CRO kartica i komparacija sa sličnim modelima u drugim zemljama

Srdić, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:176767

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Jelena Srdić

CRO KARTICA I KOMPARACIJA SA SLIČNIM MODELIMA U DRUGIM ZEMLJAMA

Završni rad

Pula, 2017.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

Jelena Srdić

CRO KARTICA I KOMPARACIJA SA SLIČNIM MODELIMA U DRUGIM ZEMLJAMA

Završni rad

JMBAG: 0303050202, redoviti student
Studijski smjer: Turizam

Predmet: Ekonomika turizma
Znanstveno područje: Društvene znanosti
Znanstveno polje: Ekonomija
Znanstvena grana: Turizam i trgovina
Mentor: Doc.dr.sc. Sanja Blažević Burić

Pula, rujan 2017.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____Jelena Srdić_____, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera _____Turizam_____ ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

_____

U Puli, __rujan_, ___2017.__ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____Jelena Srdić_____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrileu Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom _____ CRO kartica i komparacija sa sličnim modelima u drugim zemljama _____koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, ____rujan, 2017. godine

Potpis

_____

SADRŽAJ

1. UVOD 1
2. PROBLEMI HRVATSKOG TURIZMA 3
2.1. Sezonalnost 3
2.2. Nedovoljna razvijenost turizma kontinentalne Hrvatske 6
3. PROJEKT „CRO KARTICA HRVATSKA“ 9
3.1. K 15 kao preteča CRO kartice 9
3.2. O projektu 10
3.3. Svrha i ciljevi 13
3.4. CRO kartica kao generator razvoja domaćeg turizma u Hrvatskoj 13
3.5. CRO kartica kao instrument poticanja održivog i ravnomjernog turističkog razvoja Hrvatske 15
3.6. CRO kartice kao instrument poticanja zadovoljstva i motivacije zaposlenika . 17
4. KOMPARACIJA SA SLIČNIM MODELIMA OSTALIH ZEMALJA 20
4.1. Szep kartice u Mađarskoj 20
4.2. Turistički vaučer u Srbiji 22
5. VEZA TURISTIČKIH VAUČERA I SOCIJALNOG TURIZMA 25
5.1. O socijalnom turizmu i njegovu razvoju 25
5.2. Problematika socijalnog turizma u državama Europske unije 27
5.3. Kritički osvrt 30
6. ZAKLJUČAK 31
LITERATURA 33
POPIS SLIKA 36
POPIS GRAFOVA 37
POPIS TABLICA 38
SAŽETAK 39
SUMMARY 40

1. UVOD

Turizam je jedan od najznačajnijih pokretača gopodarskog razvoja u Hrvatskoj. On polučuje čitav niz pozitivnih ekonomskih i neekonomskih učinaka, a oni se primarno razmatraju kroz njihove ekonomske učinke. Može se reći da se nacionalno gospodarstvo uvelike oslanja na turizam pa se o njegovu razvoju i unapređenju kontinuirano promišlja s ciljem izvršenja konkretnih aktivnosti i iskorištenja razvojnih mogućnosti te prilika.

U današnjici, a posebice od pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, provode se brojni razvojni projekti u turizmu. Oni za cilj imaju unapređenje turističke ponude i kvalitete, maksimizaciju pozitivnih učinaka turizma i reduciranje te otklanjanje konkretnih problema i ograničenja. Jedan od brojnih projekata je i projekt CRO kartica (engl. *CRO Card*) čiju izvedbu u 2018. godini najavlje i razrađuje resorno Ministarstvo turizma. On je posvećen razvoju domaćeg turizma, ali i otklanjanju određenih problema.

Predmetni projekt za cilj ima reduciranje problema sezonalnosti i poticanje razvoja kontinentalnog turizma, uz poseban naglasak na selektivne oblike turizma poput ruralnog turizma, eno-gastronomskog turizma, turizma toplica i sličnih oblika. Vjeruje se da bi se njegovom provedbom trebalo doprinijeti rastu domaćeg turizma izvan sezone, u obalnim i kontinentalnim dijelovima, kao i realizaciji brojnih pozitivnih učinaka na nacionalno gospodarstvo (zapošljavanje, generiranje prihoda i slično). Pored toga, on se dotiče i problematike prava svih zaposlenika na godišnji odmor, a koji si mnogi stanovnici Hrvatske u današnje vrijeme ne mogu priuštiti. U tom kontekstu, važno ga je razmatrati i s gledišta socijalnog turizma.

Cilj rada je istražiti neke od dugogodišnjih i vodećih problema hrvatskog turizma, koje bi realizacija predmetnog projekta mogla minimizirati ili otkloniti u nekom dužem razdoblju.

Svrha rada je potvrditi brojne koristi projekta CRO kartica s posebnim naglaskom na pozitivne učinke u kontekstu sezonalnosti, razvoja kontinentalnog turizma i sličnoga.

Rad se sastoji od četiri poglavlja, uvoda i zaključka. Prvo poglavlje istražuje probleme hrvatskog turizma koji se provedbom ovoga projekta nastoje minimizirati. Konkretno je riječ o problemu izrazite sezonalnosti i slabije razvijenosti kontinentalnog turizma. Sljedeće poglavlje istražuje značajke, svrhu i ciljeve projekta CRO kartica čija se realizacija planira započeti 2018. godine. U okviru tog poglavlja poseban naglasak postavljen je na doprinos ovoga projekta u poticanju razvoja domaćeg turizma i održivog razvoja generalno. Sljedeće poglavlje daje prikaz sličnih primjera iz prakse, a misli se na slične projekte u Mađarkoj i Srbiji. Posljednje poglavlje daje poveznicu između vaučera u turizmu i socijalnog turizma.

Metodologija istraživanja odnosi se na primjenu metode analize i sinteze, induktivne i deduktivne metode, metode komparacije, statističke metode i metode deskripcije.

2. PROBLEMI HRVATSKOG TURIZMA

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine je vodeći strateški dokument kojim se uređuje, usmjerava i kontrolira razvoj ove socio-ekonomske pojave predmetne države. Osim vizije, misije i strateških ciljeva razvoja, ovaj dokument iznosi cjelovitu analizu realnog stanja u hrvatskom turizmu, njegove snage i slabosti te prilike i prijetnje (SWOT analiza) i ostalo.

Smjer razvoja determiniran je prije svega postojećim problemima pa se ovim dokumentom definiraju potrebite aktivnosti, čija bi provedba za posljedicu imala reduciranje te otklanjanje istih. Takvim nastupom ujedno se doprinosi maksimizaciji razvojnih prilika hrvatskog turizma, realizaciji pozitivnih učinaka te osiguranju dugoročno profitabilnog i održivog razvoja.

Ovo poglavlje posvećeno je analizi onih problema u hrvatskom turizmu za koje bi provedba projekta CRO kartica mogla polučiti konkretna rješenja i pozitivne pomake.

2.1. Sezonalnost

Sezonalnost je dugogodišnji razvojni problem turizma Hrvatske koji predstavlja jedno od njegovih najvećih razvojnih ograničenja. Ujedno, riječ je i o stalnom, dugogodišnjem strateškom cilju, kao i elementu vizije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine (Slika 1.).

Slika 1. Okviri vizije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine

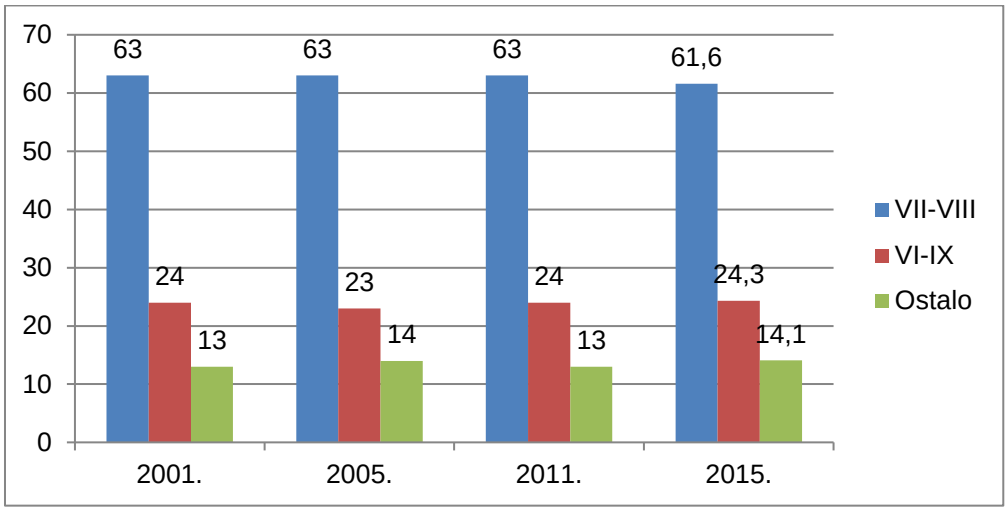


Izvor: Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf. Datum posjete: 22.06.2017. Str. 30.

U okviru konceptualnog okvira vizije razvoja, navodi se da bi hrvatski turizam u budućnosti, između ostaloga, trebao biti cjelogodišnji. Pri tome, jedan od vodećih strateških ciljeva njegova razvoja jest produljenje turističke sezone koja uglavnom traje tijekom ljetnih mjeseci ili nešto duže (od travnja do rujna).

