doprinositi realizaciji misije neprofitne organizacije (npr. očuvanju kulturnih i prirodnih dobara, zdravlja stanovnika i slično). Diferencijacija stavova o učincima turizma, koji se uobičajeno klasificiraju kao ekonomski, sociološki (kulturni) i ekološki, kod neprofitnih organizacija iz navedenih je razloga posebno zanimljiva: misli se pritom na *očekivanu* prevalenciju važnosti socioloških i ekoloških učinaka u odnosu na ekonomske učinke, odnosno stavljanja ekonomskih benefita u kontekst i funkciju ekoloških i socioloških benefita. Naravno, riječ je o interesima i benefitima društva, većih skupina pojedinaca, čije interese zastupa neprofitna organizacija, a nikako o interesima samih pojedinaca.

Unatoč tome postavlja se pitanje mogu li se viši prihodi i financijska stabilnost, koji donose određenu relaksaciju u smislu osiguranja, tj. postojanja resursa za normalno djelovanje neprofitnih organizacija, povezati s pozitivnim stavovima o učincima turizma.

Neprofitne organizacije, kao ni ostale skupine dionika turizma, nisu homogena skupina dionika – one se razlikuju s obzirom na područje djelovanja i s njime povezanu misiju, članstvo, financijsku snagu, utjecaj i sl., ali i s obzirom na to na kojem geografskom području (gradu, regiji) djeluju. U ovom se istraživanju neprofitne organizacije, tj. udruge, primarno diferenciraju s obzirom na to utječu li (direktno i indirektno) svojim djelovanjem na turizam (Dadić i Maškarin Ribarić, 2017) te s obzirom na to djeluju li u primorskoj ili kontinentalnoj turističkoj destinaciji.

U podlozi diferenciranja s obzirom na djelovanje u primorskoj ili kontinentalnoj turističkoj destinaciji jest pretpostavka da se udruge, kao oblik interesnog udruživanja građana, ponašaju jednako kao i ostali dionici turizma – naime, u početku razvoja turizma imaju homogene, pozitivne stavove o turističkom razvoju, a protekom vremena (starenjem destinacije; eng. *maturing*) ti stavovi postaju sve heterogeniji i, moguće, negativniji (Ven, 2015; Presenza, Del Chiappa i Sheehan, 2013; Holladay i Ormsby, 2011). Pritom su u ovom istraživanju priobalne destinacije Hrvatske promatrane kao razvijene (eng. *mature*) destinacije, dok su kontinentalne destinacije promatrane kao destinacije u kojima je turizam nedovoljno razvijen ili slabije zastupljen kao ekonomska aktivnost.

Takvo promišljanje rezultiralo je oblikovanjem sljedećih istraživačkih pitanja:

- Razlikuju li se stavovi udruga o učincima turizma s obzirom na to djeluju li one u primorskoj ili kontinentalnoj turističkoj destinaciji (tj. djeluju li u zreloj destinaciji ili u destinaciji koja se nalazi u razvojnoj fazi)?
- Jesu li visina prihoda koje ostvaruju i ocjena financijske situacije udruga povezane s njihovim stavovima o učincima turizma i razlikuju li se ti stavovi s obzirom na to djeluju li udruge u primorskoj ili kontinentalnoj turističkoj destinaciji?

Iz navedenog proizlazi predmet rada: utvrditi stavove članova skupština udruga o učincima turizma, odnosno utvrditi razlikuju li se ti stavovi među turistički zrelim (primorske) i turistički „razvojnim“ (kontinentalnim) destinacijama te utvrditi povezanost stavova o učincima turizma s visinom prihoda i financijskom situacijom udruge.

## 2. METODOLOGIJA

Da bi se odgovorilo na istraživačka pitanja, provedeno je *online* anketno istraživanje s pomoću strukturiranog anketnog upitnika među članovima skupština udruga koje djeluju u kontinentalnim i primorskim turističkim destinacijama u Hrvatskoj.

Osnovni skup istraživanja čine sve udruge registrirane u jednom od područja djelovanja (kultura i umjetnost, sport, hobistička djelatnost, zaštita okoliša i prirode, zaštita zdravlja, održivi razvoj) koje imaju direktan ili indirektan utjecaj na turizam (Dadić i Maškarin Ribarić, 2017) i koje su registrirane na području najrazvijenijih primorskih i kontinentalnih turističkih destinacija u Hrvatskoj prema turističkom prometu u zadnjih deset godina.

U skladu s tim istraživanje je provedeno u dvije faze:

- Istraživanje u najrazvijenijim primorskim destinacijama (Medulin, Poreč, Rovinj, Dubrovnik) provodilo se tijekom svibnja i lipnja 2018. godine.
- Istraživanje u najrazvijenijim kontinentalnim destinacijama (Zagreb, Osijek, Varaždin, Karlovac, Slunj, Tuhelj, Krapinske Toplice, Stubičke Toplice, Velika Gorica) provodilo se od studenoga 2019. do ožujka 2020. godine.

