



**CIET
2016**

16 - 18 JUNE
Split
Contemporary issues in
economy & technology

CONFERENCE PROCEEDINGS

www.ciet.oss.unist.hr





UNIVERSITY OF SPLIT
University Department of Professional Studies



CIET
2016

16 - 18 JUNE
Split
Contemporary issues in
economy & technology

CONFERENCE PROCEEDINGS

PDF on USB stick with full papers

Publisher:

University of Split
University Department of Professional Studies
Kopilica 5
21000 Split, CROATIA

For the Publisher:

Šimun Anđelinović, Rector
Ado Matoković, Head

Editors-in-chief:

Bože Plazibat
Silvana Kosanović

Cover Design:

Jašo Vrdoljak

Text Editor:

Josipa Mihovilović, Jašo Vrdoljak

Edition:

200 copies

CIP - Katalogizacija u publikaciji
SVEUČILIŠNA KNJIŽNICA U SPLITU

UDK 33(063)
62(063)

INTERNATIONAL Scientific and Professional Conference Contemporary issues
in economy and technology (<2> ; 2016 ; Split)
Conference proceedings / International Scientific and Professional Conference
Contemporary issues in economy and technology, CIET 2016, Split, 16-18 June ;
<editors Bože Plazibat, Silvana Kosanović>. - Split :
University of Split, University Department of Professional Studies, 2016.

Publikacija u formatu PDF; sadrži 850 str. - Bibliografija.

ISBN 978-953-7220-25-9

I. Ekonomija -- Zbornik II. Tehnologija – Zbornik 160529054

Copyright© University of Split,
University Department of Professional Studies, Split, 2016
All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, stored in retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the University of Split, University Department of Professional Studies.

ORGANISING COMMITTEE

Bože Plazibat, predsjednik OO-a

Anita Kroló Crvelin

Antonija Babić

Daniel Gherasim (ROU)

Domagoja Buljan Barbača

Goran Ćorluka

Ivica Ružić

Jašo Vrdoljak

Karmen Klarin

Lada Reić

Larisa Savga (MDA)

Mirko Gugić

Nada Roguljić

Nicoleta Botez (ROU)

Radu Florea (ROU)

Sergej Lugoivć

Silvana Kosanović

Siniša Zorica

Slavica Ćosović Bajić

Tonko Kovačević

Zlatko Jankoski

SCIENTIFIC COMMITTEE

Ana Goncalves (ESP)

Andreea Oana Iacobuta (ROU)

Andrei Paraschivescu (ROU)

Boris Anić (SRB)

Branka Marasović (HRV)

Branko Sarić (SRB)

Damir Sedlar (HRV)

Daniel Gherasim (ROM)

Daniela Bordeianu (ROU)

Domagoja Buljan Barbača (HRV)

Elena Fuior (ROU)

Gabriela Fotache (ROU)

Igor Nazor (HRV)

Ivana Plazibat (HRV)

Ivica Filipović (HRV)

Kiril Postolov (MKD)

Marko Miletić (HRV)

Mercedes Aznar Jimenez (ESP)

Michal Buszko (POL)

Miroslav Bjekić (SRB)

Petar Jandrić (HRV)

Petar Pepur (HRV)

Radu Florea (ROM)

Raquel Susana da Costa Pereira (PRT)

Rino Lucić (HRV)

Silvana Kosanovic (HRV)

Simion Moraru (MDA)

Sofia Capatina (MDA)

Srdan Zdravković (USA)

Toma Rončević (HRV)

Tomislava Pavić Kramarić (HRV)

Vatroslav Grubišić (GER)

Zlatko Jankoski (HRV)

Zoran Miletić (HRV)

PROFESSIONAL COMMITTEE

Ana Juras (HRV)

Anita Kroló Crvelin (HRV)

Arijana Burazin Mišura (HRV)

Branko Sorić (HRV)

Daniela Bordeianu (ROU)

Danijela Perkušić Malkoč (HRV)

Dario Iljkić (HRV)

Dean Ratković (HRV)

Dijana Perkušić (HRV)

Domagoja Buljan Barbača (HRV)

Goran Ćorluka (HRV)

Igor Jurčić (BIH)

Igor Nazor (HRV)

Ivan Akrap (HRV)

Ivan Krsić (BIH)

Ivana Čizmić (HRV)

Ivana Plazibat (HRV)

Ivica Ružić (HRV)

Ivo Jerčić (HRV)

Ivona Jukić (HRV)

Jasenka Bubić (HRV)

Jasmina Rogulj (HRV)

Julija Mardešić (HRV)

Karmen Klarin (HRV)

Luka Mladineo (HRV)

Maja Krčum (HRV)

Marina Lolić Čipčić (HRV)

Nenad Vulić (HRV)

Petar Pepur (HRV)

R. Susana da Costa Pereira (PRT)

Silvana Kosanović (HRV)

Sladana Brajević (HRV)

Stjepan Marković (HRV)

Tino Kusanović (HRV)

Tomislava Pavić Kramarić (HRV)

Tonko Kovačević (HRV)

Zdeslav Hrepić (USA)

Zlatko Jankoski (HRV)

SCIENTIFIC PAPERS

Track 1: Finance & Accounting

ID_4	Bank Liquidity Creation and Recessions <i>Ujjal Chatterjee</i>	S - 1
ID_32	Management and supervisory board gender diversity as an indicator of banks' and insurance companies' profitability in Croatia <i>Tomislava Pavić; Marina Lolić Čipčić</i>	S - 22
ID_41	The concept of economic efficiency gains in assessing the mergers in the financial market <i>Natalia Bejenar; Elena Fuior; Ion Maxim</i>	S - 33
ID_46	Improving capital structure <i>Jasenka Bubić; Toni Šušak</i>	S - 45
ID_56	SMA usage in (post) transitional economy's public sector organizations - A Case Study Analysis <i>Ana Juras</i>	S - 52
ID_106	General public and investment strategies <i>Domagoja Buljan Barbača; Mateo Erak; Blanka Jolić</i>	S - 65