Hrvatska je jedan od očitih primjera zrelih turističkih destinacije u kojima dominira jedan ili nekoliko turističkih proizvoda, uglavnom „sunce i more“. Upravo zbog dominacije navedenog turističkog proizvoda, ova se turistička destinacija suočava s visokom sezonalnošću turističke potražnje. Pri tome je nešto više od 60% ukupne turističke aktivnosti ostvareno uglavnom tijekom srpnja i kolovoza, a gotovo 90% u razdoblju od lipnja do rujna (Ministarstvo turizma, 2013). U izraženosti ovoga problema tijekom duljeg vremenskog razdoblja svjedoči naredni graf (Graf 1.).

Graf 1. Sezonalnost hrvatskog turizma 2001.-2015. godine (% u ukupnim noćenjima)



Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf. Datum posjete: 22.06.2017. Str. 12.; Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2015. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf. Datum posjete: 11.07.2017. Str. 20.

U literaturi i praksi provode se opsežna istraživanja svake godine koja bi trebala ukazati na moguća rješenja ovog vodećeg problema u turizmu Hrvatske, no konkretna strategija za navedeno još uvijek ne postoji (Ministarstvo turizma, 2013). Problem je prisutan već duži niz godina, a ono što je sigurno jest činjenica da uvelike ograničava razvojne mogućnosti nacionalnog turizma, te umanjuje njegov ekonomski i socijalni značaj.

Danas se provodi sve veći broj projekata u turizmu[1] kojima se nastoji minimizirati izraženost ovoga problema. Pored toga, sve se više ulaže u razvoj i podizanje kvalitete hotela i pripadajućih usluga, s obzirom da se rješenje predmetnog problema nazire i u unapređenju ponude ove vrste smještaja. Pri tome, ovakvim angažmanom pristupa se rješenju nekolicine problema u hrvatskom turizmu, a misli se na nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta s obzirom na ukupnu popunjenost i nedovoljno ostvarenu turističku potrošnju.

[1] Na primjer projekt Hrvatska 365.

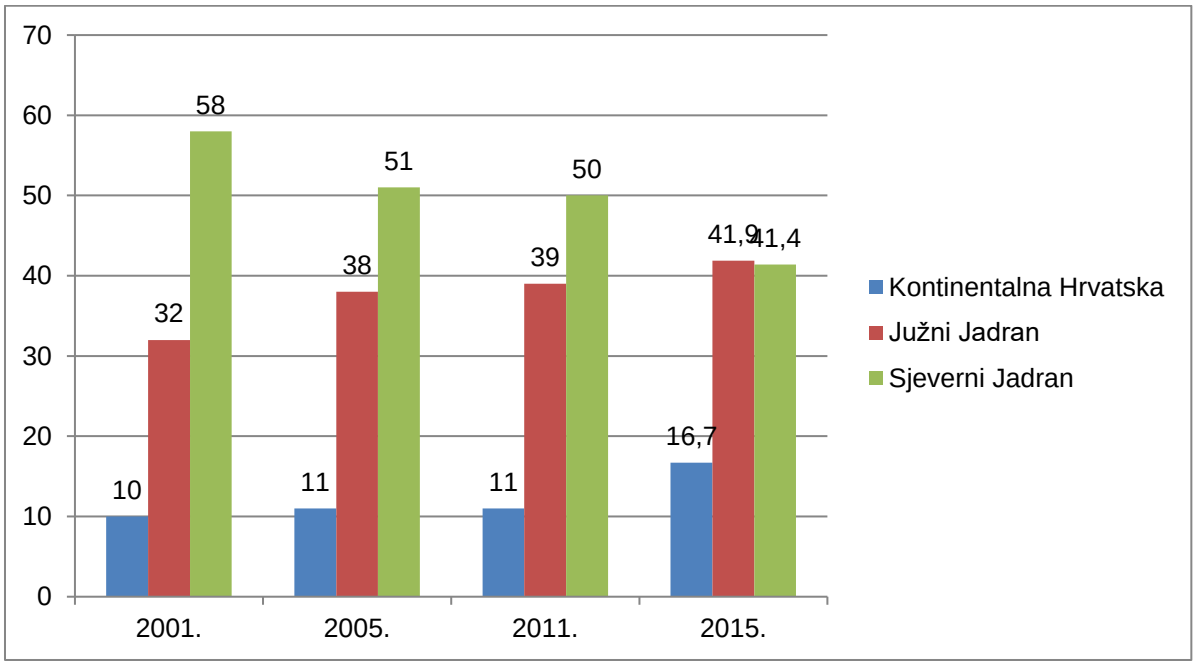
Među brojnim projektima potrebno je također izdvojiti i projekt CRO kartica, čija detaljnija analiza slijedi u narednom poglavlju.

2.2. Nedovoljna razvijenost turizma kontinentalne Hrvatske

U kontekstu problema i ograničavajućih čimbenika čije bi rješenje mogla polučiti realizacija ili provedba projekta CRO kartica, svakako treba spomenuti poticanje razvoja turizma u nedovoljno razvijenim područjima.

Hrvatska ima nepovoljnu strukturu turističke aktivnosti s obzirom na regije. Najslabije posjećena, turistički neaktivna i nerazvijena regija je kontinentalna Hrvatska (Graf 2.).

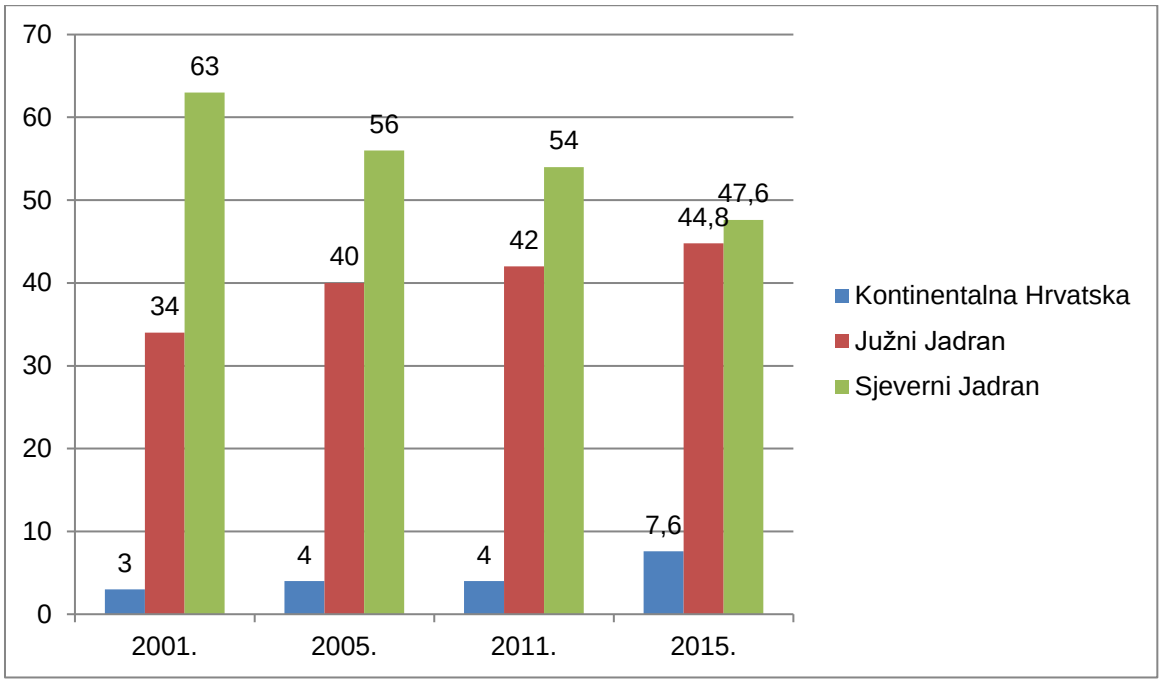
Graf 2. Regionalna struktura turističkih dolazaka 2001.-2015. godine (% u ukupnim dolascima)



Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf. Datum posjete: 22.06.2017. Str. 12.; Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2015. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf. Datum posjete: 11.07.2017. Str. 31.

Vidljivo je da kontinentalni dio Hrvatske sudjeluje s tek 17% u ukupnim turističkim dolascima tijekom 2015. godine, dok uvjerljivo prednjači obalni dio Hrvatske s oko 83%. S gledišta regionalne strukture ukupnih noćenja, situacija je značajno lošija (Graf 2.).

Graf 3. Regionalna struktura turističkih noćenja 2001.-2015. godine (% u ukupnim noćenjima)



Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf. Datum posjete: 22.06.2017. Str. 12.; Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2015. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf. Datum posjete: 11.07.2017. Str. 32.

Kontinentalna Hrvatska u ukupnim noćenjima turista tijekom 2015. godine sudjelovala je s nešto više od 7%, dok je turistička regija Južni Jadran bilježila 40,8%, a regija Sjeverni Jadran 47,6%. To ukazuje na činjenicu da regiju Kontinentalna Hrvatska obilježavaju uglavnom jednodnevni posjeti. Uzme li se ovaj pokazatelj u obzir, realno stanje ukazuje na izrazitu regionalnu nejednakost u razvoju i turističkoj aktivnosti. Razlog tome ne očituje se u slaboj atrakcijskoj osnovi ili nekim sličnim razlozima, već je uglavnom riječ o zanemarivanju ovih dijelova, lošoj promociji i ostalome.