Za potrebe istraživanja primijenjen je slučajni stratificirani uzorak, iz čega je potom odabran jednostavni slučajni uzorak koji čini 40 % osnovnog skupa (osim Zagreba, čiji uzorak čini 4 % osnovnog skupa), odnosno 756 udruga. Istraživanje je provedeno *online*, tj. slanjem poruka e-pošte s poveznicom na *online* anketu. Ukupno je vraćeno 390 ispravno popunjenih upitnika (237 upitnika udruga koje djeluju u kontinentalnim destinacijama i 153 upitnika udruga koje djeluju u primorskim destinacijama), što čini stopu povrata od 51 %. Distribucija anketnih upitnika prikazana je u tablici u nastavku.

Tablica 1. Distribucija anketnih upitnika

|                              | Destinacija       | Osnovni skup<br>(organizacije koje imaju<br>direktan ili indirektan<br>utjecaj na turizam) | Uzorak<br>(40 % od<br>osnovnog<br>skupa) | Broj ispravno<br>popunjenih<br>anketnih<br>upitnika | Stopa<br>povrata<br>(%) |
|------------------------------|-------------------|--|--|---|-------------------------|
| Primorske<br>destinacije     | Dubrovnik         | 250  | 100                                      | 75  | 75 %                    |
|                              | Rovinj            | 74   | 30                                       | 22  | 73 %                    |
|                              | Poreč             | 82   | 33                                       | 25  | 76 %                    |
|                              | Medulin           | 104  | 42                                       | 31  | 74 %                    |
| Kontinentalne<br>destinacije | Zagreb*           | 5.500  | 170 (3 %)                                | 39  | 23 %                    |
|                              | Osijek            | 154  | 110                                      | 60  | 55 %                    |
|                              | Varaždin          | 126  | 90                                       | 48  | 53 %                    |
|                              | Karlovac          | 84   | 60                                       | 37  | 62 %                    |
|                              | Slunj             | 24   | 17                                       | 10  | 58 %                    |
|                              | Tuhelj            | 21   | 15                                       | 5   | 33 %                    |
|                              | Krapinske Toplice | 21   | 15                                       | 5   | 33 %                    |
|                              | Stubičke Toplice  | 17   | 12                                       | 3   | 25 %                    |
|                              | Velika Gorica     | 89   | 62                                       | 29  | 47 %                    |
| UKUPNO                       | 6.546             | 756  | 390                                      | 51 %  |                         |

\* Za Zagreb uzorak je činio 4 % osnovnog skupa jer Zagreb značajno odstupa u broju udruga od ostalih destinacija, tj. ima više registriranih udruga od svih navedenih destinacija zajedno.

Izvor: autorice

Upitnik se sastojao od tri dijela. Prvi dio upitnika, koji sadržava sedam pitanja, odnosi se na opće podatke o djelovanju udruga: područje djelovanja, tj. registracije udruge, sjedište, godina osnivanja, broj članova, plaćanje članarine te učestalost provedbe pojedinih vrsta aktivnosti kojima se ostvaruju prihodi.

Drugi dio upitnika odnosi se na stavove o učincima turizma, a kreiran je prema istraživanjima koja mjere stavove različitih skupina dionika prema turizmu (Ramseook-Munhurrun, Naidoo, 2011; Yu, Chancellor, Tian, 2011). U tom djelu upitnika, koji sadržava jedno pitanje s 18 čestica upitnika, od članova skupština udruga tražilo se da na Likertovoj ljestvici od 1 do 5 (1 = u potpunosti se ne slažem, 5 = u potpunosti se slažem) označe razinu svojeg slaganja s pojedinim tvrdnjama koje se odnose na stavove o kulturnim, ekonomskim i ekološkim učincima turizma. Cronbach alpha koeficijenti za ukupno 18 varijabli kojima se mjere stavovi prema turizmu nalaze se u intervalu od 0,838 do 0,963, dok on za ukupnu ljestvicu iznosi 0,933. To ukazuje na dobru unutarnju dosljednost i stabilnost čimbenika te visoku pouzdanost ljestvice.

Posljednji dio upitnika odnosi se na financiranje udruga, a kreiran je prema istraživanju Nacionalne zaklada za razvoj civilnog društva Republike Hrvatske (2011). Taj dio upitnika, obuhvaća pitanja o

visini i strukturi prihoda te ocjeni financijske situacije udruge i čitavog neprofitnog sektora (osobni stav).

### 3. EMPIRIJSKI REZULTATI I ANALIZA

Da bi se dobio a opća slika o stavovima članova skupština udruge o učincima turizma, u tablici u nastavku prikazane su prosječne ocjene pojedine čestice te ukupne prosječne ocjene za pojedinu kategoriju stava. Nadalje, ocjene su prikazane odvojeno za primorske i kontinentalne destinacije.