Track 2: Entrepreneurship, Tourism and Trade

ID_12	Social entrepreneurship, benefits of networking from the perspective of Croatians NGOs <i>Sladana Brajević; Antonija Babić; Ivona Jukić</i>	P - 77
ID_60	Redefining of the development policies of consumer cooperatives in Moldova under European priorities <i>Larisa Savga; Claudia Melinte; Simion Moraru; Irina Raievscaia</i>	P - 84
ID_63	The analysis of foreign trade activities of the Republic of Moldova and their impact on the country's economic development <i>Feodosie Pituscan; Oleg Ioncu</i>	P - 99
ID_69	Marketing and sustainable development: theoretical consideration and implications on the case study of JGL (Jadran Galenski Laboratorij) <i>Katja Rakušić Cvrtak; Danijela Perkušić Malkoč; Zoran Mihanović</i>	P - 109
ID_103	Strategic Priorities for Consumer Co-operatives' Development in the Republic of Moldova <i>Larisa Savga; Viorica Sitnicenco; Ghenadie Savga</i>	P - 121
ID_111	Knowledge Transfer Offices in the Context of Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship <i>Sergej Lugović; Frane Šesnić; Miran Sladić</i>	P - 132
ID_116	Which Freedoms are most Important to Entrepreneurship? <i>Andreea-Oana Iacobuță; Elena Daniela Viorică; Mircea Asandului</i>	P - 144

Track 3: Information Technology, Electrical Engineering and Mechanical Engineering

ID_59	Knowledge representation in the ontological engineering using conceptual modeling and graph-based reasoning <i>Karmen Klarin; Stipo Čelar</i>	S - 153
-------	--	---------

ID_73	Damping and excitation in the torsional vibrations calculation of ship propulsion systems <i>Nenad Vulić; Đorđe Dobrota; Ivan Komar</i>	S - 165
ID_102	Simulation contributions of frequency convertors applied for ac motor in electric propulsion <i>Maja Krčum; Višnja Troškot; Vjekoslav Zrno</i>	S - 175

Track 4: Interdisciplinary Teaching and Learning

ID_62	Motivation and Attitudes in Foreign Language Learning: A Comparative Study of Croatian and Erasmus+ Exchange Students <i>Silvana Kosanović; Toni Milun</i>	S - 188
ID_71	Do gender and age impact student success? <i>Toni Milun; Julija Mardešić; Gordana Kovač</i>	S - 198
ID_79	The models of analysis of the media industry and Croatian media modernism <i>Joško Lozić; Marin Milković; Ines Lozić</i>	S - 209
ID_81	Vocabulary Learning Strategies and Beliefs about Language Learning <i>Jasmina Rogulj; Ivana Cizmic</i>	S - 222
ID_97	Some Issues in the Elaboration Course Theory of Probability and Mathematical Statistic on E-learning Platform MOODLE <i>Vladislav Seiciuc; Victor Seiciuc</i>	S - 232
ID_114	Twitter and Teaching: to Tweet or not to Tweet? <i>Sergej Lugović; Wasim Ahmed; Matea Jocić</i>	S - 241

PROFESSIONAL PAPERS

Track 1: Finance & Accounting

ID_13	Mirovinske dvojbe i financijska pismenost <i>Domagoja Buljan Barbača; Tino Kusanović; Ivana Antunović</i>	P - 1
ID_14	Prednosti i nedostaci novoga Zakona o računovodstvu <i>Petar Pepur; Franjo Zubak; Stjepan Laća</i>	P -12
ID_22	Financiranje ESCO modelom - primjer tvrtke Galeb d.d. <i>Domagoja Buljan Barbača; Anita Rogošić; Jelena Krištić</i>	P - 18
ID_43	Novine u financijskom poslovanju i računovodstvu neprofitnih organizacija <i>Ana Bratinčević; Tina Denić; Mia Perica</i>	P - 30
ID_45	Financial ratios of commercial banks in Republic of Croatia <i>Branko Sorić; Toni Šušak</i>	P - 38
ID_51	Prijevare u financijskim izvještajima – odgovornosti za sprječavanje i otkrivanje <i>Marijana Bartulović; Ivica Filipović</i>	P - 48
ID_53	Revenues from utility fees and utility contributions <i>Luka Mladineo; Toni Šušak; Nikolina Brnić</i>	P - 58
ID_61	Smanjenje vrijednosti dugotrajne materijalne imovine <i>Dijana Perkušić</i>	P - 66
ID_66	Indeks potrošačkih cijena u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 1.1.2015. do 31.12.2015. godine <i>Lucija Laća Lakoš</i>	P - 78
ID_88	The emergence and development trends of electronic payment systems in the Republic of Moldova <i>Elena Fuior; Angela Filip</i>	P - 88
ID_90	Financial management of the risks as a vital condition for the economic and financial stability for an enterprise <i>Inga Zugrav; Alina Popa; Natalia Chibercea-Pazurati</i>	P - 99
ID_91	Searching for optimal financing opportunities for cooperative enterprises in adverse economic conditions <i>Inga Zugrav; Florin Duma; Alina Popa</i>	P - 110
ID_92	Investments and venture capital as an option to development and innovation in the consume cooperative enterprises from the Republic of Moldova <i>Tatiana Sanduta; Veronica Mirzac; Natalia Chibercea-Pazurati</i>	P - 118
ID_107	Financijska ponašanja dobnih skupina <i>Blanka Jolić; Tereza Miški; Mateo Erak</i>	P - 130
ID_117	Swiss franc mortgage loans from the perspective of Polish borrowers <i>Michal Buszko</i>	P - 138

Track 2: Entrepreneurship, Tourism and Trade

ID_2	Primal and Dual LP Problem: Sensitivity Analysis and Multiple Optima <i>Bože Plazibat; Lada Reić; Ivana Antunović</i>	P - 150
ID_5	New products and services in tourism based on new technologies <i>Igor Jurčić; Daniela Jurčić</i>	P - 164