Argument za uvođenje CRO kartica očituje se u očekivanom rastu domaće turističke potrošnje, ali i općeg interesa za ovim dijelovima Hrvatske koji svakako imaju štošta za ponuditi (eno-gastronomija, ruralni turizam, zdravstveni tuizam, vjerski turizam i slično).

3. PROJEKT „CRO KARTICA HRVATSKA“

Turizam je u Hrvatskoj jedan od vodećih generatora gospodarskog i socijalnog razvoja. Svake godine polučuje zavidne rezultate u smislu generiranja prihoda, poticanja razvoja ostalih djelatnosti i zapošljavanja. Upravo zbog toga, daljnji razvoj i unapređenje nacionalnog turizma predstavlja jedan od vodećih strateških ciljeva ove države.

U javnosti se sve više raspravlja o projektu Vlade Republike Hrvatske, CRO kartica koji bi trebao doprinijeti rješenju ograničenja nacionalnog turizma. U tom kontekstu isti se promovira kao jedan od mogućih instrumeneta za poticanje domaćeg turizma u Hrvatskoj, uz naglasak na održivi razvoj.

Ovo poglavlje posvećeno je analizi predmetnog projekta. Osim osnovnih informacija, ono iznosi svrhu i ciljeve, kao i očekivane učinke istoga.

3.1. K 15 kao preteča CRO kartice

S obzirom na pravo odmora i razonodu zaposlenika, u drugoj polovici 20. stoljeća neke od država Europe usvojile su odluku o plaćenom odmoru u trajanju od najmanje 6 dana za sve zaposlene. Nakon Drugog svjetskog rata, točnije 1960-ih godina, ovo pitanje dobiva sve veći značaj, a plaćeni godišnji odmor postaje opće pravo svih zaposlenih. Desetak godina kasnije, Međunarodna organizacija rada (engl. *International Labor Organisation* – ILO), definirala je obvezu plaćenog odmora od 3 tjedna, koja vrijedi i danas (Grandits, Taylor, 2010, 2).

Ovaj projekt ne predstavlja novinu s obzirom da se začeci ove ideje mogu identificirati u razdoblju 19. i 20. stoljeća, kako i Europi, tako i na nacionalnom teritoriju. Naime, tijekom socijalizma za vrijeme Jugoslavije u medijima su se pojavile brojne pritužbe s obzirom na krizno razdoblje, životni standard, prava radnika i slično. Pri tome se proželo i pitanje godišnjih odmora zaposlenika i ostalog stanovništva. To zadovoljstvo mogli su si priuštiti tek određeni članovi tadašnjeg društva pa se javlja opće nezadovoljstvo ostatka društva.

U Jugoslaviji je postojalo Udruženje sindikata, a u okviru njega djelovala je takozvana organizacija Ujedinjenje sindikata Hrvatske, kasnije Vijeće sindikata Hrvatske. Doprinos ovoga tijela plaćenom, a kasnije i besplatnom odmoru zaposlenika bio je osobit. Ovo tijelo imalo je nekoliko zadataka, a koji su se prvenstveno odnosili na pravo odmora svih zaposlenika. Konkretno se misli na (Grandits, Taylor, 2010, 36):

- Osiguranje i nadzor primjene zakonskih odredbi o plaćenom godišnjem odmoru;
- Planiranje godišnjih odmora;
- Konstruiranje centara za ekskurzije;
- Organiziranje masovnih ekskurzija i slično.

Pri tome je osobito značajno istaknuti kako je ono u to vrijeme organiziralo plaćeni i besplatni godišnji odmor za čak 1 200 Hrvata (Grandits, Tylor, 2010, 38). Nakon potvrde izdane od strane sindikata, zaposlenici i njihovi članovi obitelji mogli su ostvariti popuste od 50% za vlakove i 25% na smještaj ako su odsjeli na jednom mjestu najmanje 5 dana. U narednim godinama, savezne su vlasti izdale nekoliko naloga za smanjenje cijena od 60%. Također, godine 1961. izdana je renomirana K-15 kartica (preteča CRO kartica). Ova kartica osiguravala je pravo vlasniku za ostvarenje 50% popusta na cijene zrakoplova i 75% popusta na cijene ostalih vrsta prijevoza. Iznos diskontiranog iznosa vraćen je davatelju usluge iz saveznog fonda kojemu su radnici pridonijeli s 1,5% osobnog bruto dohotka (Grandits, Tylor, 2010, 38).

Komercijalizacija turizma u to vrijeme bila je nacionalni interes, moguće je govoriti o takozvanom socijalnom turizmu, na čijima načelima se zasniva i ideja ovoga projekta. Detaljnije o povezanosti socijalnog turizma s turističkim vaučerom raspravlja se u posljednjem poglavlju ovoga rada.

3.2. O projektu

CRO kartica, kao ideja na kojoj se zasniva istoimeni projekt, zapravo predstavlja turistički vaučer (engl. *voucher*). Ovaj se pojam definira na nekoliko načina, a konkretno se misli na sljedeće pristupe njegova poimanja (Poslovni dnevnik, 2017):

1. „U širem smislu riječ je o dokumentu kojim se dokazuje da je određeni iznos novca plaćen (potvrda o plaćanju), ali i dokumentu koji se izdaje umjesto novca s tim da se njime može od dužnika tražiti ispunjenje neke obveze;
2. U užem smislu vaučer u nekim zemljama služi za kupovinu dionica ili udjela u pretvorenim poduzećima;
3. U turizmu isti predstavlja ispravu koju izdaje putnička agencija, a njome se obvezuje davaocu usluga platiti pružene usluge koje je konzumirao klijent agencije. Naziva se i putničkom uputnicom, uslužnicom ili bonom.“

Neovisno o pristupu razmatranja ovoga pojma, on se uvijek zasniva na nekom pravnom poslu, a izdaje se nakon uplate novca agenciji ili drugom davatelju vaučera od strane korisnika ili klijenta. Riječ je o dokumentu koji povrđuje rezervaciju, a biva u službi predujma i dokaza o uplaćenoj vrsti i količini usluga.

Razrada ideje i samoga projekta CRO kartica u Hrvatskoj je započela 2017. godine, a na inicijativu resornog Ministarstva turizma. Ova inicijativa potvrđuje nacionalni angažman i aktivnosti koje su usmjerene istraživanju međunarodnih trendova i uzornih praksi. Naime, pri razradi same ideje, analizirani su i slični primjeri ovoga projekta u ostalim državama EU i šire. Pri tome je jedan od vodećih primjera bio onaj na razini Mađarske koji je u kratko vrijeme polučio izvrsne rezultate. O njemu detaljnije slijedi u narednom poglavlju.

Javnosti je ovaj projekt predstavljen kao jedan od najznačajnijih projekata Ministarstva turizma, koji je prije svega posvećen razvoju kontinentalnog turizma u pred i post sezoni.

Pri razradi same ideje, uvažene su specifičnosti nacionalne i europske regulative, a koncept i tijek projekta još uvijek su u fazi evolucije. Suštinski riječ je o izdavanju turističkog vaučera zaposlenicima u Hrvatskoj u vrijednosti od 5 000 ili 10 000 kuna, a koje bi isti mogli iskoristiti za potrebe putovanja unutar države, u kontinentalne krajeve tijekom čitave godine ili u obalne dijelove izvan sezone (Filipović, 2017).

U slučaju usvajanja odluke o vrijednosti vaučera u iznosu od 10 000 kuna, ukinuo bi se postojeći regres od 2 500 kuna, a u suprotnom, kada bi se usvojio iznos od 5 000 kuna, regres se ne bi ukidao.

Novac bi se uplaćivao od strane poslodavaca na zaseban bankovni račun, a građani bi imali mogućnost, određenu svotu novca trošiti putem CRO kartica. Ista bi se koristila elektronskim putem, isto kao i kartica tekućeg računa (Slika 2.).

Slika 2. CRO kartica



Izvor: Poslovni savjetnik (2017.) CRO Card ne pripada ni Vladi ni Mariću... Zvonimir Draženović je prodaje već pola godine. Dostupno na: http://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/cro-card-ne-pripada-ni-vladi-ni-maricu-zvonimir-drazenovic-ju-prodaje-vec-pola-godine. Datum posjete: 23.06.2017.

Ideja je da se odredi i postotak vrijednosti za pojedine usluge. Trenutno se raspravlja o udjelu od 50% vrijednosti koji bi bio namijenjen za uslugu smještaja, 30% vrijednosti vaučera koristilo bi se za usluge hrane i pića, a ostatak na ostale usluge poput posjeta muzeja, wellnessa i sličnoga (Filipović, 2017).

Kako bi isto bilo izvedivo i opravdano sa strane poslodavaca, planira se iste stimulirati putem poreznih olakšica. Pri tome se misli na poreznu olakšicu u kontekstu poreza na dobit koja bi iznosila od 25% do 100% uplaćene vrijednosti za ove vaučere.

Rok za pokretanje ovoga projekta predviđa se tijekom 2018. godine.

3.3. Svrha i ciljevi

Iz prethodnog teksta moguće je izdvojiti svrhu i ciljeve ovoga projekta. Oni su javno predstavljeni i kao takvi pojašnjeni od strane turističkih tehničara i ostalih vrhovnih dionika u Hrvatskoj.