Tablica 2. Prosječne ocjene stavova o učincima turizma

(1 = u potpunosti se ne slažem, 2 = ne slažem se, 3 = niti se slažem niti se ne slažem, 4 = slažem se, 5 = u potpunosti se slažem)

| Stavovi                 |  | Ukupna prosječna ocjena (N = 390) | Standardna devijacija | Prosječna ocjena (primorje) (N = 153) | Prosječna ocjena (kontinent) (N = 237) |
|-------------------------|--|-----------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--|
| KULTURNI STAVOVI        | Turizam pomaže u očuvanju kulturnog identiteta, tradicije i baštine.                 | 3,67                              | 1,452                 | 3,75                                  | 3,62                                   |
|                         | Turizam stvara poticajno ozračje za učenje novih jezika, kultura i običaja.          | 3,81                              | 1,455                 | 4,11                                  | 3,62                                   |
|                         | Turizmom se omogućava revitalizacija objekata kulture.                               | 3,63                              | 1,456                 | 3,94                                  | 3,43                                   |
|                         | Turizam povećava ukupnu kvalitetu života lokalnog stanovništva.                      | 3,60                              | 1,446                 | 3,79                                  | 3,48                                   |
|                         | Turizam kreira više sportskih i rekreacijskih sadržaja za lokalno stanovništvo.      | 3,48                              | 1,442                 | 3,59                                  | 3,35                                   |
|                         | Turizam kreira više kulturnih sadržaja za lokalno stanovništvo.                      | 3,69                              | 1,441                 | 3,98                                  | 3,49                                   |
|                         | Turizam omogućuje lokalnom stanovništvu više sadržaja za <i>shopping</i> (kupovinu). | 3,45                              | 1,363                 | 3,72                                  | 3,27                                   |
| UKUPNA PROSJEČNA OCJENA |  | 3,61                              | -                     | 3,84                                  | 3,46                                   |
| EKONOMSKI STAVOVI       | Turizam privlači nove investicije u destinaciju.                                     | 3,87                              | 1,415                 | 4,24                                  | 3,62                                   |
|                         | Turizam stvara nova radna mjesta za lokalno stanovništvo.                            | 3,88                              | 1,415                 | 4,23                                  | 3,65                                   |
|                         | Razvojem turizma otvaraju se nova tržišta za lokalne proizvode.                      | 3,89                              | 1,443                 | 4,18                                  | 3,70                                   |

|                         |  |      |       |      |      |
|-------------------------|--|------|-------|------|------|
|                         | Razvojem turizma poboljšava se standard lokalnog stanovništva.       | 3,65 | 1,433 | 3,88 | 3,49 |
|                         | Razvojem turizma otvaraju se nove mogućnosti za financiranje udruga. | 3,35 | 1,440 | 3,63 | 3,16 |
|                         | Turizam omogućuje razvoj i bolju infrastrukturu destinacije.         | 3,56 | 1,407 | 3,69 | 3,48 |
|                         | Turizam potiče rast poduzetničke aktivnosti.                         | 3,74 | 1,398 | 3,99 | 3,57 |
| UKUPNA PROSJEČNA OCJENA |  | 3,70 | -     | 3,97 | 3,52 |
| EKOLOŠKI STAVOVI        | Turizam unaprjeđuje izgled i uređenost mjesta                        | 3,62 | 1,461 | 3,79 | 3,50 |
|                         | Turizam osigurava zaštitu biljnog i životinjskog svijeta.            | 2,62 | 1,286 | 2,69 | 2,58 |
|                         | Turizam čuva prirodne resurse za buduće naraštaje.                   | 2,57 | 1,294 | 2,59 | 2,56 |
|                         | Turizam potiče plansku urbanizaciju mjesta.                          | 2,71 | 1,355 | 2,68 | 2,72 |
| UKUPNA PROSJEČNA OCJENA |  | 2,88 | -     | 2,94 | 2,84 |

Izvor: autorice

Promotre li se kategorije stavova, može se zaključiti da udruge prepoznaju turizam prvenstveno kao pokretača ekonomije određene destinacije jer su stavovi o *ekonomskim učincima turizma* ocijenjeni najvišom prosječnom ocjenom (3,70). Ta je prosječna ocjena viša kod udruga u primorju (3,97) nego kod udruga na kontinentu (3,52). U ovoj kategoriji najbolje su ocijenjene čestice koje se odnose na otvaranje novih tržišta za lokalne proizvode (3,89), na stvaranje novih radnih mjesta za lokalno stanovništvo (3,88) te privlačenje novih investicija u destinaciju (3,87). Čestica koja se odnosi direktno na udruge, a koja glasi „Razvojem turizma otvaraju se nove mogućnosti za financiranje udruga.” ocijenjena je najslabije u kategoriji ekonomskih stavova te je dobila prosječnu ocjenu 3,35.

Usporede li se prosječne ocjene udruga priobalnih i kontinentalnih destinacija, može se primijetiti da su prosječne ocjene svih čestica koje se odnose na stavove o ekonomskim učincima turizma niže kod udruga na kontinentu.

Kategorija stavova o *kulturnim učincima turizma* ocijenjena je prosječnom ocjenom 3,61, a u ovoj kategoriji ispitanici najpozitivnije ocjenjuju česticu da turizam stvara poticajno ozračje za učenje novih jezika, kultura i običaja (3,81), zatim da doprinosi očuvanju kulturnog identiteta, tradicije i baštine (3,69) te da kreira više kulturnih sadržaja za lokalno stanovništvo (3,67). Kao i kod stavova o ekonomskim učincima turizma, tako i kod stavova o kulturnim učincima turizma postoje razlike

u ocjenama primorja u odnosu na kontinent: i ovdje su primjetne niže prosječne ocjene za sve čestice kod udruga koje djeluju u kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Promotri li se posljednja kategorija stavova, vidi se da udruge percipiraju turizam kao prijetnju *ekologiji i okolišu*. Naime, stavovi koji se odnose na ekološke učinke turizma ocijenjeni su najnižom ocjenom (2,88), a razlike u prosječnim ocjenama obalnih i kontinentalnih udruga najniže su u usporedbi s razlikama u vrednovanju čestica za preostale dvije skupine stavova. U ovoj kategoriji najniže je ocijenjena izjava koja se odnosi na to da turizam čuva prirodne resurse za buduće naraštaje (2,57).

