Uloga države u razvoju turizma

Sošić Blažević, Edita

Master's thesis / Diplomski rad

2015

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:137:175363

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula





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

EDITA SOŠIĆ BLAŽEVIĆ

ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA

Diplomski rad

Pula, 2015.

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

EDITA SOŠIĆ BLAŽEVIĆ

ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA

Diplomski rad

JMBAG:0303027144, izvanredna studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Upravljanje razvojem turizma

Mentor: doc.dr.sc. Kristina Afrić Rakitovac

Pula, srpanj 2015.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. TURIZAM I RAZVOJ 3

2.1. POJAM RAZVOJA TURIZMA 3

2.2. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA RAZVOJ TURIZMA 5

2.3. PLANIRANJE RAZVOJA TURIZMA 6

2.3.1. Razine planiranja 8

2.3.2. Nacionalna razina planiranja turizma 9

3. VAŽNOST TURIZMA ZA NACIONALNO GOSPODARSTVO 11

3.1. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA 11

3.2. NEEKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA 14

3.3. MJERENJE EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA 15

4. ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA 18

4.1. ULOGA DRŽAVE U EKONOMSKOM PROCESU 18

4.2. TURISTIČKA POLITIKA - POJAM, CILJEVI I MJERE 19

4.3. KONKURENTNOST DRŽAVE U TURIZMU 22

4.3.1. Definicija konkurentnosti u turizmu 22

4.3.2. Porterov model dijamanta 24

4.3.3. Indeks turističke konkurentnosti 25

4.4. TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ 29

5. ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA NA PRIMJERU RH 31

5.1. OBILJEŽJA I UČINCI HRVATSKOG TURIZMA 31

5.2. NOSITELJI DJELOVANJA TURISTIČKE POLITIKE 37

5.2.1. Ministarstvo turizma 40

5.2.2. Hrvatska turistička zajednica 41

5.3. ZAKONODAVNI OKVIR 44

5.3.1. Strategija razvoja turizma RH od 2014.-2020. 51
5.3.2. Strateški dokumenti održivog razvoja i turizam 57
5.4. KONKURENTNOST HRVATSKOG TURIZMA 60
5.5. MJERE ZA JAČANJE KONKURENTNOSTI 64
5.5.1. Program konkurentnosti turističkog gospodarstva 64
5.5.2. Fond za razvoj turizma 66
5.5.3. Ostali poticaji i potpore 68
5.6. INTERPRETACIJA REZULTATA PROVEDENE ANALIZE 71
6. ZAKLJUČAK 73
LITERATURA 76
POPIS TABLICA 79
POPIS SLIKA 79
SAŽETAK 80
SUMMARY 82

1. UVOD

Turizam je prema procjenama rastuća pojava te se slijedom toga šire ekonomski i neekonomski utjecaji koji ne mogu biti prepušteni samo tržišnim silama. Stoga je veoma važna intervencija države posebno u usmjeravanju razvoja i stvaranju poticajnog okruženja za razvoj turizma.

Budući da turizam generira znatne koristi za nacionalno gospodarstvo, država intervenira kako bi se koristi od turizma povećale, a potencijalni problemi smanjili, odnosno ublažili.

Tema ovog rada je „Uloga države u razvoju turizma“, dok je cilj obraditi i prikazati razloge državne intervencije u turizmu, instrumente turističke politike te sustav upravljanja turizmom, s posebnim naglaskom na ulogu države u razvoju turizma Republike Hrvatske.

Temeljna hipoteza ovog rada je da država ima važnu ulogu u razvoju turizma, te da svojim instrumentima i mjerama utječe na konkurentnost zemlje kao turističke destinacije.

Temeljna hipoteza raščlanjena je na nekoliko podhipoteza:

- Razvoj turizma je pod raznim utjecajima stoga je važno pažljivo planiranje kojim se isti svjesno i usklađeno usmjerava
- Država može i mora sudjelovati u upravljanju razvojem turizma
- Turistička politika bitna je odrednica koja određuje konkurentnost pojedine zemlje
- Hrvatska mora provoditi aktivnu turističku politiku kojom će stvoriti poticajno okruženje za razvoj turizma kao i učinkoviti sustav upravljanja turizmom te time povećati svoju konkurentnost
- Potpore javnog sektora (Ministarstva turizma i Hrvatske turističke zajednice) valjane su inicijative i poticaji kojima će se povećati atraktivnost i konkurentnost destinacije

Prilikom pisanja ovog rada korištenje su metode istraživanja poput metode deskripcije radi pojašnjavanja pojedinih pojmova i činjenica, metoda komparacije, analize, sinteze, te prikupljanja i obrade statističkih podataka.

