
ORGANIZACIJA PROSTORNIH RESURSA

S. Mastelić Ivić¹, G. Galeković Tepšić¹, H. Tomić¹, J. Veselić Bruvo²

¹Geodetski fakultet Sveučilišta u Zagrebu (e-mail: ivic@geof.hr)

²Gradski zavod za prostorno uređenje, Zagreb (e-mail: jadranka.veselic-bruvo@zagreb.hr)

Sažetak. Učinkovito upravljanje prostornim resursima je pored ljudskog resursa glavni čimbenik zdravog gospodarskog rasta regije. Tradicionalna razdjeljenost atributa vezanih za prostor kroz više administrativnih tijela vodi kroz umnožavanje istih ka smanjenju kvalitete informacije. Tehnološki napredak omogućava integraciju svih podataka čime se stvara prostorna informacijska podrška koja može servisirati sve kompleksnije društvene zajednice, što čini upotrebu prostora održivom, gospodarski isplativom i ekološki kontroliranom. Kroz sustav Geomarketinga stvaraju se prostorno rereferencirane informacije što omogućuje izradu realnih gospodarskih strategija i prostornih planova. Za realizaciju prostornih planova potrebno je, poštujući sinergiju statičkog i dinamičkog koncepta brige o prostoru, donošenje zakonske regulative o realokaciji, konsolidaciji i urbanoj preparcelaciji.

Ključne riječi: geomarketing, prostorni plan, održivi razvoj

1 UVOD

Razvijeni svijet se danas susreće sa značajnom potrebom za programima korištenja zemljišta i regulacijom odnosa u prostoru, kao odgovor na brzo povećanje populacije, industrijalizacije i urbanizacije. U većini država vlasti ne uspijevaju kvalitetno riješiti ove izazove zbog krutih i nezgrapnih propisa koji uzrokuju visoke troškove graditelja i investitora. Time je kontrola nad razvojem nametnuta prvenstveno raširenim birokratskim procesima dozvoljavanja, a manje tehnološkim i društvenim saznanjima.

U organizaciji prostornih resursa, tehnološkim i društvenim istraživanjem se prije svega nadgleda i razumijeva promjena krajolika uzrokovana ljudskim utjecajima i prirodnim procesima. Iz toga proizlaze termini korištenje zemljišta (Land Use), što podrazumjeva gospodarske i kulturne aktivnosti koje se izvršavaju nad zemljištem i zemljišni pokrivač (Land Cover) koji označava fizička svojstva, količinu i tip vegetacije te ostale materije koje se pojavljuju na zemljinoj površini. Korištenje zemljišta i zemljišni pokrov se moraju opisati u obliku hijerarhijskih klasifikacijskih shema što omogućava naprednije i detaljnije nivoe opisa i analize.

Nedostatak nacionalnog standarda ovih klasifikacijskih sustava vodi do znatne neusklađenosti među različitim subjektima lokalnih uprava.

2 ODRŽIVI RAZVOJ

Osnovni cilj dobre prostorne administracije je osiguranje održivog razvoja, koji mora povezivati gospodarski udio vezan uz povrat uloga i socijalni udio vezan za materijalne, duhovne i kulturne potrebe ljudi. Pojam održivog razvoja potiče iz šumarstva, gdje se koristi model u kojem su pošumljavanje novim mladima i sječa šume u direktnoj zavisnosti - stalno se omogućuje novi prirast šume a istovremeno se ne narušavaju životna staništa. UN-ova komisija je 1987. godine definirala osnovni princip održivog razvoja: "Odgovoriti na zahtjeve današnje generacije, a pri tome ne uništiti mogućnosti budućim generacijama u odgovorima na njihove zahtjeve". Održivi razvoj mora počivati na usklađivanju zahtjeva okoliša s poželjnim gospodarskim razvojem i demografskim kretanjima (DiSano 1999). Jedan od preduvjeta održivog razvoja primjena je integralnog planiranja, koje uključuje društvene, stručne, tehnološke, materijalne i ostale relevantne okolnosti. Razumijevanje održivog razvoja se s ekološke ravnoteže proširilo i na ekonomsku sigurnost i socijalnu pravednost, što čini "magični trokut održivog razvoja". Zbog različitih tumačenja i poduzimanja konkretnih mjera, Ujedinjeni narodi su rezdoblje od 2005-2014. godine proglasili dekadom "Obrazovanja radi održivog razvoja", gdje su značajno uključeni: rukovođenje, ljudska prava, demokracija, mirovni odgoj i globalizacija.