Prisutne razlike u ocjenama stavova o ekonomskim i kulturnim učincima turizma između udruga koje djeluju na kontinentu i udruga koje djeluju u primorju mogu se pripisati različitom stupnju razvoja turizma. Turistički promet u kontinentalnom djelu Hrvatske čini tek 5 % ukupnog prometa ostvarenog u primorskom djelu Hrvatske (iznimka je Zagreb). Ta činjenica upućuje na to da lokalna zajednica zbog još nedovoljnog obujma turističkog prometa nije u većoj mjeri uključena u turističke aktivnosti i turizam nije na prvom mjestu aktivnosti koje osiguravaju egzistenciju lokalnog stanovništva. Za razliku od kontinenta, u primorju turizam predstavlja primarnu aktivnost o čijem razvoju ovisi egzistencija velikog broja ljudi, turistički promet raste iz godine u godinu te je većina ljudi direktno ili indirektno povezana s turizmom.

Da bi se utvrdilo postoje li i statističke značajne razlike u stavovima o učincima turizma između udruga koje djeluju u primorju i udruga koje djeluju na kontinentu, proveden je T-test. Za potrebe testiranja udruga koje djeluju u kontinentalnim destinacijama svrstane su u skupinu 1, a udruge koje djeluju u primorskim destinacijama svrstane su u grupu 2. Rezultati T-testa prikazani su u tablici u nastavku.

Tablica 3. Rezultati T-testa

| T-test                     |                  |       |       |
|----------------------------|------------------|-------|-------|
| STAVOVI O UČINCIMA TURIZMA | Levene test Sig. | t     | Sig.  |
| Kulturni učinci            | ,822             | 2,967 | ,003* |
| Ekonomski učinci           | ,545             | 3,376 | ,001* |
| Ekološki učinci            | ,635             | -,873 | ,428  |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Na temelju rezultata T-testa može se zaključiti da između udruga koje djeluju u primorju i udruga koje djeluju na kontinentu postoje statistički značajne razlike u stavovima o učincima turizma koji se odnose na kulturu i ekonomiju, i to na razini značajnosti od 99 %. Za kategoriju stavova o ekološkim učincima turizma nije potvrđena statistički značajna razlika ( $p > 0,05$ ).

Analizom se dalje dovodi u vezu visina prihoda sa stavovima o učincima turizma. Rezultati Pearsonova koeficijenta korelacije, kojim se testirala povezanost visine prihoda udruga i stavova o učincima turizma, prikazani su u tablici u nastavku.



Tablica 4. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost visine prihoda udruga i stavova o učincima turizma

|         |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|---------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| PRIHODI | Pearson Correlation | ,590                    | ,578                     | -,336                   |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|         | N                   | 390                     | 390                      | 390                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Na temelju prikazanih rezultata može se vidjeti da postoji značajna pozitivna statistička veza između stavova o kulturnim učincima turizma i prihoda udruga te stavova o ekonomskim učincima turizma i prihoda udruga uz istovremenu značajno negativnu statističku vezu između stavova o ekološkim učincima turizma i prihoda udruga. Iz toga se može zaključiti da članovi skupština udruga s višim prihodima imaju pozitivne stavove o ekonomskim i kulturnim učincima turizma, dok istovremeno imaju nešto negativnije stavove prema učincima turizma na ekološku situaciju destinacije.

Da bi se dobila još detaljnija slika povezanosti prihoda i stavova o učincima turizma, u nastavku su prikazani rezultati Pearsonova koeficijenta odvojeno za udruge koje djeluju u primorskim i udruge koje djeluju u kontinentalnim destinacijama.

Tablica 5. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost visine prihoda udruga i stavova o učincima turizma kod udruga u primorskim destinacijama

|         |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|---------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| PRIHODI | Pearson Correlation | ,644                    | ,654                     | -,414                   |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|         | N                   | 153                     | 153                      | 153                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Navedeni rezultati ukazuju na to da kod udruga u primorju postoji značajna pozitivna statistička veza između stavova o kulturnim učincima turizma i prihoda udruga te stavova o ekonomskim učincima turizma i prihoda udruga na razini značajnosti od 99 % ( $p = 0,000 < 0,01$ ). Drugim riječima, viši prihodi udruge znače pozitivnije stavove članova skupština udruga prema ekonomskim i kulturnim učincima turizma, ali istovremeno i negativnije stavove prema ekološkim učincima turizma (negativni predznak koeficijenta korelacija na razini značajnosti od 99 %).