ID_6	Schengenski sporazum <i>Ivana Plazibat; Ivana Grgantov</i>	P - 180
ID_7	Stjecanje dobara između država članica Europske unije <i>Ivana Plazibat; Mirsada Hasović</i>	P - 191
ID_10	Developing small rural communities through cultural heritage tourism: A Spanish case <i>Mercedes Aznar</i>	P - 199
ID_15	Virtualna stvarnost u marketingu <i>Duško Jelaska; Ivan Lovrić; Ivona Jukić</i>	P - 210
ID_20	Zaštita turističkih potrošača u Europskoj uniji i Hrvatskoj <i>Patricia Pelaić; Mijana Matošević Radić; Josipa Strunje</i>	P - 219
ID_21	Doprinos turističkih vodiča poslovanju turističkih agencija <i>Anđela Salapić; Mijana Matošević Radić; Josipa Strunje</i>	P - 230
ID_24	Zaštita malih i srednjih poduzetnika od nepoštenog trgovanja <i>Ivan Akrap; Mirella Rodin</i>	P - 240
ID_25	Utjecaj logistike na maloprodaju i fizičku distribuciju u prehrambenoj industriji <i>Sladana Brajević; Marko Radeljak; Antonija Babić</i>	P - 249
ID_26	Veza klime i sezonalnosti turističkog poslovanja priobalnih odmorišnih destinacija <i>Goran Ćorluka</i>	P - 257
ID_27	Kreiranje održivog marketinškog spleta u ruralnom turizmu <i>Marko Radeljak; Katija Kovačić; Katja Rakušić Cvrtak</i>	P - 265
ID_28	Implikacije klimatskih promjena na sezonalnost turističkog poslovanja priobalnih odmorišnih destinacija <i>Goran Ćorluka</i>	P - 276
ID_50	Značaj strateškog menadžmenta ljudskih potencijala za ostvarenje dugoročne održivosti poslovnih organizacija <i>Anita Krolo Crvelin; Šimun Ilić</i>	P - 283
ID_113	Primjena načela space managementa u prodajnoj praksi <i>Sandra Mrvica Mađarac; Sladana Brajević</i>	P - 293

Track 3: Information Technology, Electrical Engineering and Mechanical Engineering

ID_11	Analysis of transformer with amorphous core <i>Ivan Andrić; Petar Totić; Zdravko Jadrijević</i>	P - 302
ID_18	Razvoj aplikacije za autentikaciju i autorizaciju korisnika temeljene na radiofrekvencijskoj identifikaciji <i>Marko Meštrović; Tonko Kovačević; Silvano Jenčić</i>	P - 313
ID_36	Broadband data transmission through power lines <i>Toni Karabatić; Slobodanka Jelena Cvjetković; Silvano Jenčić</i>	P - 325
ID_37	Power line communication: technologies for internet of things <i>Jonatan Tolo; Vjekoslav Zrno; Slobodanka Jelena Cvjetković</i>	P - 337
ID_48	Organizacija i postavljanje računala u laboratorijima izradom slike sustava <i>Marina Rodić; Nikola Grgić</i>	P - 348
ID_49	Organizacija predavanja i vježbi u sklopu kolegija uvod u programiranje uvođenjem PYTHON-a kao novog programskog jezika <i>Marina Rodić; Toma Rončević</i>	P - 354
ID_54	Radni parametri sustava solarnog toplinskog pretvornika <i>Ivan Vrljičak; Zlatko Jankoski</i>	P - 360

ID_67	Digital economy and future develop increasing trends of broadband network access in Europe and Republic of Croatia <i>Winton Afrić; Višnja Troskot</i>	P - 370
ID_68	Utjecaj udaljenosti od gnječene površine na svojstva termo-mehanički očvrsnute legure aluminija ASTM 2011 <i>Zoran Kurelić; Igor Gabrić</i>	P - 383
ID_80	Online Processing of Microscopic Images <i>Toma Rončević; Marina Rodić</i>	P - 395
ID_83	Modeliranje koncepata i podataka za kurikulum područja računarstva <i>Karmen Klarin</i>	P - 402
ID_84	Zelene metalne konstrukcije <i>Vladimir Vetma; Ado Matoković</i>	P - 413
ID_93	Primjena simulatora za Arduino platformu u nastavi <i>Siniša Zorica; Marinko Lipovac; Zlatko Norac; Sandra Antunović Terzić</i>	P - 431
ID_94	Uporaba programa za upravljanje računalnom učionicom u nastavnom procesu <i>Zlatko Norac; Marinko Lipovac; Siniša Zorica; Zvonimir Štingl</i>	P - 440
ID_96	Design of lightweight ship's deck equipment <i>Ivo Jerčić; Marko Bilandžić</i>	P - 451
ID_110	Uporaba SQL Server Management Data Warehouse za otkrivanje uzroka sporosti u radu SQL Servera <i>Tatjana Listeš</i>	P - 464

Track 4: Interdisciplinary Teaching and Learning

ID_3	Cross Structural Quality within a VET Provider Organization <i>Sari Gustafsson; Katriina Karkimo; Susanna Björkman</i>	P - 478
ID_19	Audiovisual Materials in Foreign Language Teaching - Cultural and Linguistic Aspects <i>Katarina Krnić; Edita Šalov</i>	P - 490
ID_42	Using context clues-Inexhaustible treasury for vocabulary learning <i>Marijana Jurisic; Ivana Vodogaz</i>	P - 502
ID_55	Developing teaching material for a business English class <i>Gorana Duplančić Rogošić</i>	P - 512
ID_65	Negotiated procedure without prior publication <i>Smiljana Bezić; Katarina Blažević Miše</i>	P - 523
ID_85	Teaching Sustainability in Mathematics <i>Nada Roguljić; Arijana Burazin Mišura; Jelena Krčum</i>	P - 542
ID_98	Limits of mathematical model of cities - example from Mediterranean region <i>Ivica Luketin; Stjepan Knežević; Jelena Slugan</i>	P - 554
ID_99	Snow plow problem: a new approach - modeling and visualization <i>Ivo Baras; Renata Kožul Blaževski; Nada Roguljić</i>	P - 560
ID_118	Difficulties in Mastering and Using English for Specific Purposes <i>Sonja Koren</i>	P - 570



CIET 2018

CONTEMPORARY ISSUES IN ECONOMY & TECHNOLOGY

HOME THE CONFERENCE PREVIOUS CONFERENCES CONTACT

- Home
- ▼ The Conference
 - Call for Papers
 - ▶ Organisers
 - Editorial Board
 - Committees
 - Conference programme
 - Conference Proceedings
 - Paper Tracks
 - ▶ Venue and Accommodation
 - Important Dates
 - Instructions and Templates
 - Publishing
 - Indexing and Abstracting
 - Conference Tours
 - Participation Fee
 - Sponsors and Donors
 - Gallery
- ▼ Previous conferences
 - ▶ 2014
 - ▶ 2016
- Contact