Rad se sastoji od šest dijelova. Prvi dio sastoji se od uvoda i postavljanja hipoteze. Slijedi poglavlje koje obrađuje pojam razvoja turizma, objašnjava utjecaj globalizacije na turizam

kao i potrebu planiranja razvoja turizma sa posebnim osvrtom na nacionalnu razinu planiranja budući se isto odnosi na planiranje na razini države kao destinacije.

U trećem dijelu iznijete su ekonomske funkcije turizma bez kojih turizam ne bi mogao egzistirati, načini kojima mjerimo učinke, odnosno doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu te društvene funkcije turizma.

Četvrti dio obrađuje temu kroz detaljnije objašnjenje uloge države u ekonomskom procesu, definira pojam turističke politike te konkurentnosti u turizmu budući da turistička politika određuje konkurentnost pojedine destinacije. Ujedno je obrađen Porterov dijamant kao model pojašnjenja konkurentnosti države kao turističke destinacije te Indeks turističke konkurentnosti – istraživanje Svjetskog ekonomskog foruma. Primjena koncepta održivog razvoja preduvjet je opstanka i daljnjeg razvoja turizma te je stoga zasebno obrađen u ovom poglavlju.

U petom dijelu prikazan je hrvatski turizam kroz svoja obilježja i pokazatelje, nositelje turističke politike, zakonodavni okvir sa strateškim dokumentima te su kroz komparaciju podataka iznijete prednosti i nedostaci po pitanju konkurentnosti Hrvatske kao turističke destinacije. Također su prikazani programi koje provode državna tijela i organizacije u cilju jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma.

U posljednjem dijelu iznijeti su zaključci na temelju prikazane analize.

2. TURIZAM I RAZVOJ

2.1. POJAM RAZVOJA TURIZMA

Razvoj nije samo ekonomski pojam, nego označava i pozitivnu promjenu neke društvene, gospodarske, političke ili druge pojave, pa se smatra širim pojmom od rasta.[1]

Navedeno vrijedi i za turizam za kojeg možemo reći da je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih društveno-ekonomskih pojava novijeg doba. Isti obuhvaća splet pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja, a u svojoj realizaciji zadire ne samo na ekonomski, već i ekološki, socijalni te kulturni aspekt života.

Bitne odrednice koje utječu na razvoj turizma su: globalizacija, socio-demografske promjene, ekologija, kadrovi, turistička politika tržište, tehnologija, te gospodarska kretanja.[2]

Razvoj turizma treba osigurati zadovoljenje turističkih potreba za koje možemo reći da čine ishodište turističke aktivnosti. Stoga je od iznimne važnosti sposobnost prilagodbe turističke ponude zahtjevima suvremenih turista. Destinacije, odnosno zemlje koje ne slijede globalne turističke trendove susreću se sa nizom problema što ograničava proces razvoja.

Turizam se ne može razvijati ukoliko prethodno nije dostignut opći stupanj razvijenosti sredine u kojoj se odvija turistički promet. Tu se misli na brojne aktivnosti i sadržaje, ali i na činjenicu da turizam nije moguće razvijati ako se taj razvoj temelji samo na uvozu. Važno je da primarni sektor privređivanja proizvodi za zadovoljenje potreba turista kao i lokalnog stanovništva. U protivnom dolazi do odljeva novaca iz turističke zemlje. Nedvojbeno možemo zaključiti da razvoj turizma ovisi o društveno-ekonomskom okruženju pri čemu je uloga države važna.