Tablica 6. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost visine prihoda udruga i stavova o učincima turizma kod udruga u kontinentalnim destinacijama

|         |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|---------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| PRIHODI | Pearson Correlation | ,554                    | -,352                    | -,531                   |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|         | N                   | 237                     | 237                      | 237                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Za razliku od primorja, kod udruga na kontinentu situacija je nešto drugačija. Naime, rezultati ukazuju na to da postoji statistički značajna negativna veza između prihoda udruga i stavova o učincima turizma koji se odnose na ekonomiju i ekologiju destinacije na razini značajnosti od 99 % ( $p = 0,000 < 0,01$ ). Drugim riječima, članovi skupština udruga s višim prihodima imaju negativnije stavove o važnosti turizma ne samo za ekologiju, nego i za ekonomiju destinacije. Odnos visine prihoda i stavova o kulturnim učincima turizma ostao je pozitivan, kao i kod primorskih destinacija.

Kako bi se dobila još detaljnija slika o tome u kojoj mjeri ocjena financijske situacije udruge može utjecati na stavove udruga o učincima turizma, testiralo se postoji li veza između (subjektivne) ocjene financijske situacije udruge i stavova o učincima turizma općenito te posebno za udruge u primorju i udruge na kontinentu, a rezultati su prikazani u nastavku.

Tablica 7. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost financijske situacije udruga i stavova o učincima turizma

|                       |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| FINANCIJSKA SITUACIJA | Pearson Correlation | ,504                    | ,513                     | -,360                   |
|                       | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|                       | N                   | 390                     | 390                      | 390                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Na temelju prikazanih rezultata može se zaključiti da postoji pozitivna statistička veza između financijske situacije udruge te stavova o učincima turizma koji se odnose na kulturu i ekonomiju, i to na razini značajnosti od 99 % ( $p = 0,000 < 0,01$ ). Drugim riječima, što članovi skupština pozitivnije ocjenjuju financijsku situaciju svoje udruge, to su i njihovi stavovi prema učincima turizma, a koji se odnose na kulturu i ekonomiju, također pozitivniji. S druge strane, primjetna je negativna statistička veza između financijske situacije i stavova o ekološkim učincima turizma na razini značajnosti od 99 % ( $p = 0,000 < 0,01$ ).

Tablica 8. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost financijske situacije udruga i stavova o učincima turizma kod udruga u primorskim destinacijama

|                       |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| FINANCIJSKA SITUACIJA | Pearson Correlation | ,612                    | ,574                     | -,411                   |
|                       | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|                       | N                   | 153                     | 153                      | 153                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Iz prikazanih rezultata može se zaključiti da se obrasci povezanosti između stavova o financijskoj situaciji i stavova o učincima turizma koji se bilježe na razini ukupnog uzorka ponavljaju na isti način kod primorskih destinacija (s nešto većom jakosti veze): pozitivan odnos financijske situacije i stavova o kulturnim i ekonomskim učincima turizma, a negativan odnos financijske situacije i stavova o ekološkim učincima turizma.

Tablica 9. Pearsonov koeficijent korelacije: povezanost financijske situacije udruga i stavova o učincima turizma kod udruga u kontinentalnim destinacijama

|                       |                     | Kulturni učinci turizma | Ekonomski učinci turizma | Ekološki učinci turizma |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| FINANCIJSKA SITUACIJA | Pearson Correlation | ,586                    | -,535                    | -,375                   |
|                       | Sig. (2-tailed)     | ,000*                   | ,000*                    | ,000*                   |
|                       | N                   | 237                     | 237                      | 237                     |

\*značajnost na razini pouzdanosti od 99 %

Izvor: autorice

Na temelju prikazanih rezultata može se vidjeti da je situacija kod udruga na kontinentu nešto drugačija nego kod prethodno analiziranih udruga u primorju. Naime, kod udruga na kontinentu postoji statistički značajna negativna veza između financijske situacije udruga i stavova o ekonomskim i ekološkim učincima turizma, dok je statistički značajna pozitivna veza prisutna samo u odnosu ocjene financijske situacije i stavova o kulturnim učincima turizma.

#### 4. DISKUSIJA I ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Istraživačka pitanja u podlozi ovog istraživanja pokazala su se opravdanima, tj. dokazani su diferencirani stavovi udruga o učincima turizma s obzirom na njihovo geografsko područje djelovanja (primorske ili kontinentalne turističke destinacije).

Najniže ocjene zabilježene su kod stavova o ekološkim učincima turizma (2,88), kod kojih su i razlike između primorskih i kontinentalnih turističkih destinacija najniže. Slijede ih stavovi o kulturnim (3,61) i ekonomskim učincima turizma (3,70). Kod sve tri vrste stavova pozitivnije ocjene zabilježene su kod udruga u primorskim turističkim destinacijama. Pritom su statistički značajne

razlike prisutne kod stavova o kulturnim i ekonomskim učincima turizma, ali ne i kod stavova o ekološkim učincima turizma (tablica 2, rezultati T-testa). Očigledno je da udruge u obje vrste destinacija vrlo slično percipiraju ekološke rizike povezane s razvojem turizma.