»» SUBMISSIONS

Home » The Conference » Indexing and Abstracting

INDEXING AND ABSTRACTING

- Conference Proceedings - Contemporary Issues in Economy&Technology - CIET 2014:
 - EconLit, EBSCO, ResearchBible
- Conference Proceedings - Contemporary Issues in Economy&Technology - CIET 2016:
 - EconLit, EBSCO, ResearchBible
- Conference Proceedings - Contemporary Issues In Economy&Technology - CIET 2018:
 - EconBiz, EBSCO, ResearchBible

PARTNERS



P. PORTO

INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
& ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO



POLYTECHNICUM
ZAGRABIENSE

Veza klime i sezonalnosti turističkog poslovanja priobalnih odmorišnih destinacija

Goran Ćorluka

Sveučilište u Splitu, Sveučilišni odjel za stručne studije, Split, Hrvatska
gcorluka@oss.unist.hr

Sažetak. Veza klime i turizma na prvi pogled predstavlja jasne korelacijske odnose. No, paradoksnu detaljnim razmatranjem razvidne su brojne nelogičnosti. Poznato je da je klima jedan od ključnih turističkih resursa na kojem brojne destinacije, posebno one orijentirane odmorišnom priobalnom turizmu, grade svoju atrakcijsku osnovu. Klima, kao prirodni resurs, izdvojena je komponenta atrakcijske osnove, posebice u destinacijama priobalnog odmorišnog turizma, koje svoje poslovanje temelje na pogodnim klimatskim uvjetima. Paradoksnu, ovaj pokretač turističkih aktivnosti ujedno je i ograničavajući faktor turističkog razvoja. Naime, na klimu se gleda kao na glavnog uzročnika sezonalnosti turizma. Pogodni klimatski uvjeti čine destinaciju popularnu u jednom dijelu godine i zaboravljenu u drugom. Sezonska koncentracija turističke potražnje implicira brojne negativne učinke na turističku destinaciju. Svođenjem turističkih aktivnosti u kratko razdoblje godine, odnosno ljetnu turističku sezonu, s velikim diferencijama razine iskorištenosti kapaciteta između ljeta i zime, implicira ekonomsku, ekološku i sociokulturnu neodrživost poslovanja. Navedena kontradiktornost zahtijeva detaljnu analizu što je cilj ovog rada.

Ključne riječi: klima, atraktivnost, sezonalnost, priobalna odmorišna destinacija

1. Uvod

Varijacije u klimatskim uvjetima stvaraju različite sezonske potencijale i resurse turističkih odredišta, za koje se percipira da imaju određene sezonske kvalitete (Lee i dr. 2008.). Iz ovog fenomena nastaju sezonski turistički prostori koji su popularni tijekom turističke sezone i zaboravljeni u vanezonskom razdoblju, time su same turističke destinacije korelirane sa sezonskim krajolikom koji izravno ili neizravno proizvodi najveće turističke atrakcije (Haas i dr., 2007.). Turističke destinacije orijentirane odmorišnom kupališnom turizmu profitiraju zbog značaja ovoga vida turizma u ukupnim turističkim tokovima. Kupališne destinacije, kao što je hrvatsko priobalje, dodatnu prednost ostvaruju na činjenici da se njemu bitna emitivna tržišta, zemlje srednje i sjeverne Europe, nalaze blizu, a obilježena su nepovoljnim klimatskim uvjetima što ih dodatno motivira na putovanje. No, kupališni turizam nosi obilježje sezonalnosti. Sezonalnost turizma je nezaobilazna sastavnica turizma koja prvenstveno uz sebe vezuje negativne implikacije koje zahtijevaju pažnju. Negativne implikacije rezultat su izuzetno visoke koncentracije turističke potražnje na uskom obalnom pojasu u kratkom periodu u godini. Prema navedenom se klimatski resursi javljaju kao pokretači turizma, ali i ograničavajući faktori turističkog razvoja (Higham i Hinch, 2002.). Turistička destinacija generirat će potražnju na

osnovi klimatskih uvjeta kao faktora atraktivnosti, ali ujedno će ovaj atrakcijski resurs ograničiti poslovanje turističke destinacije na određenu sezonu, odnosno dio godine.

Svrha ovoga je rada prezentirati vezu klime i turizma u priobalnim odmorišnim destinacijama. Prvi dio rada posvećen je prezentaciji klime kao faktora atraktivnosti turističke destinacije na temelju kojeg brojne destinacije, a posebice priobalne odmorišne, grade svoju turističku osnovu. U drugom dijelu rada analiziran je utjecaj klime na sezonsku koncentraciju turističke potražnje, stvarajući najznačajniju karakteristiku turizma. Na kraju slijedi zaključak sa smjernicama za buduća istraživanja.

2. Klima kao atrakcijski faktor turističke destinacije

Resursi koji imaju sposobnost privlačenja turista su brojni i raznovrsni te u različitim su stadijima tržišne razvijenosti (Formica i Uysal, 2011.). Resursi postaju turističke atrakcije tek onda kada ih destinacijski menadžment svrsta u turističku ponudu i stavi na raspolaganje posjetiteljima te pretvori u turistička dobra koja imaju sposobnost zadovoljavanja turističkih potreba. Sukladno navedenom turistički resursi imaju važnu ulogu u turističkom sustavu, ali nemaju pravu vrijednost ukoliko nisu adekvatno osmišljeni i izgrađeni te ukoliko se njima uspješno ne upravlja (Gunn, 2002.).

Turistički djelatnici i znanstvenici suglasni su oko značaja atrakcija kao ključnih elemenata postojanja i razvoja turizma (Page i Connel, 2009.; Vanhove, 2005.; Crouch i Ritchie, 1999.; Gunn, 1994.; Ferrario, 1979.). Hu i Ritchie (1993.) smatraju da atraktivnost turističke destinacije odražava osjećaje, vjerovanja, i stavove koje pojedinac ima o mogućnostima destinacije da zadovolji specifične turističke potrebe.

Klima se uvrštava u prirodne ili naslijeđene atrakcije, atrakcije koje ljudi nisu stvorili s ciljem turističke eksploatacije nego su nastale djelovanjem prirodnih sila ili u različitim povijesnim okolnostima za ne turističke svrhe, ali su djelovanjem konverzijske funkcije turizma izgubile svoju prvobitnu namjenu te su postali vrijedni privredni turistički resursi. Elementi prirodne ili naslijeđene atraktivnosti su uporište komparativnih prednosti turističkih destinacija, one predstavljaju skupinu destinacijskih atributa koji su u potpunosti izvan kontrole destinacijskog menadžmenta. Klima kao prirodna ili naslijeđena destinacijska atraktivnost temelj je razvoja turizma određene regije. Upravo na ovome elementu formira se specifičnost destinacije u odnosu na druge turističke destinacije na danas izrazito konkurentnom turističkom tržištu. Iz navedenog proizlazi da klima ima sposobnost privlačenja turističke potražnje sukladno čemu se javlja kao generator turističkih dolazaka u receptivno turističko odredište.