Zemljište je temeljni ograničeni prirodni resurs osiguranja održivog razvoja, nužan za postojanje svih ekosustava i života na Zemlji uopće. Zbog toga se moraju razvijati dobro organizirani sustavi prostornih podataka. Opisni podaci su najčešće pohranjeni u baze podataka, otkud se georeferenciraju različitim aplikacijama u koordinatni prostor, te postaju nezamjenjivo sredstvo planiranja održivog razvoja (Laurini 2001). Ovakvi modeli podataka omogućuju kvalitetno pružanje informacija o zemljištu, najčešće namjeni površina i režimima korištenja, raznim korisnicima putem otvorenog pristupa. Analiza podataka, kroz ove modele u svrhu poboljšanja privredne djelatnosti, danas se najčešće naziva geomarketing.

3 GEOMARKETING

Općenito marketing možemo definirati kao sustavni pristup koji se temelji na oblikovanju usluge ili proizvoda koji zadovoljava korisnikove potrebe i želje te uvjetuje njegovo prihvaćanje, kroz kvalitetu proizvoda, cijene, promocije i odabir prostorne lokacije.

Budući je čak 90% poslovnih informacija položajno definirano, ponuda i potražnja se lako povezuju s prostornim podacima. Geomarketing ili prostorni marketing, naziv koji proizlazi iz Business Mapping-a, je grana marketinga koja

je u osnovi sinteza prostorne baze podataka i marketinga, a sadrži elemente strateškog i operativnog marketinga (Anderson, 2003, 2004-7). Omogućuje modeliranje i analizu informacija zbog donošenja odluka te vizualizaciju na taj način dobivenih strategijskih informacija, što treba rezultirati izborom najboljeg poslovnog poteza. Zbog toga se ovaj postupak u nekim krugovima naziva i geooptimizacija.

Sredinom devedesetih godina 20. stoljeća geomarketing se počeo razvijati kao alat u razvojnoj politici tvrtki, uvjetovan rastućom globalizacijom tržišta. Već tada se geomarketing počeo primjenjivati i u području lokalnog i regionalnog napretka, što je dovelo do modernizacije gospodarskih strategija vladinih i nevladinih organizacija.

Veća prisutnost geomarketinga u obrazovanju i znanosti će osigurati daljnji razvoj koncepta temeljenog na obrazovanom ljudskom resursu, koji će se odmah nakon ugovorenog radnog odnosa aktivno uključiti u proizvodni proces te doprinositi razumijevanju potrebe zaštite okoliša i principa održivog razvoja.

Lokalne samouprave kod većine razvijenih država nastoje implementirati geomarketing kao sredstvo ekonomskog napretka u okružju rastuće regionalne konkurencije. One ovim sustavima privlače investitore i postaju kvalitetan resurs na globalnom tržištu te postaju regionalni centri gospodarskog razvoja, koji se može ostvariti do razine isplativosti dopuštene načelima održivog razvoja.

Aktivnosti su danas usmjerene ka kombiniranju geomarketinškog pristupa od strane lokalnih zajednica, tvrtki i nevladinih organizacija kako bi se izgradilo partnerstvo u ostvarenju ciljeva održivog razvoja.

Daljnjim razvojem ovakvih projekata, očekuju se kvalitetniji elementi životnog standarda sadašnjeg stanovništva i budućih generacija.

4 PROJEKT GOSPODARSKOG RAZVOJA LOKALNE UPRAVE

Temeljna zadaća svake prostorne cjeline – regije je usklađen regionalni razvoj s potrebama stanovništva i gospodarskim aktivnostima s jedne strane te očuvanje i poboljšanje životnih uvjeta s druge strane. Projekt regionalnog gospodarskog razvoja je dokument koji nastaje kao sinteza regionalnih strategija raznih struka, a sadrži odrednice razvoja regije donesene u skladu s načelima održivog razvoja. Cilj ovih strategija je uskladiti rast stanovništva s povećanjem gospodarske moći i time doprinositi povećanju standarda zajednice.