Svrha ovoga projekta jest potaknuti domaći turistički promet i unaprijediti razvoj turizma, osobito onog kontinentalnog u razdoblju izvan sezone. Vodeći ciljevi odnose se na (Hrvatska izvještajna novinska agencija, 2016):

- Usmjeravanje interesa domaćih putnika za putovanja prema hrvatskim kontinentalnim gradovima, toplicama, ruralnim prostorima i ponudom, kao i prirodnim te kulturnim atrakcijama;
- Poticanje domaće potražnje za obalnim turističkim destinacijama u razdobljima izvan sezone;
- Unapređenje efikasnosti poslovanja postojeće ponude i njezino širenje;
- Poticanje modernizacije i inovacija usmjerenih prema stvaranju konkurentskog turističkog proizvoda i za inozemno tržište;
- Maksimizaciju učinaka turizma.

Daje se zaključiti da su očekivane koristi od ovoga projekta brojne, a moguće je čak govoriti o njegovu multiplikativnom te induktivnom djelovanju. Pri tome, on ne samo da bi potaknuo razvoj kontinentalnog domaćeg turizma, već bi taj utjecaj bio evidentan generalno na razini nacionalnog turizma, ali i ostalih djelatnosti.

3.4. CRO kartica kao generator razvoja domaćeg turizma u Hrvatskoj

Projekt CRO kartica javnosti se predstavlja kao dio stimulirajuće politike koja polučuje niz ekonomskih učinaka. Osim turističkih vaučera, diljem svijeta se primjenjuju i vaučeri za hranu te ostale usluge i aktivnosti. Riječ je o specičnom menadžmentu i politikama koje su usmjerene prema zaposlenicima i/ili ranjivim skupinama.

Turistički vaučeri efikasan je način stimuliranja i motiviranja zaposlenika. Oni utječu i na veću učinkovitost rada zaposlenika pa se percipiraju i kao svojevrsne nagrade za njihov rad. Pored toga, turistički vaučeri, pa tako i CRO kartica, imaju utjecaj na razvoj turističke industrije u nekoj zemlji. Na ovome primjeru, posebno je riječ o stimuliranju razvoja domaćeg turizma (Dragan, 2015).

Sukladno iznesenim podacima i činjenicama u svezi ovoga projekta, a posebice se misli na svrhu, ciljeve i način korištenja ove kartice, očekivan je razvoj domaćeg turizma Hrvatske.

Uvođenjem ovih kartica udio kontinentalnog turizma u ukupnom hrvatskom turizmu u srednjem i dugom roku moguće je povećati s oko 2%-3% na čak 8%-10% (Hrvatska izvještajna novinska agencija, 2016). Time bi se ujedno povezalo malu poljoprivredu i ruralni razvoj s realnim potrebama i potencijalima turističkog tržišta. Prema tome, očekuje se razvoj i jačanje značaja obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, interpretacijskih centara, novih malih i obiteljskih hotela, tematskog turizma i redom dalje.

Pored navedenog, vjeruje se da bi u budućnosti ovaj projekt doprinjeo stvaranju kulture putovanja lokalnog stanovništva Hrvatske unutar nacionalnih granica, a time potaknuo aktivnosti u malom i srednjem poduzetništvu i održivom zapošljavanju.

Prema procjenama, potencijalni izravni i neizravni ekonomski učinci uvođenja ove kartice odnosili bi se na (Hrvatska izvještajna novinska agencija, 2016):

- Ostvarenje 350 do 500 milijuna eura novih prihoda u turističkoj industriji godišnje;
- Nakon par godina tržišne adaptacije modela moguće je očekivati rast izravnog zapošljavanja od 8 do 12 tisuća ljudi te još njih oko 5000 neizravnim zapošljavanjem;
- Očekivani potencijal za investicije od milijardu do 1,5 milijardi kuna u 4 do 6 godina.

Slijedom navedenog, pored poticanja razvoja domaćeg turizma u Hrvatskoj, moguće je govoriti i o ostalim, izravnim i neizravnim, učincima ovoga projekta ili inicijative.

3.5. CRO kartica kao instrument poticanja održivog i ravnomjernog turističkog razvoja Hrvatske

Održivost kao koncept predstavlja jedan od temelja suvremenoga društva, ali i međunarodne ekonomije. U tom smislu, na načelima održivosti trebao bi se zasnivati i međunarodni turizam, a time i turizam na nižim razinama.

Održivi razvoj može se pojmiti kao razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice, a istodobno ne ugrožava mogućnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe (Drljača, 2012). On se temelji na tri dimenzije, a to su :

- Ekološka održivost - zaštita okoliša i prirodne baštine, očuvanje izvornosti i raspoloživih resursa, odgovornost naspram prirode i ekosustava i ostalo;
- Ekonomska održivost - poštivanje društveno-kulturne autentičnosti, očuvanje kulturnog nasljeđa i tradicijskih vrijednosti, doprinos multikulturalnom razumijevanju i toleranciji;
- Socijalna održivost - osiguranje održivosti i dugoročnosti gospodarskih aktivnosti, usmjerenje gospodarskih aktivnosti na osiguranje koristi svim dionicima, pravična raspojela bogatstva, stabilnost zaposlenja, redukcija i uklanjanje siromaštva i nejednakosti.

Održivi razvoj turizma može se pojmiti kao ekonomska uspješnost i društvena odgovornost, pri čemu istovremeno označava i zaštitu prirodnih i društvenih resursa (Drljača, 2012). Kao takav, biva ravnotežna situacija pri raspodjeli resursa i bogatstva, a u tom kontekstu uvažava različite skupine dionika i njihova prava ili jednakost raspodjele s obzirom na prostornu distribuciju (Goodal, 1987).

Ovime se zapravo otvara prostor za povezivanje CRO kartice s načelom održivosti, odnosno poticanjem provedbe održivog razvoja turizma.

Republika Hrvatska se već duži niz godina suočava s izraženom regionalnom nejednakošću, a rezultat je to mnogih zbivanja na ovome teritoriju. Pri tome se

prvenstveno misli na ratna zbivanja, zanemarivanje razvoja ruralnih i kontinentalnih dijelova, nedovoljno investicija, pasivnost dionika, nezainteresiranost vodećih dionika za razvojem kontinentalnih dijelova i slično. Kulminacija ovih problema tijekom dužeg razdoblja dovela je do drastičnih razlika u razini razvijenosti između obalnih i kontinentalnih dijelova, napuštanja sela, pritiska na obalni prostor i slično.

Potreba za pronalaskom strategije koja će ukazati na moguća rješenja ovoga problema identificirana je već u proteklim razdobljima, no ona se još uvijek se ne naziru. Određene pomake u ovome smislu dalo je članstvo Hrvatske u Europskoj uniji, u smislu provedbe projekata u ruralnim dijelovima Hrvatske koji se sufinanciraju iz Europskih strukturnih i investicijskih fondova.

S obzirom da CRO kartica ima za cilj razvoj i povećanje domaćeg turizma, s naglaskom na posjete kontinentalnim dijelovima, očekuje se značajniji razvoj turističke ponude na tim područjima. Prema tome, daje se naslutiti kako će u budućnosti biti poduzete konkretne investicije u tom smjeru, provedeni razni projekti koji će za cilj imati revitalizaciju ruralnih dijelova te usvojene konkretne strategije ovoga karaktera. Shodno navedenom, vjeruje se da će u kontinentalnim dijelovima Hrvatske, u nekom dužem razdoblju, doći do nešto značajnijeg razvoja generalno, što će polučiti brojne ostale pozitivne učinke. Pri tome se misli na otvaranje radnih mjesta i poticanje zapošljavanja, uključivanje ovih područja u turističke aktivnosti i nacionalnu turističku ponudu generalno, privlačnje inozemnih turista i generiranje većih prihoda od turizma, poticanje razvoja ostalih djelatnosti i redom dalje.

Osim toga, kontinentalni dijelovi Hrvatske raspolažu s osebujnom prirodnom i antropogenom atrakcijskom osnovom, koja bi putem turizma trebala biti adekvatno valorizirana, a time i primjereno zaštićena. Neiskorišteni potencijal ovih područja u budućnosti bi mogao polučiti zavidne prihode ukoliko se na ovaj način uvrsti u ukupnu turističku ponudu.

Slijedom navedenog, kontinentalni dijelovi Hrvatske imaju potencijal za razvoj određenih selektivnih oblika turizma kao što su ruralni turizam, prirodni turizam, turizam toplica, avanturistički turizam i ostali. U tom smislu, CRO kartice bi trebale utjecati na obogaćenje ukupne turističke ponude Hrvatske. Uvažavajući činjenicu da

se, na primjer, ruralnim turizmom promiče važnost održivog razvoja, a također poštivaju njegova vodeća načela, doprinos ovoga projekta održivom razvoju turizma više je nego očit. Pri tome se misli na očuvanje ruralnih dijelova, uzgoj domaćih namirnica, promocija lokalnih specijaliteta, povratak prirodi i zaboravljenim vrijednostima i slično.