Naime, klima je jedan od ključnih faktora koja omogućuje brojne turističke aktivnosti na otvorenome čime klimu svrstavamo u jedan od preduvjeta razvoja turizma u određenoj regiji (Kim, 1998.). Klimatske uvjete kao faktore destinacijske atraktivnosti istraživali su među ostalim Amelung et al., 2007., Bigano, Hamilton i Tol, 2007. te Gomez, 2005. Radi boljeg razumijevanja klime kao faktora atraktivnosti potrebno je spomenuti rad Mieczkowskog (1985.) u kojemu je autor prezentirao turistički klimatski indeks (TCI) koji se sastoji od pet komponenti: dnevne toplinske ugodnosti, svakodnevne toplinske ugodnosti, oborina, broja sunčanih sati i brzine vjetera. Glavni kriteriji klimatskog indeksa su temperatura i oborine jer, primjerice, broj sunčanih sati i vjetar nisu značajni turistu koji posjećuje destinaciju radi razgledavanja i kulturne baštine. Turistička potražnja koja bira destinaciju zbog klime ima veći prosperitet putovanja i konzumiranja tražene usluge u željenoj turističkoj destinaciji. Prema istraživanju Nicolaua i Masa (2006.) turisti u potrazi za ugodnom klimom voljni su putovati velike udaljenosti kako bi

zadovoljili svoje potrebe za turističkim uslugama u destinaciji koja ima klimatske uvjete sukladno njihovoj potražnji.

Klima kao faktor atraktivnosti turističke destinacije, a time i generator turističkih dolazaka od izuzetnog je značaja u destinacijama priobalnog odmorišnog kupališnog turizma koje svoj turistički proizvod upravo grade na povoljnim klimatskim uvjetima. Gunn (2002.) opisuje atrakcije turističke destinacije kao elemente sastavljene od tri zone vezane za prostorni ili fizički raspored atrakcije, pri čemu navodi središnju zonu s ključnom atrakcijom, tampon zonu u kojoj se nalaze pomoćni sadržaji i usluge povezane s ključnom atrakcijom, koja zajedno s dvije unutarne zone formira prošireni turistički proizvod. Pozivajući se na ovu klasifikaciju atrakcija u destinacijama priobalnog turizma klima čini ključnu turističku atrakciju zajedno s kvalitetom mora i plaža. Turistička potražnja u potrazi za ovom vrstom turističkog proizvoda ciljano traži odredište koje će im osigurati nesmetanu konzumaciju i zadovoljenje njihovih potreba za klimatski pogodnim okruženjem. Shodno tome, klimatski pogodna turistička destinacija generirat će veći udio tržišnog segmenta.

Hrvatsko priobalje temelji svoju komparativnu prednost na podobnim klimatskim uvjetima. Naime, klima predstavlja konstantnu varijablu turističke ponude hrvatskog proizvoda sunce i more koja omogućava potražnju željene aktivnosti na otvorenome. Usprkos bogatstvu ostalih prirodnih resursa, ali i iznimnom nasljeđu kulturnih resursa, klima je dominantna odrednica hrvatskog turističkog proizvoda.

3. Klima kao uzročnik sezonalnosti turizma

Govoreći o sezonalnosti u turizmu govorimo o pojmu koji povezujemo s vremenskim (vrijeme odlaska na turističko putovanje) i prostornim problemom (destinacija odabira turističkog putovanja) (Jang, 2004.), pri čemu je potrebno naglasiti da sezonalnost turizma ne predstavlja povremene nepravilnosti u turizmu, nego je obilježje turizma koje je stabilno i dobro utemeljeno (Witt i Moutinho, 1995.).

Kao glavni uzročnik sezonalnosti turizma uz institucionalne faktore ubrajaju se prirodni faktori (BarOn, 1975.; Hyllerberg, 1992.; Hartmann, 1986.; Butler, 1994.; Frechtling, 2001.; Kolomiets, 2010.). Pod prirodnim uzrocima sezonalnosti u receptivnoj zemlji podrazumijevamo klimatske faktore kao što su prirodne varijacije temperature zraka i vode, razina kišnih i snježnih padalina, ledeni pokrivači, vlažnost, sunčeva svjetlost, vjetrovi, oblačnost i sl. Klima u emitivnom području predstavlja faktor poticaja osobe na putovanje u klimatski pogodnije krajeve. Kišovito, hladno i nestabilno vrijeme daju poticaj odluci odlaska na odmor u klimatski pogodna područja (Butler, 1994.). Navedeni uzroci sezonalnosti su izvan kontrole donositelja odluke turističke potražnje. Prirodna sezonalnost prati godišnja doba, a posebno je izražena u perifernim i udaljenim odredištima s izrazitim temperaturnim razlikama između godišnjih doba (Kolomiets, 2010.). Prirodna sezonalnost utječe na pojedince u različitim intenzitetima dok udaljavanjem od ekvatora raste i stupanj sezonalnosti (Lundtrop, Rassing i Wanhill, 1999.; Butler, 1994.). Odredišta s toplom i hladnom klimom izložena su sezonskim promjenama ovisno o klimi i godišnjem dobu. S obzirom na činjenicu da se većina turističkih aktivnosti odvija na otvorenom, u prirodnom okruženju, nedvojbeno je ovisnost istih aktivnosti o vremenskim i klimatskim prilikama što predstavlja ograničenje razvoju turizma (Koenig i Bischoff, 2005.). Kreutzwiser (1989.), prema Highamu i Hinchu (2002.), tvrdi da klimatski i vremenski uvjeti utječu na zadovoljstvo osobito rekreativnih izleta. Hartman (1986.) i Allcock (1989.) smatraju da su sezonske varijacije uzrokovane prirodnim čimbenicima predvidljive te da su one stabilne u određenim mjestima te se ponavljaju s relativno malim izmjenama. Varijacije su značajnije u

vansezonskom razdoblju obilježenim kraćim odmorima koji su ovisniji o oscilacijama u klimi i vremenskim pogodama.