Državna intervencija ogleda se u usmjeravanju razvoja turizma, stvaranjem poticajnog institucionalnog okruženja, osiguravanju potrebne javne infrastrukture, te kroz aktivno provođenje turističke politike. Obzirom na ekonomske učinke koje turizam može generirati, te imajući u vidu i negativne efekte razvoja turizma koji se mogu manifestirati kroz ekološke, kulturne i društvene utjecaje, razvoj se ne može prepustiti tržišnim silama već je potrebna i

[1] Bartolucci, M. (2013.) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Školska knjiga d.d., Zagreb, str. 23.
[2] Dulčić, A. i Petrić, L. (2001.) *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str. 34.

ključna uloga države. Stoga je nužno detaljnije analizirati njezinu ulogu u poticanju razvoja turizma, što je predmet ovog rada.

Suvremena politika razvoja turizma predstavlja izbor optimalne razvojne varijante za pojedinu destinaciju. Navedeno govori u prilog tome da se razvoj treba planirati, kontrolirati, odnosno razvojem se treba upravljati.[3]

Pojam razvoja turizma sadrži ciljeve prema kojima se ovim razvojem treba težiti, a isti je u konačnici podređen općem razvojnom cilju pojedine zemlje. Usmjeravanje razvoja turizma u željenom pravcu pretpostavlja odabir odgovarajuće dugoročne strateške orijentacije, pri čemu je potrebno pratiti trendove i suvremene promjene na turističkom tržištu. Država u tom smislu također treba nastojati pružiti odgovarajuću statističku podlogu za praćenje turističkih kretanja i učinaka.

Prema procjenama Svjetske turističke organizacije (engl. *World Tourism Organization*, WTO) o globalnoj turističkoj perspektivi do 2020. godine (*Tourism 2020 Vision*) predviđa se 1,6 mlrd. međunarodnih dolazaka širom svijeta, po stopi rasta od 4,1% prosječno godišnje. Europa će i dalje ostati vodeća svjetska receptivna turistička regija iako će njezina prosječna stopa rasta iznositi 3,1%, odnosno njezin će udio na svjetskom turističkom tržištu sa 59% pasti na 47%.[4]

Tabela 1: Udio turističkih regija po dolascima - predviđanja za 2020. godinu

	Dolasci (u milijunima)		Tržišni udio (%)	Prosječni godišnji rast (%)
	2010.	2020.	2020.	1995.2020.
Svijet	1006	1561	100	4,1
Afrika	47	77	5,0	5,5
Amerika	190	282	18,1	3,8
Azija i Pacifik	195	397	25,4	6,5
Europa	527	717	45,9	3,1
Bliski Istok	36	69	4,4	6,7
Južna Azija	11	19	1,2	6,2

Izvor: UNWTO *Tourism 2020 Vision*, http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm, 7.5.2015.

[3] Vukonić B. i Keča K. (2001.) *Turizam i razvoj*, Mikrorad d.o.o., Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, str. 123.
[4] Svjetska turistička organizacija (WTO), Tourism 2020 Vision, Volume 4, str. 11, www.unwto.org, 15.4.2015.

Obzirom da je pretpostavka razvoja određene pojave, pa tako i turizma rast, ovi pokazatelji sugeriraju da će turistička kretanja i ubuduće rasti, te ove procjene mogu biti od koristi svim turističkim destinacijama (postojećim i novim) koje se žele razvijati i opstati na turističkom tržištu.

2.2. UTJECAJ GLOBALIZACIJE NA RAZVOJ TURIZMA

Suvremeni ekonomski razvoj pod utjecajem je globalizacijskih procesa koji se reflektiraju na sve dijelove svjetske ekonomije. Prednosti globalizacijskih procesa, kada je riječ o turizmu, ponajprije se reflektiraju u razvijenim turističkim destinacijama koje su uspjele ukloniti državne barijere te se time prilagodile novim tržišnim uvjetima. Za zemlje u razvoju i nove destinacije koje se pojavljuju na turističkom tržištu važno je prilagođavanje zahtjevima globalizacijskih procesa kako bi mogle konkurirati na tržištu.