Sumirajući navedeno, osim održivog razvoja, CRO kartice bi u budućnosti trebale aktivirati realni potencijal nedovoljno razvijenih i neiskorištenih dijelova ove države, a na taj način osigurati blagostanje lokalnom stanovništvu. U tom smislu, osim održivog razvoja, riječ je i o ravnomjernom, ujednačenom i dugoročnom razvoju koji počiva na načelima jednakosti, pravednosti i uključivosti. Ovime se zapravo zaključuje da je projekt CRO kartica zapravo izravna podrška i jedan od instrumenata provedbe vizije strategije Europa 2020 (engl. *Europe 2020*), a na kojoj se zasnivaju ciljevi i ostali elementi strategija razvoja svih država članica Europske unije, a tako i Hrvatske. Pri tome vizija iste podrazumijeva i nastoji osigurati pametan, održiv i uključiv rast, čime se daje poveznica i s predmetnim projektom kojim se zapravo uključuju zanemarena područja u ovaj proces.

3.6. CRO kartice kao instrument poticanja zadovoljstva i motivacije zaposlenika

Ovaj model se se više promovira kao specifičan menadžment prema zaposlenicima pa time zauzima i posebno mjesto u kontekstu menadžementa ljudskih potencijala. Prema tome, važno je ukazati i na doprinose istoga s gledišta motiviranja zaposlenika, veće efikasnosti i učinkovitosti rada te unapređenja njihova zadovoljstva.
Ova putovanja mogu se pojmiti i u kontekstu *incentive* putovanja, kao specifičnog selektivnog oblika turizma. Međutim, važno je naglasiti da su ona na ovome primjeru isključivo domaćeg karaktera.

Incentive putovanja sastoje se od nezaboravnih i zabavnih putovanja koja plaćaju njihovi poslodavci, a u funkciji su ohrabrivanja i motiviranja zaposlenika, nagrađivanja za ostvarene rezultate i povećanja prodaje.

Društvo za izvrsnost incentive putovanja (engl. *Society of Incentive Travel Exellence*) ista je definirano kao globalni menadžment alat koji koristi izuzetan doživljaj tog putovanja da bi motivirao i/ili odao priznanje sudionicima za povećan udio rada koji su uložili za ostvarivanje organizacijskih ciljeva (See business travel and meatings, 2017). Ovom se definicijom potvrđuje ujedno i doprinos projekta ili modela CRO kartica u kontekstu motivacije i nagrađivanja zaposlenika u Hrvatskoj.

Pored toga, *incentive* putovanja, a tako i ona koja proizlaze iz predmetnog modela motivirana su uglavnom hranom, pićem i zabavom, dok su posao i edukacija bivaju središte zanimanje turizma susreta, poticaja, konferencija i izložbi (engl. *meetings, incentives, conferencing, exhibitions* - MICE) .

Ova putovanja, a pri tome i predmetni projekt pozitivno utječu na poslodavce i zaposlenika. Poslodavcima olakšavaju komunikaciju i prilike za osobljem, osobito s višim rukovodstvom, potiču korporativnu kulturu i socijalnu interakciju, učvršćuju lojalnost zaposlenika prema kompaniji i izgrađuju entuzijazam za buduće poslovno razdoblje (See business travel and meatings, 2017).

S druge strane, pozitivni utjecaji na primjeru zaposlenika očituju se kroz (See business travel and meatings, 2017):

- Osobno zadovoljstvo uslijed nagrade i priznanja;
- Osjećaj poštovanja, pripadnosti i uvaženosti;
- Sigurnost zaposlenika i spokoj;
- Unapređenje socijalnog statusa;
- Motiviranje za daljnji posao i predanost organizaciji.

Smatra se da, pored ovoga treba spomenuti i da CRO kartice pružaju jedinstvenu priliku za sjecanje novih iskustva i znanja koja bi zaposlenici mogli koristiti u svom radu. To osobito dolazi do izražaja ukoliko je riječ o turističkim djelatnicima kao sudionicima ovih putovanja. Naime, u ulozi turista, turistički djelatnici stječu konkretna iskustva i doživljavaju realnu kvalitetu pružene usluge. U tom procesu oni jednostavnije spoznaju prednosti i nedostatke postojeće usluge, ali mogu i zaključiti koje je potrebe važno usvojiti kako bi ista bila zadovoljavajuća.

Zaključuje se da, projekt CRO kartica doprinosi razvoju domaćeg turizma, ali pri tome biva izvrsan alat u okviru menadžmenta ljudskih potencijala koji je u funkciji motiviranja i nagrađivanja zaposlenika. Među brojnim koristima, isti doprinosi i usvajanju novih znanja i vještina zaposlenika. To je ujedno i potvrda multiplikativnog i induktivnog djelovanja ovoga projekta.

4. KOMPARACIJA SA SLIČNIM MODELIMA OSTALIH ZEMALJA

Slične modele poticanja domaćeg turizma, poput CRO kartica, primjenjuju mnoge druge države diljem svijeta. Takvi primjeri mogu se evidentirati u državama Europske unije, ali i izvan nje.

Među brojnim primjerima izdvaja se Szep kartica u Mađarskoj, model koji je u kratko vrijeme rezultirao izvrsnim rezultatima. Jednako tako i susjedna Srbija već ima razvijen model turističkih voučera, koji pozitivno utječe na domaći turizam, prihode u državi, ali i zadovoljstvo stanovništva.

Ovo poglavlje posvećeno je upravo komparativnoj analizi modela CRO kartica sa slični modelima ostalih zemalja. Konkretno se misli na Szep karticu i turističke vaučere u Srbiji.

4.1. Szep kartice u Mađarskoj

Pri razradi ideje projekta CRO kartica u Hrvatskoj analizirali su se slični modeli i njihovi učinci u ostalim državama. Prvenstveno se misli na model Szep kartica u Mađarskoj.

„One funkcioniraju na način da je svakoj tvrtki omogućeno da svojim zaposlenicima, osim redovitog osobnog dohotka, isplati i dodatni iznos od 450 tisuća mađarskih forinti, što je oko 1450 eura, tijekom godine. Taj iznos podliježe nižoj poreznoj stopi od one kojom se oporezuje osobni dohodak. Taj iznos moguće je isplatiti odjednom ili obročno, ali u tek nekoliko odabranih mađarskih banaka. Ta stavka bila je sporna pa je Europska unije intervenirala na osnovu činjenice da se ne prakticira i ne odobrava nikakav oblik diskriminacije, a u ovome slučaju diskrimacije inozemnih i ostalih domaćih banaka (Savić, 2016).“ Konačna odluka rezultirala je mogućnošću isplate novca u bilo koju banku koja posluje na nacionalnom teritoriju.

Prema modelu, ukupan iznos doznačenih sredstava može se u cijelosti potrošiti na smještaj, ugostiteljske i rekreacijske usluge, ali u točno određenim iznosima ili udjelima za svaku vrstu usluge (Slika 3.).

Slika 3. Mađarska Szep kartica



Izvor: Keszthelyi, C. (2015.) Szep card spending on domestic tourism hits HUF 14 bln. Dostupno na: https://bbj.hu/economy/szep-card-spending-on-domestic-tourism-hits-huf-14-bln_101960. Datum posjete: 24.06.2017.

Ono što ovaj model razlikuje od CRO kartica je mogućnost utroška dijela sredstava na neke neturističke usluge poput toplog obroka, jednokratne pomoći za početak školske godine, zdravstvene usluge i slično. Međutim, pri tome je usvojena odluka da od ukupnog iznosa, 250 tisuća funti mora biti isključivo potrošeno za potrebe turizma i putovanja (Savić, 2016).

Pored navedenoga, važno je istaknuti da korištenje sredstava s ovih kartica u turističke svrhe nije ograničeno samo na razdoblje izvan sezone. Sredstva se mogu koristiti u bilo koje vrijeme, no važan je udio sredstava koji se troši u pojedine usluge.

Daje se zaključiti kako ovaj model u Mađarskoj doprinosi razvoju domaćeg turizma, ali biva i u službi motivacije te nagrađivanja zaposlenika, maksimizacije učinkovitosti i efikasnosti rada, kao što implicira i pozitivne socijalne učinke.

Ova je država nakon uvođenja Szep kartice do 2016. godine zabilježila rast noćenja domaćih turista za gotovo 30%, kao i ukupnog prihoda domaćeg turizma za čak 64%. Karticu je koristilo oko 26 500 tvrtki i gotovo 1,3 milijuna građana (Hrvatska radiotelevizija, 2016). Prema procjenama stručnjaka i strukovnih organizacija, stopa rasta domaćeg turizma u Mađarskoj, nakon uvođenja ovih kartica iznosi oko 12% godišnje (Keszthelyi, 2015).

Tijekom 2015. godine, u Mađarskoj je isplaćeno čak 290 milijuna eura na Szep kartice zaposlenika, a iznos je uglavnom utrošen za turističke i ugostiteljske usluge (Hrvatska radiotelevizija, 2016). Čak oko jedne petine ukupnih prihoda od smještaja u domaćem turizmu ostvareno je upravo preko ovih kartica. Pozitivnim učincima ide u prilog činjenica da su se turistička kretanja uglavnom odvijala izvan Budimpešte kao vodeće turističke destinacije i značajnim dijelom u slabije razvijenim krajevima države.

4.2. Turistički vaučer u Srbiji

Projekt turističih vaučera u Srbiji pokrenulo je Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija. Isti se provodi već treću godinu za redom, a rezultati su sve uspješniji.