Ostvarivanje optimuma svih navedenih odnosa, omogućuju s jedne strane profesionalni strateški projektanti koji prate opće trendove i predviđaju nove smjernice na globalnom tržištu i s druge strane vlasnici nekretnina te jaki

poduzetnički sektor i predstavnici krupnih korporacija. Mogućnost realizacije ovih strategija je uvjetovana postojanjem zdrave konstruktorske industrije u toj regiji. Ovi sudionici su rezultat javno-privatne suradnje kojom se osigurava kvalitetan gospodarski razvoj u tržišnom gospodarstvu. U sastav ove radne skupine dobro je uključiti predstavnike zavoda za zapošljavanje i institucija za cjeloživotno obrazovanje, kako bi se mogao kvalitetno ugraditi najvažniji resurs a to je stručno osposobljeni radnosposobni ljudi.

Razvoj lokalnoga gospodarstva stvara bolji životni standard, prvenstveno svojih stanovnika i kod nas je opisan ključnim karakteristikama razvoja lokalnoga gospodarstva u tržišno orijentiranom gospodarstvu u priručniku Dusenbury i dr. 2004.:

- *funkcija gospodarskog razvoja lokalne samouprave mora biti kontinuirana aktivnost,*
- *dužnosnici lokalnih samouprava imaju i ovlast zastupati promjene u nacionalnom zakonodavstvu i politici,*
- *izvori kojima lokalna samouprava pridonosi gospodarskom razvoju su kadrovski, institucionalni, poslovni, fizički i financijski,*
- *gospodarski se razvoj pojavljuje kao rezultat aktivnosti i ulaganja privatnog i javnog sektora, a u demokraciji, uz pristanak zajednice,*
- *aktivnostima javnog sektora u gospodarskom razvoju žele se privući ulaganja kako bi se stvarila i održala okolina u kojoj poduzetništvo može napredovati,*
- *lokalna samouprava promovira gospodarski razvoj kroz aktivnosti koje kreiraju i koriste lokacijske prednosti, primjerice ulaganjem u unapređenje infrastrukture i u obrazovanje.*

Realizacijom većine dobrih strategija gospodarskog razvoja pokazalo se kako većina gospodarskog rasta počinje od lokalnih poduzetnika koji otvaraju ili proširuju svoje tvrtke a manje od privlačenja velikih globalnih kompanija. Strane tvrtke najčešće prilaze regiji kod koje lokalni poduzetnici pozitivno prezentiraju svoju lokalnu samoupravu i ističu svoju regiju kao povoljno mjesto za poslovanje.

Strategijsko planiranje je sredstvo koje javni sektor preuzima od poslovne zajednice, kojim lokalna uprava provodi potrebne procedure i radnje kako bi ostvarila planiranu viziju budućnosti. Kvalitetniji rezultati postižu se pri odabiru procedura i radnji oko onih resursa na koje se može imati utjecaj. Ovakvo planiranje podrazumijeva usmjeravanje na prioritete i kvalitetu ostvarenja, na aktivnu komunikaciju između strateških ciljeva i pojedinačnih akcija, između svih zainteresiranih i onih što donose i provode odluke, na primjenu iskustava stečenih tijekom provedbe radi korigiranja polazišta planskog postupka.

Izložena i usvojena regionalna prostorna strategija se realizira prostornim i urbanističkim planovima, koji se na terenu kvalitetno ostvaruju, u prvom redu, postupcima komasacije i urbane preparcelacije.

5 PROSTORNO PLANIRANJE

Prostorno planiranje temelji se na sveobuhvatnom promišljanju prostora i okoliša radi stvaranja podloge za najpovoljnije gospodarenje prirodnim i antropogenim datostima i pronalaženje rješenja koja će omogućiti poboljšanja tehničke i društvene infrastrukture u danim prirodnim, društvenim i gospodarskim uvjetima. Osobit naglasak je na predviđanju budućih razvojnih potreba, pri čemu se posebno moraju respektirati specifičnosti prostora i rezultati istraživanja demografskih kretanja.