Na koncept sezonalnosti turizma može se gledati kao na poznati i jasni koncept, no paradoksnu ne postoji jedinstvena i precizna definicija. Pojam sezonalnosti može biti razmatran s više aspekata te sezonalnost može imati različita značenja pripisana različitim područjima. U definicijama sezonalnosti prevladava naglasak da je sezonalnost sistematični pokret unutar godine, ujedno se sezonalnost opisuje kao vrsta pokretača posjetitelja na posjet koji se ponavlja svake godine. Većina definicija i opći pojmovi sezonalnosti opisuju taj fenomen samo u općim uvjetima ili se odnose na njegove uzroke. Sukladno tome, vlada nedostatak kvantitativnih definicija kada sezonalnost turizma nastupi, kako se turističke sezone mogu razlikovati te kako sezonalnost može biti uspoređena između različitih regija ili godina (Koenig i Bischoff, 2005.).

U nastavku slijedi kronološki pregled najcitiranijih definicija i razmatranja pojma sezonalnosti turizma:

- Sezonalnost predstavlja fluktuacije potražnje ili ponude u turizmu zbog čimbenika kao što su vremenske prilike i državni i školski praznici (BarOn, 1972.).
- Sezonalnost je efekt koji se javlja svake godine u skoro jednako vrijeme sa skoro jednakim intenzitetom, a proizlazi iz klimatskih uvjeta, ograničenja državnih i školskih praznika, posebnih atrakcija (npr. festivala) ili osobnog načina života (BarOn, 1975.).
- Sezonalnost predstavlja neravnomjernu raspodjelu korištenja resursa tijekom vremena (s godišnjim vrhom) što je jedan od najizraženijih problema turizma, jer uzrokuje neučinkovito korištenje resursa, gubitak potencijalnog profita, pritisak na socijalne i ekološke kapacitete kao i administrativne poteškoće (Manning i Powers, 1984.).
- Sezonalnost je prirodno obilježje turizma koje se temelji na pouzdanom i predvidivom povratu turista čime se stvara ekonomski okvir za razvoj turističke industrije (Hartmann, 1986.).
- Sezonalnost turizma predstavlja tendenciju turističkih tokova da se koncentriraju u relativno kratkim razdobljima u godini (Allcock, 1989.).
- Sezonalnost je sustavni, iako ne nužno redoviti, pokret unutar godine, uzrokovan klimatskim promjenama, učincima kalendara i vremena odluke, izravno ili neizravno kroz proizvodne i potrošne odluke donesene od agenata ekonomije. Ove odluke su pod utjecajem očekivanja i želja agenata kao i produkcijske tehnike dostupne u ekonomiji (Hylleberger, 1992.).
- Pojam sezonalnosti turizma može se definirati kao vremenska neravnoteža u fenomenu turizma, izražena u broju posjetitelja, njihovoj potrošnji, prometu različitih oblika prijevoza, zaposlenosti i dostupnosti atrakcija. Stoga se podrazumijeva da sezonalnost turizma utječe na sve aspekte aktivnosti ponude potražnje, uključujući cijene, popunjenost kapaciteta, ljudske resurse, stupanj ponude, ponuđene aktivnosti i dostupnost atrakcija itd. (Butler, 1994.).
- Sezonalnost je globalni turistički fenomen uzrokovan privremenim kretanjem ljudi (Butler, 1994.).
- Sezonalnost turističke potražnje je univerzalni prepoznat fenomen koji rezultira fluktuacijama turističkog obujma tijekom kalendarske godine te treba biti diferenciran od dugoročnih poslovnih ciklusa i kratkoročnih promjena koje se odnose na tjedna i dnevna putovanja (Baum i Lundtrop 2001.).

- Sezonalnost je nerazdvojivo obilježje turizma jer su turistički tokovi određeni s prolaznošću i prirodnim sezonskim faktorima (Commons i Page, 2001.).

Sezonalnost turizma nije karakteristika pojedinačne destinacije, nego se skoro svaka destinacija u svijetu susreće s vrstom sezonalnosti u poslovanju (BarOn, 1973.; Yacoumis, 1980.; Higham i Hinch, 2002.; Jang 2004.). No, negativne implikacije najizraženije su u destinacijama masovnog odmorišnog turizma (Allcock, 1996.). Pristupom problemu sezonalnosti nailazimo na odrednice koje se javljaju kao faktori utjecaja na formiranje sezonalnosti. Među navedene odrednice ubrajamo organizirani masovni turizam s komponentama sunce, more, pijesak koji se, sukladno motivima, odvija u klimatski atraktivnom razdoblju godine, nadalje, formiranje ponude na otočnim i obalnim destinacijama tako da funkcionalno i teritorijalno zadovoljavaju potražnju za vrijeme ljetnih praznika te društveni okvir u pogledu plaćenog godišnjeg odmora koji je formiran da se odobrava u ljetnim mjesecima. Izrazito naglašenu sezonalnu strukturu potražnje imaju mediteranske zemlje, zemlje obilježene kupališnim turizmom s dominacijom potražnje motiviranom ugodnom klimom. U ovu skupinu pripada i hrvatski priobalni turizam koji je međunarodno etabliran u odmorišnom proizvodu sunce i more. Turistički kapaciteti unutar destinacije suočavaju se s koncentracijom potražnje u jednom vrhu godine, i to u ljetnim mjesecima, s velikim diferencijama razine iskorištenosti kapaciteta između ljeta i zime (Karamusafa i Ulama, 2010.; Spotts i Mahoney, 1993.). Allock (1994.) ističe da je najznačajniji aspekt sezonalnosti taj da uključuje koncentraciju turističkih tokova u relativno kratkom razdoblju godine. Njeni godišnji vrhovi u turističkim aktivnostima kroz par hektičnih tjedana ili mjeseci s vjerojatnošću rezultira s neučinkovitosti industrije, kao i velikim teretom na fizičke i socijalne resurse destinacijskog područja (Koenig i Bischoff, 2005.). Opće je suglasje kako sezonski karakter turizma implicira brojne negativne učinke na gospodarstvo, ekološko i sociokulturno okruženje turističke destinacije pa i na turističku potražnju (Cellini i Rizzo, 2010.; Cooper et al., 2005.; Goulding, Bauman i Morrison, 2004.; Jang, 2004.; Goeldener i Ritchie, 2003.; Commons i Page, 2001.; Butler, 2001.; Krakover, 2000.; Butler, 1994.; Hartmann, 1986.; BarOn, 1975.).