Na stranicama spomenutoga ministarstva moguće je pronaći sve informacije u svezi ovoga projekta, načina dobivanja vaučera i popisa ugostitelja kod kojih je iste moguće iskoristiti. Time je jasnije kako se ovaj projekt razlikuje od prethodna dva, no svrha je jednaka.

Prijave ugostitelja koji podliježu ovome projektu preuzimaju se sa službene stranice Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, a vrše se tijekom čitave godine. Dosadašnji rezultati ugostitelja koji su bili uključeni u ovaj program ukazuju na konačni uspjeh i trend rasta pozitivnih učinaka. Osobito je važno istaknuti kako je zabilježen rast domaćeg turističkog prometa izvan turističke sezone, osobito tijekom rujna kada je iskorištenost kapaciteta bila gotovo 100%, a tijekom listopada i studenog čak 70% (Vaučeri Srbija, 2017).

Vrijednost ovoga vaučera iznosi 5 000 dinara i u cijelosti je namijenjen putovanjima. Riječ je o subvencioniranom odmoru u Srbiji u trajanju od najmanje 5 dana. Čitav iznos mora se potrošiti u tekućoj godini, a ne vrijedi za gradove kao što su Beograd, Novi Sad, Niš i Kragujevac. Ovo izuzeće ne odnosi se na zdravstvene ustanove koje organiziraju boravak i pružaju usluge prevencije, liječenja i rehabilitacije, a pružaju usluge smeštaja i prehrane trećim osobama sukladno nacionalnom Zakonu o turizmu (Vaučeri Srbija, 2017).

Korisnici vaučera mogu biti (Vaučeri Srbija, 2017):

- Umirovljenici;
- Nezaposlene osobe koje su kao takve registrirane i druge osobe s evidencije Nacionalne službe za zapošljavanje;
- Korisnici prava na dodatak za pomoć i njegu druge osobe sukladno pravima i obezama socijalne zaštite te mirovinskog i zdravstvenog osiguranja;
- Radno aktivno stanovništvo čija primanja ne prelaze 60 000 dinara mjesečno;
- Korisnici prava na naknadu na obiteljsku invalidninu palom borcu;
- Nositelji obiteljskog poljoprivrdnog gospodarstva koji se bave isključivo poljoprivredom i upisani su u nacionalni Registar poljoprivrednih gazdinstava.

Svi subjekti koji ostvaruju pravo na ovaj besplatan vaučer imaju za obvezu popuniti prijavu i priložiti traženu dokumentaciju te sve predati na šalter Pošte Srbije. Od ostale dokumentacije prilažu se kopija osobne iskaznice ili putovnice te potvrda ugostitelja o izvršenoj rezevaciji. Ovisno o statusu korisnika vaučera, važno je priložiti i ostalu dokumentaciju poput rješenja o mirovini i sličnoga. Sve prijave trebaju se predati zaključno s 15.10., a za narednu godinu.

Vaučer, pored osnovnih podataka, sadržava podatke o korisniku, a može ga koristiti samo osoba koja je upisana kao korisnik vaučera. Ako vrijednost turističke usluge prelazi iznos na vaučeru, korisniku se izdaje račun u vrijednosti te razlike (Vaučeri Srbija, 2017).

Razlike između ovoga projekta i prethodno navedenih su brojne. Naime, na ovome primjeru vaučer ne izdaju tvrtke i novac ne uplaćuju poslodavci.Vaučere dodijeljuje

resorno ministarstvo s obzirom na status članova društva i sukladno prijavljenoj listi ugostitelja. Unatoče nešto drugačijem konceptu, svrha ovoga projekta jednaka je kao i na prethodnim primjerima, a misli se na poticanje domaćeg turizma izvan sezone u slabije razvijenim krajevima države. Kako bi isto bilo osigrano Srbija ima definiranu zabranu posjeta određenih gradova ukoliko se koristi ova vaučer.

Ovim projektom je potaknuta izvansmješajna potrošnja domaćih turista u Srbiji, značajno je produžena turistička sezona, a zadovoljstvo lokalnog stanovništva sve više raste. prošle godine podijeljeno je 46 000 vaučera, dok je ove godine taj broj udvostručen i iznosi 80 000. Tijekom prvih šest mjeseci podijeljeni su svi planirani vaučeri pa je država osigurala dodatnih 20 000 (Poslovni dnevnik, 2017).

Vodeći dionici ove države ističu kako je riječ o realnoj investiciji u državu, a ne poklonu. U prosjeku, svaki korisnik koji koristi ovaj vaučer u Srbiji ostvari 7,4 noćenja, što je više od minimalnih 5, kako je prethodno istaknuto. Prema tome, vaučerima se stimulira odmor u Srbiji, a ostvaruju se koristi na strani ugostitelja i ostalih poslovnih subjekata, države i lokalnog stanovništva.

5. VEZA TURISTIČKIH VAUČERA I SOCIJALNOG TURIZMA

Socijalni turizam razmatra se u kontekstu ekonomske i socijalne kategorije. O njemu je već bilo dijelom riječi u prvome poglavlju rada pri analizi preteče CRO kartica. Isti je važno pojmiti kao preteču turizma kakvog poznajemo danas.

Vjeruje se kako je socijalni turizam utjecao na razvoj određenih područja, ali i turizma na istima. Prema tome, socijalni turizam može se pojmiti kao generator razvoja turizma kao društveno-ekonomske pojave, ali i kao element koji isti nadopunjuje.

Ovo poglavlje posvećeno je analizi socijalnog turizma, ali i povezanosti istoga s turističkim vaučerima, a time i s predmetnom problematikom ovoga rada.

5.1. O socijalnom turizmu i njegovu razvoju

Teoretičar turizma Jafar Jafari definirao je socijalni turizam kao turizam za radnike, njihove obitelji i udruženja. Prema njemu, socijalni turizam usmjeren je prema osobnom razvoju, odmoru i unapređenju društvene povezanosti, a od javnog je interesa (Knežević, 2015). Riječ je o turizmu koji je orijentiran prema unapređenju socijalne uključenosti i povezanosti. Iz toga proizlazi ujedno i njegov suvremeni značaj.

Socijalni turizam često se integrirano razmatra s pojavom masovnog turizma tijekom druge polovice 19. stoljeća. Oba pojma predstavljala su tada sasvim nove oblike života i druženja.

Rani začeci socijalnog turizma javljaju se na području Engleske 1894. godine, kada je organiziran prvi ljetni kamp za mlade radnike industrijskog središta Lancashire (Knežević, 2015). Svrha ovoga pothvata bila je osigurati mogućnost djeci, rudarima i zaposlenicima u industriji da provedu tjedan ili dva u zdravoj okolini i druženju.

Pojava socijalnog turizma povezana je s aktivnosti Međunarodne organizacije rada, koja je, kao što je već i istaknuto, 1936. godine izdala konvenciju broj 52, a koja se

odnosila na pravo plaćenog odmora za sve zaposlene koji ovo pravo ostvaruju nakon godine dana rada. Taj zahtjev nadopunjuje se 1948. godine u okviru Opće deklaracije o ljudskim pravima (Knežević, 2015).

O pojavnosti socijalnog turizma u vrijeme Jugoslavije već se raspravljalo. Njegov razvoj bio je dio tadašnje socijalističke ideologije, a prve konstrukcije istoga javljaju se 1947. godine, kada je tadašnja Vlada usvojila Naredbu o pogodnostima članova Jedinstvenih sindikata Jugoslavije, a za vrijeme korištenja godišnjih odmora (Grandits, Taylor, 2010, 38). Tada su definirani određeni popusti na vrste prijevoza koji su spomenuti u prvome poglavlju ovoga rada. Upravo je to ukazivalo na aktivnosti vrhovnih dionika prema razvoju turizma kao značajne gospodarske djelatnosti.

Svjesnost o ekonomskom doprinosu turizmu u to je vrijeme postojala, no u prvi plan se postavljalo načelo pripadnosti turizma narodu, odnosno uvjerenju da pravo odmora i putovanja ostvaruju svi zaposleni članovi društva i članovi njihovih obitelji.

Konkretni podaci o turističkim kretanjima u to vrijeme ukazuju na sljedeće (Knežević, 2015):

- Godine 1963. udio noćenja u radničkim, dječjim i omladinskim odmarališta iznosio je 54%;
- Godine 1951. broj ležajeva u radničkim odmarališima iznosio je 6 122, a 1971. godine čak 78 832, te 1985. godine 103 458 ležajeva.

Izrazita komercijalizacija turizma nastavila se u svim narednim razdobljima, uz stagnaciju i opadanje tijekom ratnih razdoblja koja su uslijedila. U procesu razvoja turizma, a koji traje i danas, socijalni turizam javlja se kao glavna akceleracijska sila. Pri tome on je počivao na uvjerenju da se putem turizma i putovanja unapređuje, pored ostaloga, društveni položaj građana.

Godine 1963. organizirana je Međunarodna organizacija socijalnog turizma (engl. *International Organization of Social Tourism* – IOST). Cilj njezina djelovanja je promicanje pristupa turizma za sve, a osobito siromašne i nemoćne. Ona za cilj ima

unaprijediti pristup turizmu ugroženim i isključenim socijalnim skupinama, a time potaknuti socijalno uključivanje, jednakost i komunikaciju.

