

# Upravljanje marketingom u radu turističke zajednice

Zoran Mihanović, Andrea Grubelić

*Sadržaj* — Cilj ovog rada je bio ukazati na važnost upravljanja marketinškim aktivnostima u radu turističke zajednice, što je jedna od glavnih uloga destinacijskih menadžment organizacija. Teorijski dio rada je obuhvatio literaturu iz područja marketinga, marketinga usluga, turizma i turističkih destinacija, s fokusom na upravljanje marketingom u specifičnom okruženju turističkih destinacija. Također, posebna pozornost je posvećena pojmu destinacijskih menadžment organizacija kojima je jedna od osnovnih zadaća upravljanje marketingom destinacije. Destinacijske menadžment organizacije su dobro poznat pojam u svjetskoj praksi, dok se u Hrvatskoj njihova pojava u pravom obliku tek očekuje, i to preustrojem postojećeg sustava turističkih zajednica. Istraživanje je provedeno na primjeru turističke zajednice lokalne razine, gdje je analiziran njezin rad kao i zadovoljstvo ključnih dionika njezinim radom. Prema predmetu i ciljevima istraživanja postavljene su dvije glavne hipoteze. Hipoteze su testirane anketnim ispitivanjem privatnih iznajmljivača te intervjuom s nadležnim osobama u turističkoj zajednici. Istraživanje je pokazalo kako u radu Turističke zajednice ne postoji sustavan i kvalitetan pristup upravljanju marketingom te kako ključni dionici nisu u potpunosti zadovoljni radom ureda turističke zajednice a ni međusobnom suradnjom.

*Ključne riječi* — marketing, turistička destinacija, destinacijska menadžment organizacija, lokalna turistička zajednica, Hrvatska

Zoran Mihanović, Ekonomski fakultet Split, Cvite Fiskovića 5, 21000 Split, E-mail: [zoran.mihanovic@efst.hr](mailto:zoran.mihanovic@efst.hr)

Andrea Grubelić, Ekonomski fakultet Split, Cvite Fiskovića 5, 21000 Split, E-mail: [andreagrubelic@gmail.com](mailto:andreagrubelic@gmail.com)