Sezonalnost turizma je nekontrolirana situacija (Allcock, 1989.), a njezine implikacije rastu paralelno s rastom masovnosti turizma (Wall i Yan, 2003.). Butler (1994.) ukazuje da razvojem masovnog turizma dolazi do sve većih sezonskih raspona. Rastom standarda, rast će i turistička potražnja, a time će se sve veći broj poduzeća okrenuti turističkoj djelatnosti, povećavajući svoje kapacitete reducirat će svoju fleksibilnost i sposobnost prilagodbe promjenama na strani potražnje (Koenig i Bischoff, 2005.). U turističkoj industriji na sezonalnost se gleda kao na izazov i problem koji utječe na mnoga područja djelovanja, što ne izaziva reakcije samo kod vlade i turističkih institucija, nego i znanstvenika i akademičara koji su u potrazi za uzrocima sezonalnosti turističke potražnje, kao i strategijama za suzbijanje sezonskog karaktera poslovanja turističkih aktera. Problem sezonalnosti turizma stvaran je i njegovi razmjeri postaju sve veći, što uvjetuje da svi akteri i sudionici u sektoru turizma budu aktivirani i mobilizirani na zajedničku suradnju s namjerom širenja turističke sezone i formiranja pretpostavki za turizam u svim godišnjim dobima (Dritsakis, 2008.).

Relevantnost tematike sezonalnosti poslovanja u destinacijama priobalnog odmorišnog turizma obrađena je u istraživanju Ćorluke i Matošević Radić (2014.). Rezultati navedenog istraživanja ukazuju na ekstremnu sezonalnost u cijeloj priobalnoj Hrvatskoj u 2012. godini. Županija Dubrovačko-neretvanska ima najnižu vrijednost sezonskog omjera među sedam promatranih županija hrvatskog priobalja, ali s omjerom sezonalnosti od 2,72 u dolascima i 3,33 u noćenjima, što znači da je mjesec s najvećim brojem dolazaka i noćenja ima 2,72 puta više dolazaka i 3,33

puta više noćenja od godišnjeg prosjeka županije, tako da i ova turistička regija pati od ekstremne sezonske koncentracije turističke potražnje. Omjeri sezonalnosti za ostale županije su dramatičniji te iznose: Istarska županija 3,20 u dolascima i 3,93 u noćenjima, Primorsko-goranska županija 3,34 u dolascima i 4,16 u noćenjima, Ličko-senjska županija 3,55 u dolascima i 4,62 u noćenjima, Zadarska županija 3,77 u dolascima i 4,61 u noćenjima, Šibensko-kninska županija 3,61 u dolascima i 4,44 u noćenjima, Splitsko-dalmatinska županija 3,39 u dolascima i 4,14 u noćenjima. O koncentraciji turističke potražnje u glavnoj turističkoj sezoni govore podaci dobiveni Lorenzovom krivuljom prema kojoj županija Dubrovačko-neretvanska ima najnižu sezonsku koncentraciju s udjelom turističkih dolazaka u najboljem godišnjem tromjesečju oko 65 %, odnosno noćenja s udjelom više od 75 %. Najveću koncentraciju u glavnoj turističkoj sezoni glede turističkih dolazaka i noćenja imaju Zadarska i Šibensko-kninska županija, koncentrirajući oko 85 % njihovih ukupnih dolazaka i više od 90 % noćenja u glavnom turističkom tromjesečju dok ostale županije bilježe koncentraciju turističkih dolazaka u glavnom turističkom tromjesečju od oko 70 % i turističkih noćenja oko 80 %.

4. Zaključak

Veza klime i turizma na prvi pogled predstavlja jasne korelacijske odnose. Poznato je da je klima jedan od ključnih turističkih resursa na kojem brojne destinacije, posebno one orijentirane odmorišnom priobalnom turizmu pa tako i Hrvatska, grade svoju atrakcijsku osnovu. Naime, priobalne odmorišne destinacije temelje svoju tržišnu komparativnu prednost upravo na klimatskim resursima, pri čemu se na klimatske uvjete gleda kao na konstantu koja u određeno doba godine omogućuje brojne aktivnosti na otvorenome te stvaraju preduvjete razvoja odmorišnog kupališnog turizma. Paradokсно, glavni atrakcijski čimbenik je ujedno glavni ograničavajući čimbenik poslovanja priobalnih odmorišnih destinacija, svođenjem turističkih aktivnosti u kratko razdoblje godine, odnosno ljetnu turističku sezonu. Klima je uzročnik sezonalnosti poslovanja priobalnih odmorišnih destinacija, ograničavajući poslovanje na ljetne mjeseci s velikim diferencijama razine iskorištenosti kapaciteta između ljeta i zime, pri tome implicira ekonomsku, ekološku i sociokulturnu neodrživost poslovanja. Destinacijski menadžment u priobalju trebao bi valorizirati pogodne klimatske uvjete izvan same špice turističke sezone te uz kupališni turizam razvijati ostale oblike odmorišnog turizma. Neophodno je probuditi svijest turističke potražnje o prednostima dolaska u priobalne turističke destinacije izvan razdoblja kupališne sezone kada su klimatski uvjeti izuzetno povoljni te omogućuju brojne turističke aktivnosti na otvorenome. Buduća istraživanja se trebaju usmjeriti na ispitivanje atributa turističke ponude priobalnih odmorišnih destinacija koji imaju snagu privlačenja turističke potražnje u pred i posezonskom turističkom razdoblju.