Prostorno planiranje je multidisciplinarnan i kontinuiran postupak, rezultat kojega su prostorni planovi, najdjelotvorniji regulatorni instrumenti u zaštiti okoliša. Prostorni planovi uvažavanjem društveno-gospodarskih, prirodnih, kulturno-povijesnih i krajobraznih vrijednosti razrađuju načela prostornog uređenja, utvrđuju ciljeve prostornog razvoja te organizaciju, zaštitu, korištenje i namjenu prostora.

Prostornim uređenjem, kao skupom aktivnosti i dokumenata, osigurava se gospodarenje, zaštita i upravljanje prostorom uređene zajednice kao osobito vrijednim i ograničenim dobrom. Gospodarenjem, zaštitom i upravljanjem prostorom ostvaruju se uvjeti za društveni i gospodarski razvoj, zaštitu okoliša, racionalno korištenje prirodnih i povijesnih dobara na načelu integralnog pristupa u planiranju prostora. To je proces koji obuhvaća analizu i utvrđivanje općih ciljeva razvoja, uvođenja organizacijskih i pravnih mjera, prostorno planiranje, kontrolu provedbe izgradnje i praćenje funkcioniranja izgrađenih građevina. U donošenju odluka nužno sudjeluju svi relevantni akteri, a posebno javnost – građanstvo. Pri tome treba voditi računa i o usaglašenosti prostornog uređenja pojedinih dijelova prostora šire zajednice, te njihovo povezivanje s europskim prostornim ustrojem. Najuobičajeniji zajednički oblici korištenja zemljišta su podjela na zone, planska kontrola građenja, odredbe o gradnji i kontrola razvoja (Jukić 2000). Podjela na zone postavlja nacrt zajednice u okruge i zone u kojima su određene aktivnosti dozvoljene a druge zabranjene. Definiraju se atributi kao što su veličina, tip i mjesto gradnje na toj građevinskoj čestici. Ovi standardi su nedvosmisleno određeni tekstem o zonskoj regulaciji i pripadajućim kartama koje određuju granice pojedinih zona. Planska kontrola sadrži neovisne i proceduralne komponente:

- neovisne promiču razvoj kvalitetnog fizičkog okruženja u skladu s priznatim planiranjem i građevinskim standardima (nadzor od strane stručnih tijela),

- proceduralno omogućuje promatrački proces, s predloženim i reguliranim koracima, za sve subjekte koji imaju interesa u razvoju zemljišta (kontrola putem državne administracije).

6 REALIZACIJA PROSTORNIH PLANOVA

Kvalitetan održivi razvoj se mora temeljiti na sinergiji dva suprostavljena koncepta brige o prostoru:

1. statički (zemljišna knjiga i katastar) mora garantirati postojanost, nepromjenjivost geometrije i vlasničkih prava,
2. dinamički (prostorno planiranje) uvjetovan gospodarskim razvojnim programom s urbanističko ili agrarno oblikovnim projektom.

Dinamičkim konceptom kroz kvalitetne dokumente prostornog uređenja se mora značajno povećati vrijednost svih obuhvaćenih nekretnina. Provođenje ovih dokumenata na terenu se ostvaruje postupcima komasacije (realokacije, konsolidacije) kod agrarno oblikovnih projekata i urbane komasacije (preparcelacije) kod urbanističko oblikovnih projekata. Parcelacija građevinskog zemljišta u svrhu osnivanja građevinske čestice, za sada jedini ozakonjeni alat, provodi se u skladu s lokacijskom dozvolom ili detaljnim planom uređenja ako se na katastarskoj čestici predviđaju zahvati u prostoru. Širi postupak sinergije dva suprostavljena koncepta brige o prostoru bio bi dakle urbana preparcelacija koja se mora temeljiti na tri poznata stupa transparentnosti administrativnog upravljanja prostorom (Dale i dr. 1999):

1. zakonska osnova,
2. transparentna procjena vrijednosti nekretnine,
3. financijski servis.

Ovi stupovi transparentnosti garantiraju izjednačenost međusobnih odnosa vrijednosti nekretnina na planom obuhvaćenom prostoru prije realizacije prostornog plana i međusobnih odnosa vrijednosti novih nekretnina poslije realizacije. Značajni rast vrijednosti obuhvaćenih nekretnina omogućuje i stvaranje financijskog fonda za provođenje ovog postupka.