Promatraju li se primorske destinacije kao zrele turističke destinacije (u skladu s kriterijem prema kojemu su birane u uzorak i udjelom u ukupnom turističkom prometu Hrvatske), a kontinentalne destinacije (s iznimkom Zagreba) kao destinacije u razvoju, tada su rezultati donekle u suprotnosti s dosadašnjim dostupnim istraživanjima i očekivanjima koja govore da dionici razvijenijih destinacija negativnije percipiraju učinke turizma. Jedan od najčešće korištenih modela mjerenja stavova dionika (stanovništva) jest Doxeyev indeks iritacije ili Irridex (1975; Ven, 2015) koji polazi od sljedeće pretpostavke: što je razvojna faza destinacije viša, to više rastu negativni stavovi stanovnika. No, postavke modela Irridex mogu se dovesti u pitanje s obzirom na to da turizam može u različitoj mjeri doprinosti ekonomiji destinacije (Lepp, 2007) pa se stoga i stavovi dionika u destinacijama koje su u istoj razvojnoj fazi mogu značajno razlikovati. Tako, na primjer, Horn i Simons (2002) u svojem istraživanju zaključuju da percepcija dionika o turizmu (u njihovu slučaju, lokalnog stanovništva) u značajno većoj mjeri ovisi o lokalnoj povijesti, lokalnoj strukturi moći i potpornoj mreži, nego o razvijenosti turizma *per se*.

U radu se testirala i povezanost visine prihoda kao i stava o financijskoj situaciji udruge sa stavovima o učincima turizma. U oba slučaja ponavlja se isti obrazac: značajna pozitivna statistička veza zabilježena je između visine prihoda, ali i financijske situacije sa stavovima neprofitnih organizacija o kulturnim i ekonomskim učincima turizma, dok je negativna veza prisutna kod stavova o ekološkim učincima turizma. Promatraju li se odvojeno primorske i kontinentalne destinacije (zrele i „razvojne“), kod primorskih se destinacija ponavlja ovaj obrazac, no kod kontinentalnih se negativna povezanost, osim za ekološke, dodatno javlja i za ekonomske učinke turizma. Time se djelomično potvrđuju ranije elaborirane postavke teorije društvene razmjene u okvirima neprofitnog sektora. Negacija njezinih postavki prisutnija je u kontinentalnim turističkim destinacijama u kojima je stupanj ovisnosti dionika o turizmu (udio turizma u bruto domaćem proizvodu) niži nego u obalnim destinacijama. No, reakciju dionika na turizam, pa tako i reakciju udruge, treba promatrati više kao kompleksan proces evolucije, a manje kao linearan niz promjena (Horn, Simons, 2002). U tom se smislu rezultati ovog rada mogu promatrati kao doprinos teoretskim raspravama o aspektima teorije društvene razmjene u okvirima neprofitnog sektora. Aplikativni doprinos rada prvenstveno se ogleda u koristima koje ovo istraživanje može imati za upravljanje neprofitnim organizacijama, i to u smislu spoznaje kompleksnosti međuodnosa turizma i civilnog sektora te maksimiziranja koristi koje se mogu ostvariti povezivanjem djelovanja neprofitnih organizacija i turizma uvažavajući njegove ekonomske, kulturne i ekološke učinke. Naravno, sve to na način da se pritom ne ugrožava vlastita misija (poslanstvo).

U ovom istraživanju prisutna su i izvjesna ograničenja. Istraživanje je provedeno uz premisu da su stavovi dionika (udruge) u okviru dvije definirane skupine (primorske i kontinentalne turističke destinacije) homogeni. No, kao i kod drugih skupina dionika, zasigurno postoje diversificirani stavovi, pa stoga i mogućnosti i/ili potreba da se formiraju klasteri koji bi zasigurno doprinijeli kvalitetnijoj interpretaciji odnosa udruge, kao dijela civilnog društva, i turizma.

Nadalje, u ovom istraživanju nije se razmatrala još jedna važna činjenica, a to je da su povijest lokalne zajednice i u njoj prisutne strukture važne za razumijevanje načina kako se lokalna zajednica prilagođava turizmu i njime upravlja (Horn i Simons, 2002). U obalnom je području Hrvatske (osobito u destinacijama koje su u analiziranom uzorku) turizam kao fenomen prisutan mnogo dulje nego u kontinentalnim destinacijama, a lokalna je zajednica, osim što se dulje prilagođavala turizmu, suočena i s različitim problemima u upravljanju turizmom u odnosu na kontinentalne destinacije (npr. problemi vezani uz *overtourism*). Dubinsko razumijevanje međuodnosa zahtijevalo bi primjenu kvalitativnih studija koje bi objašnjavale prilagodbu lokalnih zajednica razvoju turizma. Također, budućim istraživanjima bilo bi zanimljivo utvrditi razlikuju li se stavovi neprofitnih organizacija o učincima turizma od stavova ostalih dionika turizma kao i imaju li udruge koje su svojim aktivnostima bliže turizmu i koje ostvaruju dio prihoda djelovanjem u turizmu pozitivnije stavove o učincima turizma.

---

Ovaj rad izrađen je uz financijsku potporu Sveučilišta u Rijeci za projekt ZIP-UNIRI-116-6-19.