REFERENCE

1. Allcock, J. B. (1989), *Seasonality*, In Witt, S. F. and Moutinho, L. (eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*, London, Prentice Hall, str.387-392.
2. Baron, R. M., Kenny, D. A., (1986), *The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistic considerations*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 5, No. 6, str. 1173-1182
3. BarOn, R. R. V. (1975), *Seasonality in tourism: a guide to the analysis of seasonality and trends for policy making*, Economist Intelligence Unit, London

4. Baum, T., Lundtorp S., (2001), *Seasonality in Tourism*, Pergamon, Oxford, UK
5. Butler, R., (1994), *Seasonality in Tourism: Issues and Problems*, In: Seaton, A.V. (ed), *Tourism: The state of Art*, 332-339
6. Cellini, R., Rizzo, G., (2010), *Private and Public Incentive to Reduce Seasonality: a Simple Theoretical Model*, University of Catania, Faculty of Economics & DEMQ, Catania
7. Commons, J., Page, S., (2001), *Managing Seasonality in Peripheral Tourism Regions: The Case of Northland, New Zealand*, u Baum T., Lundtrop, S., *Seasonality in tourism*, Pergamon, Amsterdam, str. 153-172
8. Cooper, C., Flechter, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S., (2005), *Tourism Principles and Practice*, (3re ed.), Pearson Education
9. Ćorluka G., Matošević Radić, M., (2014), *Analysis of seasonality – Inbound tourist demand in Croatia*, International scientific and professional conference Contemporary Issues in Economy and Technology, Split, str.. S69-S81
10. Crouch, G. I., Ritchie, J.R.B., (1999). *Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity*, Journal of Business Research, 44(3): 137-152.
11. Dritsakis, N., (2008), *Seasonal Analysis of Tourist revenues: An Empirical Research for Greece*, TOURISM: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM, Volume 3, Number 2, str. 57-70
12. Ferrario, F. F. (1979), *The evaluation of tourist resources: An applied methodology*, Journal of Travel Research, 18-22.
13. Frechtling, D., (2001), *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*, Oxford: Butterworth-Heinemann
14. Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B., (2003), *Tourism: Principles, Practice, Philosophies*, (9th ed.), New York, Chichester: Wiley
15. Goulding, P. J., Baum, T. G., Morrison, A. J., (2004), *Seasonal Trading and Lifestyle Motivation: Experience of Small Tourism Business in Scotland*, Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, Vol. 5 (2/3/4), str. 209-238
16. Gunn, C. A. (1994), *Tourism Planning* (third edition), Taylor and Francis.
17. Gunn, C. A. (2002), *Tourism Planning: Basic, Concepts, Cases*, Routledge.
18. Hartmann, R., (1986), *Tourism, seasonality and social change*, Leisure Studies, Vol. 5, No. 1, str. 25-33
19. Higham, J., Hinch, T., (2002), *Tourism, sport and season: the challenges and potential for overcoming seasonality in the sport and tourism sector*, Tourism Management, Vol. 23, str. 175-185
20. Hu, Y., B. J. R Ritchie., (1993), *Measuring destination attractiveness: A contextual approach*, Journal of Travel Research. Vol. 32, No. 2, str. 25-34.
21. Hyllerberg, S., (1992), *Modelling seasonality*, Oxford University Press
22. Jang, S., (2004), *Mitigating Tourism Seasonality, A Quantitative Approach*, Annals of Tourism Research, Vol. 31, No. 4, str. 819-836
23. Karamustafa, K., Ulama, S., (2010), *Measuring the seasonality in tourism with the comparison of different methods*, EuroMed Journal of Business, Vol. 5, No. 2, 191-214
24. Kim, H. (1998), *Perceived Attractiveness of Korean Destinations*, Annals of Tourism Research, Vol. 25(2), 340-361.
25. Koenig, N., Bischoff, E. E., (2004), *Analyzing Seasonality in Welsh Room Occupancy Data*, Annals of Tourism Research, Vol. 31, No. 2, 374-392
26. Koenig, N., Bischoff, E. E., (2005), *Seasonality Research: The State of the Art*, European Business Management School, University of Wales Swansea, Swansea, United Kingdom
27. Kolomiets, A., (2010), *Seasonality in Tourism Employment Case: Grecotel Kos Imperial, Kos, Greece*, Saima University of Applied Sciences Tourism and Hospitality, Imatra Degree Program in Tourism Bachelor of Hospitality Management, Imatra

28. Korstanje, M.E., George, B., (2012), *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 4, No. 4, str. 332-355
29. Krakover, S., (2000), *Partitioning Seasonal Employment in the Hospitality Industry*, *Tourism Management*, 21, 461-471
30. Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O'Mahony, B., McMurray, A., (2008), *Seasonality in the Tourism Industry, Impacts and Strategies*, CRC Sustainable Tourism Pty Ltd 2008, Gold Coast, Queensland, Australia
31. Manning, R. E., Powers, L. A., (1984), *Peak and off-peak use: Redistributing the outdoor recreation/tourism load*, *Journal of Travel Research*, Vol. 23, str. 25-31
32. Nicolau, J. L., Mas, F. J. (2006), *The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations*, *Tourism Management*, Vol. 27, str. 982-996
33. Pestana, B. C., et al. (2011) *Performance of French destinations: Tourism attraction perspectives*, *Tourism Management*, Vol. 32, str. 141-146
34. Spotts, D. M., Mahoney, E. M., (1993), *Understanding the fall tourism market*, *Journal of Travel Research*, Vol. 32, str. 3-15
35. Vanhove, N. (2005), *The Economics of Tourism Destinations*, Elsevier Butterworth – Heinemann, Oxford.
36. Volo, S., (2010), *Seasonality in Sicilian tourism demand*, Dipartimento di Metodi Quantitativi per le Scienze Umane, Universita di Palermo, Italy

The relationship between climate and seasonality of business in coastal tourist destinations

Goran Ćorluka

University of Split, Department of Professional studies, Split, Croatia
gcorluka@oss.unist.hr

Abstract. At first glance, the relationship between climate and tourism seems to have clear correlations. However, a detailed examination reveals many counter-intuitive notions. It is known that climate is one of key tourist resources. Many destinations, especially those oriented towards coastal tourism, base their core appeal on climatic resources. Climate, as a natural resource, is an outstanding attractiveness component, especially in coastal tourism destinations, whose business operations are based on favourable climate conditions. Paradoxically, this driver of tourism activities is also a limiting factor for tourism development. In fact, climate is seen as the main cause of tourism seasonality. Favourable weather makes destinations popular in one part of the year, and forgotten otherwise. The seasonal concentration of tourist demands implies a number of negative effects on the tourist destination. The concentration of tourism activities over a short period of time each year - in the summer season, with noticeable discrepancies in the utilization of capacities between summer and winter - implies economic, environmental and socio-cultural unsustainability. This contradiction requires detailed analysis and that is the objective of this paper.

Key words: *climate, attractiveness, seasonality, costal destination*