Ista broji 140 nacionalnih organizacija koje imaju različite ciljeve, a među njima je najviše onih koje potječu iz Francuske, Italije, Kanade, Belgije, Velike Britanije i SAD-a. Upravo se ovim državama priznaje izniman angažman u poticanju socijalnog uključivanja i jednakosti među različitim socijalnim skupinama (Institut za turizam, 2014). Shodno načelima na kojima ova organizacija počiva, zaključuje se da socijalni turizam zapravo predstavlja jedno od osnovnih prava u procesu socijalnog uključivanja, koje danas biva imperativ suvremenoga društva.

5.2. Problematika socijalnog turizma u državama Europske unije

U svim državama Europske unije, u većoj se ili manjoj mjeri, provode aktivnosti socijalnog turizma. S istim je blisko povezana politika zapošljavanja, ali i osiguravanje minimalnih nadnica.

U suvremeno doba ova problematika na razini EU doživljava konkretne promjene. Naime, dok je nekad socijalni turizam bio namijenjen radnicima, danas se on sve više usmjerava prema nezaposlenima, samohranim roditeljima, mladim obiteljima i osobama s vrlo niskim primanjima (Knežević, 2015). Razlog tome je činjenica da zaposlene osobe danas podliježi takozvanom komercijalnom turizmu, pa je socijalni dobio nove korisnike.

U nastavku rada daje se prikaz potpora i načina financiranja u EU (Tablica 1.).

Tablica 1. Vrste potpora i način financiranja

Korisnici		Država koja financira
Vaučer za odmor		FR,HU,CH
Plaćeni odmor		AU, BE, DE
Subvencionirani odmor		Sve države EU
Potpomognute skupine	Obitelji	AT, BE, CH, DE, FI, FR, GB, HU, IE, SI
	Mladi	BE, DE, FR, IE, SI
	Seniori	BE, DE, ES, FI, FR, HU, IE
	Djeca	BE, FR, IE, SI
	Teški bolesnici	AT, BE, BG, CZ, DE, FR, HU, SI
	Zaposleni radnici	CH, FI, FR,, HU, RO
	Nezaposleni	FI, FR
	Osobe s niskom prihodima	BE, CH, FI
	Organizacija poslodavaca	AT, BE, DE, FR, FI
	Nac. osiguravajućća društva	AT, BE, FR, HU, DE, SI
Potpora dolazi od	Humanitarna organizacija	AT, BE, DE, FR, GB, SI
	Svrkve i ostale religijske org.	AT, BE, DE, FR, IE
	Privatne organizacije	AT, BE, DE, FR, IE, RO

Izvor: Izrada autora prema: Knežević, M. (2015.) Socijalni turizam kao ekonomska i socijalna kategorija – nekoliko elemenata razvoja. Acta economica et turistica. Vol. 1. No. 1. Str. 59.-76.

Važno je istaknuti da je sustav potpora i socijalnog turizma u EU značajno opsežniji, a navedena tablica čini tek njegov dio. Na razini EU generalno, najugroženija skupina korisnika su obitelji, kao tradicionalna jedinica potpora. S druge strane, zaposlenici kao korisnici zastupljeni su tek u pojedinim državama, kao i nezaposleni i osobe s niskim prihodima.

Programi provedbe potpora vrlo su raznoliki, kada je riječ o socijalnom turizmu Eu. Švicarska i Francuska na primjer imaju visoko centralizirane sustave, a realiziraju velike projekte u ovome području. Ostale države poput Slovenije i Hrvatske provode manje projekte u ovu svrhu, a rezultat je to njihovih obilježja i realnih mogućnosti država.

Neki od projekata na primjeru pojedinih država slijede u nastavku (Tablica 2.).

Tablica 2. Projekti potpore socijalnom turizmu u državama Europske unije

Socijalni turizam	Korisnici
AT – Obiteljski odmor, Subvencije za odmor	Obitelji
BE – Dostupni turizam, Turizam za sve	Obitelji, djeca, mladi, osobe s invaliditetom, stariji građani, pojedinici s nižim prihodima
BG – Podupirajući turizam	Osobe s invaliditetom
CH – Reka čekovi, Reka kartice, Reka željeznički odmor, Reka obiteljski odmor, Reka potpore za odmor, Reka odmor za mamu i slično	Radnici, obitlji, samohrani roditelji, osobe s niskim prihodima
CZ – Odmor za sve	Osobe s invaliditetom
DE – Turizam za sve, sibvencije za odmor	Obitelji, mladi, seniori, osobe s invaliditetom
ES- Odmor za seniore, Europski program za turizam seniora	Seniori
FI – Obiteljski odmor, Odmor za oporavak, Odmor za ojačavanje obitelji, Tečajevi zaoporavak, Odmor za seniore, Aktivni odmor, Božićni praznici, Odmor za nezaposlene	Radnici, nezaposleni, obitelji, seniori, osobe s niskim primanjima, nezaposleni s obiteljima
FR – Odmor za seniore, Čekovi za odmor, Potpora projektima obiteljskog odmora, Financijska potpora odmoru, Informacijski Centar za socijalni turizam	Seniori, obitelji, djeca, mladi, osobe s invaliditetom, osobe s ozbiljnim oboljenjima, zaposleni s obiteljima, nezaposleni
GB – Obiteljski odmor	Obitelji
HU – Čekovi za odmor	Zaposleni s obiteljima, seniori, osobe s invaliditetom, pripravnici

Izvor: Izrada autora prema: Knežević, M. (2015.) Socijalni turizam kao ekonomska i socijalna kategorija – nekoliko elemenata razvoja. Acta economica et turistica. Vol. 1. No. 1. Str. 59.-76.

Svi ovi programi potpore ili svojevrsni projekti bivaju izravna podrška i generator pozitivnih učinaka u okviru razvoja socijalnog turizma, ali i brojnih gospodarskih te inih učinaka. U budućnosti se, uslijed daljnjeg razvoja socijalnog turizma, očekuje povećanje broja ovakvih i sličnih programa.

5.3. Kritički osvrt

Nakon provedenog istraživanja u svezi projekta CRO kartica, daje se zaključiti kako je isti usko povezan s razvojem i napretkom socijalnog turizma. Štoviše, moguće je govoriti o uvjetovanosti razvoja ovoga turizma putem provedbe spomenutog projekta. Prema tome, 2018. godine, kada se planira započeti s provedbom projekta CRO kartica u Hrvatskoj, očekuje se, pored ostalih pozitivnih učinaka, sve veće uključivanje lokalnog stanovništva u turističke tokove, kao i njihovo intenzivnije socijalno uključivanje.

Ovaj projekt namijenjen je zaposlenim osobama i njihovim obiteljima, a biva prilika za ovu skupinu stanovništva da godišnji odmor iskoriste u turističke svrhe i priušte si odmor i razonodu. Smatra se da je to jedno od osnovnih ljudskih prava, ali i potreba na koje bi svatko trebao imati priliku. To i jest vodeća ideja ovoga projekta, a proizlazi iz načela socijalnoga turizma.

Osim ovog razvojnog poticaja u kontekstu problematike socijalnog turizma, slične primjere moguće je pronaći i u ostalim državama Europske unije pa i šire. Svi oni za cilj imaju unapređenje spomenutih područja, smanjenje socijalnih nejednakosti i generiranje pozitivnih ekonomskih te inih učinaka.

Osim zaposlenima i njihovim obiteljima, ovakvi projekti namijenjeni su i ugroženim socijalnim skupinama poput samohranih roditelja, umirovljenika, mladih obitelji s djecom, osobama s invaliditetom i sličnima. Slijedom navedenoga, oni uvelike utječu na reduciranje socijalnih nejednakosti, poticanje ravnopravnosti i unapređenje ljudskih odnosa te razumijevanja.

Navedenim se još jednom potvrđuju integritet i ovisnost ovih pojmova u praksi, a u budućnosti se očekuje sve učestalija i intenzivnija provedba ovakvih te sličnih projekata. Rezultat je to sve veće brige o globalnom društvu, ugroženim skupinama i ljudskim pravima.

6. ZAKLJUČAK

Problematika projekta CRO kartica i njegova doprinosa turizmu te društvu analizira se integrirano s pojmom socijalnog turizma. Razlog tome očituje se u jednakim načelima na kojima se zasnivaju ovi pojmovi, kao i njihovoj međusobnoj uvjetovanosti. Prema tome, može se zaključiti kako projekt CRO kartica, ali i slični projekti, proizlaze iz sve intenzivnije suvremene misli u svezi razvoja i važnosti socijalnog turizma.

Socijalnim se turizmom bave brojni dionici i istraživači. Pri tome se podjednako misli na ekonomiste, sociologe i ostale stručnjake, te vlade, organizacije, poslovne subjekte, udruge i redom dalje. Upravo zbog toga, može se tvrditi da njegov značaj u suvremeno doba raste. Nekada je ovaj pojam ili oblik turizma bio isključivo namijenjen radnicima, a nastaje nakon identificiranja i uvođenja prava radnika te njihovih obitelji na plaćeni odmor. Ova ideja polučila je pozitivne učinke u okviru motivacije i zadovoljstva zaposlenika te njihovih obitelji, ali i čitav niz ekonomskih te inih učinaka.