---

## LITERATURA

- Ahmed, Z.U., Krohn, F.B. (1990) "Reversing The United States' Declining Competitiveness In The Marketing Of International Tourism: A Perspective On Future Policy", *Journal of Travel Research*, 29(2), pp. 23–29. doi:10.1177/004728759002900204
- Ap, J., Crompton, J.L. (1998) "Developing and Testing a Tourism Impact Scale", *Journal of Travel Research*, 37(2), pp. 120–130. doi:10.1177/004728759803700203
- Banki, M. B., & Ismail, H. N. (2014). Multi-stakeholder perception of tourism impacts and ways tourism should be sustainably developed in Obudu Mountain Resort. *Developing country studies*, 4(3), 37-48.
- Bornhorst, T., Ritchie, B.J.R., Sheehan, L. (2010) "Determinants of Tourism Success for DMOs and destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives", *Tourism Management*, 31(5), pp. 572-589. doi: 10.1016/j.tourman.2009.06.008
- Byrd, E.T. (2007) "Stakeholders in Sustainable Tourism Development and their Roles: Applying Stakeholders Theory to Sustainable Tourism Development" *Tourism Review*, 62(2), pp. 6-13, doi: 10.1108/16605370780000309
- Choi, H.-S.C., Sirakaya, E. (2005) "Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale", *Journal of Travel Research*, 43(4), pp. 380–394. doi: 10.1177/0047287505274651.
- Chuang, S.-T. (2010) "Rural tourism: Perspectives from social exchange theory", *Social Behavior and Personality: An international journal*, 38 (10), pp. 1313-1322. doi: 10.2224/sbp.2010.38.10.1313
- Dadić, L., Maškarin Ribarić, H. (2017) "Identifying the Impacts of NPOs on Tourism in Order to Increase their Financial Sustainability". In: 4<sup>th</sup> International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe; Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges, Opatija, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, pp. 115-132. doi: 10.20867/tosee.04.33
- Ellis, S., Sheridan, L. (2014) "A Critical Reflection on the Role of Stakeholders in Sustainable Tourism Development in Least-Development Countries", *Tourism Planning & Development*, 11(4), pp. 467-471. doi: 10.1080/21568316.2014.894558

- Ellis, S., Sheridan, L. (2015) "The role of resident perceptions in achieving effective community-based tourism for least developed countries", *Anatolia*, 26(2), pp. 244-257, doi: 10.1080/13032917.2014.939202
- Finnetty, S. (2001). Analyzing the roles of local non-governmental organizations (NGOs) in sustainable tourism: A case study of Belize, Central America. doi:10.1371/journal.pone.0166919
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2015). Between theory and practice: A conceptualization of community based tourism and community participation. *Loyola Journal of Social Sciences*, 29(1), pp. 27-52.
- Hassan, S.S. (2000) "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, 38(3), pp. 239-249. doi: 10.1177/004728750003800305
- Holladay, P.J., Ormsby, A.A. (2011) "A comparative study of local perceptions of ecotourism and conservation at Five Blues Lake National Park, Belize", *Journal of Ecotourism*, 10(2), pp. 118–134. doi: 10.1080/14724049.2010.529910
- Horn, C., Simmons, D. (2002) "Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand", *Tourism Management*, 23(2), pp. 133-143. doi: 10.1016/S0261-5177(01)00049-8.
- Iorgulescu, M., Ravar, A. (2015) "The Contribution of Social Enterprises to the Development of Tourism. The Case of Romania", *Procedia Economics and Finance*, 32 (1), pp. 672 – 679. doi: 10.1016/S2212-5671(15)01448-3
- Krce Miočić, B., Razovič, M., & Klarin, T. (2016). Management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation. *Management: journal of contemporary management issues*, 21(2), 99-120.
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2012). Conflict and agreement in stakeholder attitudes: Residents' and hotel managers' views of tourism impacts and forest-related tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 571-584. doi:10.1080/09669582.2011.61782
- Látková, P., Vogt, C. A. (2012) "Residents' Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities", *Journal of Travel Research*, 51(1), pp. 50–67. doi: 10.1177/0047287510394193.
- 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. doi:10.1016/j.tourman.2018.09.003
- Lepp, A. (2007) "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda", *Tourism Management*, 28(3), pp. 876-885. doi: 10.1016/j.tourman.2006.03.004.
- March, R., Wilkinson, I.F., (2009) "Conceptual tools for evaluating tourism partnerships", *Tourism Management*, 30(3), pp. 455–462. doi: 10.1016/j.tourman.2008.09.001
- Matiku, S. M., Zuwarimwe, J., & Tshipala, N. (2021). Sustainable tourism planning and management for sustainable livelihoods. *Development Southern Africa*, 38(4), 524-538. doi: 10.1080/0376835X.2020.1801386
- Nacionalna Zaklada za razvoj civilnog društva (2011). "Procjena stanja razvoja organizacija civilnog društva u Republici Hrvatskoj" [https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna\\_zbirka/procjena\\_stanja\\_2009.pdf](https://zaklada.civilnodrustvo.hr/upload/File/hr/izdavastvo/digitalna_zbirka/procjena_stanja_2009.pdf) (10.5.2019.)
- Ngo, T., Lohmann, G., & Hales, R. (2018). Collaborative marketing for the sustainable development of community-based tourism enterprises: voices from the field. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(8), 1325-1343. doi:10.1080/09669582.2018.1443114
- Nunkoo, R. (2016) "Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism", *Procedia Economics and Finance*, 39, pp. 588-596, doi: 10.1016/S2212-5671(16)30303-3
- Nunkoo, R., Gursoy, D. (2012) "Residents' support for tourism: An identity perspective", *Annals of Tourism Research*, 39 (1), pp. 243-268. doi: 10.1016/j.annals.2011.05.006