Transparentnost prezentacije povećanja vrijednosti nekretnina usklađuje proceduru sa zakonskom regulativom kroz premještanje glavne odluke i odgovornosti na civilno društvo, koje kontroliraju samo pravosudna tijela. Kontrole građenja se osnivaju kako bi osigurale sigurnu i zdravu okolinu, kroz regulaciju dizajna, konstrukcije, građenja te promjenu klasifikacije posjeda postojećih zgrada i potrebnih poslova u svrhu ispravljanja nesigurnih uvjeta u njima. Nadzor se primjenjuje putem procesa dozvoljene gradnje i s geodetima

koji vrše kontrolu na gradilištima i time osiguravaju izvođenje u skladu s usvojenim projektom.

7 ZAKLJUČAK

Sve više lokalnih samouprava kod razvijenih država nastoje implementirati geomarketing kao sredstvo vlastitog ekonomskog napretka. Ovim sustavima privlače se investitori i usmjerava ka nastajanju regionalnih centara gospodarskog razvoja što pogoduje kvalitetnijem životnom standardu.

Koristeći i informacije geomarketinga projekti gospodarskog razvoja usklađuju rast stanovništva s povećanjem gospodarske moći, a time omogućuju lokalnoj upravi provođenje potrebnih procedura i radnji kako bi se ostvarila planirana vizija budućnosti.

Kvalitetnim prostornim planiranjem ostvaruju se uvjeti za društveni i gospodarski razvoj, zaštitu okoliša, racionalno korištenje prirodnih i povijesnih dobara na načelu integralnog pristupa. U donošenju prostornih planova sudjeluju svi odgovorni stručni subjekti uz suglasnost javnosti – građanstva, čime nastaje zakonska podloga dinamičkog segmenta održivog razvoja.

Provođenje prostornih planova u praksi se ostvaruje, poštujući sinergiju sa statičkim konceptom brige o prostoru, postupcima realokacije i konsolidacije kod agrarno oblikovnih planova te urbane preparcelacije kod urbanističko oblikovnih planova.

LITERATURA

- Anderson, V. M. (2003): The Role of Geomarketing in Promotion of Sustainable Development. Presented at the 5th International Conference on Ethics and Environmental Policies, Business Styles and Sustainable Development, Kiev
- Anderson, V. M. (2004-7): Developing Integrated Object – Oriented Conception of Geomarketing as a Tool for Promotion of Regional Sustainable Development: The Case Study of Ukraine, Research paper
- Dale, P. F., McLaughlin, J. D. (1999): Land Administration, Oxford University Press, Oxford.
- DiSano J. (1999): Sustainable Development as a Global Trend, UN-FIG Conference on Land Tenure and Cadastral Infrastructures for Sustainable Development, Melbourne, Australia

-
- Dusenbury, P., Mrakovčić Supek, V., Hoover, P. (2004): *Priručnik za gospodarski razvoj u jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave*, The Urban Institute Zagreb.
- Laurini, R. (2001): *Information Systems for Urban Planning*, Taylor & Francis, New York.
- Jukić T (2000): *Prostorno planiranje i urbanizam*, interna skripta, Geodetski fakultet, Zagreb.
- Ministarstvo prostornog uređenja graditeljstva i stanovanja Republike Hrvatske (1999): *Program prostornog uređenja Republike Hrvatske*, Zavod za prostorno planiranje, Zagreb.

SPATIAL RESOURCES ASSORTMENT

Abstract. *Efficient management of spatial resources is main factor for healthy economic growth. Spatial information consisted of attributes which are traditionally divided into administrative units, leads to decrease of data quality. Improvements in the field of technology allow gathering all available data and creation of one unique spatial information system which can utilise complex social structures, making land use more economical, sustainable and ecologically acceptable. Geomarketing systems make spatially referenced information which can lead to the development of realistic economic strategies and spatial plans. Precondition for the spatial planning implementation is well defined legislation on reallocation (urban and rural).*

Key words: *geomarketing, spatial plans, sustainable development*