Socijalni turizam, pored svega navedenog, potiče jednakost među ljudima i socijalno uključivanje. Dio je to vizije razvoja Europske unije, koja je sadržana i razrađena u okviru Strategije Europa 2020. Slijedom navedenog, socijalni turizam jedna je od najznačajnijih socijalnih i ekonomskih kategorija na ovome području, a to potvrđuje i opsežan sustav potpora koji proizlazi iz onih pojedinačnih na strani svake države članice.

S ciljem uspješnije provedbe postavljenih ciljeva u okviru Strategije Europa 2020, ali i nacionalnih strategija razvoja njezinih država članica, sve se intenzivnije provode brojni projekti. Među njima treba spomenuti upravo projekt CRO kartica u Hrvatskoj ili Szep kartica u Mađarskoj te slične. Osim što ovi projekti potiču realizaciju i unapređenje pozitivnih ekonomskih učinaka, oni se pozitivno odražavaju i na socijalnu sferu. Prvenstveno su namijenjeni zaposlenima i njihovim obiteljima koji putem provedbe ovih projekata, imaju mogućnost uključivanja u turističke tokove, provedbe godišnjih odmora na putovanju i uživanja u razonodi te ostalim

aktivnostima. Vjeruje se da se na taj način doprinosi ispunjenju osnovnih ljudskih prava.

Danas se na razini zemalja Europske unije provode sve učestaliji projekti koji potiču pravo svih građana na odmor, a posebice onih najugroženijih. Pri tome se misli na oboljele, osobe s invaliditetom, mlade obitelji s djecom, samohrane roditelje i slične skupine. Ovisno o obilježjima i mogućnostima država, one imaju razvijenije ili manje razvijene sustave potpora, no u budućnosti se očekuje sve veći anagažman u ovome području. Razlog tome argumentira se sve ozbiljnijim međunarodnim fokusom ka socijalnim pravima, smanjenju diskriminacije i socijalnom uključivanju svih skupina društva.

LITERATURA

Knjige:

1. Grandits, H., Taylor, K. (2010.) Yugoslavia's Sunny Side - A History of Tourism in Socialism (1950s–1980s). Budapest-New York: Central European University Press.

Članci:

1. Dragan, C. (2015.) Employees stimulation policies from accounting and fiscal perspective. Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series . Vol. 1. Str. 150.-156.
2. Drljača, B. (2012.) Koncept održivog razvoja i sustav upravljanja. Hrvatska znanstvena biografija. Vol. 1. No. 1-2. Str. 20.-26. i 110.
3. Goodal, B. (1987.) Tourism and Regional Development. Built Environment. Vol. 13. No. 2. Str. 68.-72.
4. Knežević, M. (2015.) Socijalni turizam kao ekonomska i socijalna kategorija – nekoliko elemenata razvoja. Acta economica et turistica. Vol. 1. No. 1. Str. 59.-76.

Internet izvori:

1. Filipović, L. (2017.) Hoće li stvarno svaki zaposleni dobiti 10 000 kuna za godišnji odmor? Dostupno na: https://www.tportal.hr/biznis/clanak/hoce-li-stvarno-svaki-zaposleni-dobiti-10-000-kuna-za-godisnji-odmor-20161121. Datum posjete: 23.06.2017.
2. Hrvatska izvještajna novinska agencija (2016.) Vaučer za smještaj, hranu...Ministarstvo razrađuje nekoliko modela kartica za domaće turiste. Dostupno na: http://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/vaucer-za-smjestaj-hranu...-ministarstvo-razraduje-nekoliko-modela-kartica-za-domace-turiste/4662443/. Datum posjete: 23.06.2017.

3. Hrvatska radiotelevizija (2016.) Uvode sekartice s pogodnostima za domaće turiste. Dostupno na: http://vijesti.hrt.hr/332684/kliman-za-kartice-s-pogodnostima-za-domace-turiste. Datum posjete: 24.06.2017.
4. Institut za turizam (2014.) Nacionalni program razvoja socijalnog turizma – turizam za sve. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/151014_akcijski_socijalni.pdf. Datum posjete: 11.07.2017.
5. Keszthelyi, C. (2015.) Szep card spending on domestic tourism hits HUF 14 bln. Dostupno na: https://bbj.hu/economy/szep-card-spending-on-domestic-tourism-hits-huf-14-bln_101960. Datum posjete: 24.06.2017.
6. Ministarstvo turizma (2013.) Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf. Datum posjete: 22.06.2017.
7. Ministarstvo turizma (2016.) Turizam u brojkama 2015. Dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/TUB2015HR.pdf. Datum posjete: 11.07.2017.
8. Poslovni dnevnik (2017.) Dijeli se 80 000 vaučera za odmor u Srbiji. Dotupno na: http://www.poslovni.hr/svijet-i-regija/dijeli-se-80000-vaucera-za-odmor-u-srbiji-329027. Datum posjete: 24.06.2017.
9. Poslovni dnevnik (2017.) Vaučer. Dostupno na: http://www.poslovni.hr/leksikon/vaucer-1775. Datum posjete: 23.06.2017.
10. Poslovni savjetnik (2017.) CRO Card ne pripada ni Vladi ni Mariću... Zvonimir Draženović je prodaje već pola godine. Dostupno na: http://www.poslovni-savjetnik.com/aktualno/cro-card-ne-pripada-ni-vladi-ni-maricu-zvonimir-drazenovic-ju-prodaje-vec-pola-godine. Datum posjete: 23.06.2017.
11. Savić, B. (2016.) Zbog kartice kakvu Kliman želi uvesti za domaće turiste, Europska unija je već tužila Mađarsku. Dostupno na: http://novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/Zbog-kartica-kakve-Kliman-zeli-uvesti-za-domace-turiste-Europska-komisija-vec-je-tuzila-Madare?meta_refresh=true. Datum posjete: 24.06.2017.)
12. See business travel and meatings (2017.) Što su to incentive putovanja? Dostupno na: http://www.seebtm.com/sta-su-to-incentive-putovanja/. Datum posjete: 24.06.2017.

13. Vaučeri Srbija (2017.) Kako do vaučera. Dostupno na: http://www.vaucerisrbija.com/kako-do-vaucera. Datum posjete: 24.06.2017.

POPIS SLIKA

Slika 1. Okviri vizije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine 4
Slika 2. CRO kartica 12
Slika 3. Mađarska Szep kartica 21

POPIS GRAFOVA

Graf 1. Sezonalnost hrvatskog turizma 2001.-2015. godine (% u ukupnim noćenjima) 5
Graf 2. Regionalna struktura turističkih dolazaka 2001.-2015. godine (% u ukupnim dolascima) 6
Graf 3. Regionalna struktura turističkih noćenja 2001.-2015. godine (% u ukupnim noćenjima) 7

POPIS TABLICA

Tablica 1. Vrste potpora i način financiranja 28
Tablica 2. Projekti potpore socijalnom turizmu u državama Europske unije 29

SAŽETAK

Socijalni se turizam ne javlja kao novina suvremenoga doba i društva. On postoji već duže razdoblje, no u današnjici se sagleda na širi način od nekadašnjeg. Nekada je on bio namijenjen zaposlenima i njihovim obiteljima, a danas biva pravo svih građana neke države. Pri tome se identificiraju nove skupine korisnika, kao što su osobe s invaliditetom, oboljele osobe, mlade obitelji s djecom ili nezaposleni.

Ova problematika osobito je zastupljena na razini Europske unije, a time i Republike Hrvatske. U svrhu značajnijeg razvoja ovoga turizma, sve države Europske unije uspostavile su i razvijaju sustav potpora ovoga karaktera, a u tu svrhu provode i konkretne projekte. Jedan od takvih je i projekt CRO kartica u Hrvatskoj s kojim se namjerava započeti iduće godine. Riječ je o turističkim vaučerima koji će se dodijeljivati zaposlenim osobama u svrhu putovanja.

Socijalni turizam polučuje brojne pozitivne učinke, a oni se mogu razmatrati s različitih aspekata. Pri tome se misli na ekonomske učinke, unapređenje zadovoljstva zaposlenika i ostalih skupina, poticanje motivacije te veće učinkovitosti rada, unapređenje pitanja socijalnog uključivanja, promicanje jednakosti među ljudima i slično.

Ključne riječi: socijalni turizam, suvremeno doba, sustav potpora, Europska unija, Hrvatska, CRO kartice, učinci

SUMMARY

Social tourism is not a novelty of contemporary times and society. It has existed for a long time, but today is seen in some wider sense than before. It the past, it was intended for employees and their families, but today is the right of all citizens of some state. Due that, today is important to identify some new groups of users, such as persons with disabilities, ill persons, young families with children or unemployed are identified.

This issue is particularly represented at the level of the European Union, as well as in the Republic of Croatia. For the purpose of the significant development of this tourism, all the countries of the EU have established and developed a support system of this nature. Although, in this purpose all of them are implementing specific projects. One of them is the CRO card project in Croatia which should start next year. It is a tourist voucher that will be assigned to employees for travel purposes.

Social tourism has many positive effects and they can be considered from different aspects. This involves thinking about the economic effects, improving employee satisfaction and other groups, encouraging motivation and greater efficiency of work, promoting social inclusion issues, promoting equality among people and the like.

Key words: social tourism, contemporary times, support system, European Union, Croatia, CRO card, effects