- Özel, C.H., Kozak, N. (2017) "An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: a Social Exchange Theory approach", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (3), pp. 284-300, doi: 10.1080/10941665.2016.1236826
- Prezenza, A., Del Chiappa, G., Sheehan, L. (2013) "Residents' engagement and local tourism governance in maturing beach destinations: Evidence from an Italian case study", *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(1), pp. 22–30. doi: 10.1016/j.jdmm.2013.01.001
- Rachmawati, E., & Fountain, J. (2020). Role of external stakeholders in tourism development and community empowerment. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(1), 25-36. doi: 10.31940/ijaste.v4i1.1640
- Raftopoulos, M. (2020). Rural community-based tourism and its impact on ecological consciousness, environmental stewardship and social structures. *Bulletin of Latin American Research*, 39(2), 142-156. doi:10.1111/blar.12749
- Ramseook-Munhurrun, P., Naidoo, P. (2011) "Residents' attitudes toward perceived tourism benefits", *International Journal of Management and Marketing Research*, 4(3), pp. 45-56
- Romero-Brito, T.P., Buckley, R.C., Byrne, J. (2016) "NGO Partnership in Using Ecotourism for Conservation: Systematic Review and Meta-Analysis", *PLoS ONE*, 11(11): e0166919. doi: 10.1371/journal.pone.0166919
- Teye, V., Sirakaya, E., Sönmez, S.F. (2002) "Residents' Attitudes Toward Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 29(3), pp. 668-688. doi: 10.1016/S0160-7383(01)00074-3
- United Nations (2012) "Global Partnership for Sustainable Tourism" <https://sustainabledevelopment.un.org/partnership/?p=7411> (15. 1. 2021.)
- Ven, S. (2015) "Residents' Participation, Perceived Impacts, and Support for Community-based Ecotourism in Cambodia: A Latent Profile Analysis", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (8), pp. 836-861 doi: 10.1080/10941665.2015.1075565
- Woosnam, K.M. (2012) "Using Emotional Solidarity to Explain Residents' Attitudes about Tourism and Tourism Development", *Journal of Travel Research*, 51(3), pp. 315-327. doi: 10.1177/0047287511410351.
- Yu, C.-P. (Simon), Chancellor, H.C., Tian, S. (2011) "Measuring Residents' Attitudes toward Sustainable Tourism: A Reexamination of the Sustainable Tourism Attitude Scale", *Journal of Travel Research*, 50(1), pp. 57–63. doi: 10.1177/0047287509353189.



Creative Commons Attribution –  
NonCommercial 4.0 International License

Original scientific paper

<https://doi.org/10.31784/zvr.11.1.2>

Received: 17. 3. 2022.

Accepted: 22. 7. 2022.

# NON-PROFIT ORGANIZATIONS AND TOURISM: DIFFERENCES IN ATTITUDES ABOUT TOURISM IMPACTS IN COASTAL AND CONTINENTAL TOURISM DESTINATIONS

**Lorena Dadić Fruk**

PhD, Senior Assistant, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management,  
Primorska 46, PO BOX 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: [lorenad@fthm.hr](mailto:lorenad@fthm.hr)

**Helga Maškarin Ribarić**

PhD, Full Professor with tenure, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management,  
Primorska 46, PO BOX 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: [helgam@fthm.hr](mailto:helgam@fthm.hr)

**Jelena Đurkin Badurina**

PhD, Assistant Professor, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management,  
Primorska 46, PO BOX 97, 51410 Opatija, Croatia; e-mail: [jelenad@fthm.hr](mailto:jelenad@fthm.hr)

## SUMMARY

*Stakeholder attitudes about tourism are often the focus of observation for both practitioners and researchers. However, while the attitudes of some stakeholders have been researched and studied from a variety of perspectives, some stakeholder groups remain unjustly absent from the focus of mainstream research. One such stakeholder group is non-profit organizations as important actors in civil society. This research focuses on non-profit organizations (NPOs) as one of the stakeholders in tourism and examines the attitudes of members (more specifically, management representatives) of NPOs towards tourism, distinguishing NPOs in relation to the city, i.e., their region: continent or coast. Furthermore, using the same differentiation criterion, this study relates attitudes toward tourism to the level of annual income of NPOs and the assessment of their own financial situation. For this purpose, an online survey was conducted among a sample of members of assemblies of non-profit organisations operating in the most developed coastal and continental tourism destinations in Croatia. The results show that there are significant differences in attitudes toward the cultural and economic impacts of tourism between associations operating in coastal areas and associations operating in continental areas, while there are no significant differences in attitudes toward the environmental impacts of tourism.*

**Key words:** non-profit organizations, tourism, stakeholders' attitudes, financing of non-profit organizations