Glavni učinci koji proizlaze iz utjecaja globalizacije na turizam jesu:[5]

1. Nagli porast potencijalne turističke potražnje za brojnim destinacijama, pri čemu se mora naglasiti da potrošače željne iskustva ne privlače samo obližnje destinacije nego cijeli svijet postaje potencijalno odredište,
2. Konkurencija između turističkih destinacija postala je izrazito jaka, i sve više destinacija natječe se na tržištu bazirajući svoju konkurentnost na zahtjevima potencijalnih potrošača,
3. Mala i srednja poduzeća moraju se boriti za opstanak na turističkom tržištu, koje sve više osvajaju velike globalizirane korporacije,
4. Naglasak na uvođenje inovacija, specijalizaciju i na veću kvalitetu proizvoda i usluga,
5. Povećanje potrebe za dodatnim kapitalom radi financiranja neophodnih investicija za buduće ciljeve i ostvarenja da bi ostali konkurentni na tržištu,
6. Problemi za razvijene turističke destinacije koji proizlaze iz odnosa sa dobavljačima, koji često nisu heterogeni i ne primjenjuju standarde kvalitete.

[5] Pavlić. I. (2004.) *Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi*, Naše more, Vol. 51, br. 5-6, str. 225.

Pozicioniranje na svjetskom tržištu i uključivanje u međunarodne tokove roba, usluga i kapitala preduvjeti su za ekonomski rast i razvoj svake države. Svaka država nastoji iskoristiti svoje komparativne prednosti, transformirajući ih u konkurentske prednosti kako bi maksimizirala koristi i ostvarila pozitivne učinke nacionalnog gospodarstva.
Stoga će uključivanje pojedine destinacije u suvremene procese u turizmu ovisiti o procjeni vlastite razine mogućnosti kao i savladavanje problema na tom putu.

Države koje rade na razvoju svog turističkog sektora moraju razmotriti utjecaje globalizacije i globalnih trendova u turizmu kako bi osigurale da se njihova turistička perspektiva uklapa u međunarodnu turističku perspektivu.

2.3. PLANIRANJE RAZVOJA TURIZMA

Razvoj turizma nije moguć bez utjecaja na okolinu, kulturu, socijalnu strukturu i gospodarstvo. Kako bi se negativni utjecaji sveli na minimum, a pozitivni poticali, potrebno je planiranjem upravljati turističkim, ali i ukupnim razvojem destinacije. Planiranjem se svjesno i usklađeno usmjerava razvoj, a specifičnost planiranja u turizmu proizlazi iz njegove kompleksnosti i složenosti. Posebno je važno istaknuti da u svrhu zadovoljenja turističkih potreba sudjeluje niz djelatnosti i subjekata koji čine turističku ponudu. Zaostajanje u razvoju bilo kojeg sudionika u ponudi, dovelo bi u pitanje efikasnost djelovanja ponude kao cjeline.

Potreba za planiranjem u turizmu nastaje posebice zbog ekspanzije turizma 70-tih godina kada se ustvrdilo da turizam donosi ne samo koristi već da može izazvati i određene štetne posljedice. Prema Inskeepu, razlozi planiranja turizma jesu:[6]

- Suvremeni turizam je naziv za relativno novi oblik turističkih aktivnosti u mnogim područjima te pojedine države i privatni sektor u njima nemaju iskustva i znanja kako razvijati turizam. Turistički plan i razvojni program može dati smjernice razvoja tog sektora.
- Turizam je komplicirana, multisektorska i fragmentirana aktivnost. Koordinacija plana i projekta razvoja izuzetno je potrebna kako bi se osiguralo da svi elementi budu razvijeni na integrirani način kao bi služili turizmu kao i općim potrebama.

[6] Vukonić B. i Keča K., *op. cit.* str. 200

- Turistički proizvod je proizvod doživljaja što ga svaki turist kreira u turističkoj destinaciji koristeći turističke usluge i atraktivnosti. Planiranjem se mora postići podudarnost između određenog turističkog tržišta i turističkog proizvoda, a da se pri tome ne kompromitiraju okoliš i sociokulturni ciljevi.
- Turizam može donijeti brojne direktne i indirektne ekonomske koristi koje se mogu optimalizirati pažljivim integralnim planiranjem. Bez planiranja te koristi nije moguće potpuno realizirati i mogu nastupiti ekonomski problemi.
- Turizam može generirati sociokulturne koristi, ali i probleme. Planiranje može poslužiti kao proces optimalizacije koristi i ublažavanja poteškoća pogotovo kod određivanja razvojne politike koja eliminira takve probleme.
- Razvoj turističkih aktivnosti, infrastrukture i općenito turističkih kretanja ima pozitivne i negativne utjecaje na fizičko okruženje. Pažljivim planiranjem uspostavlja se tip i veličina turizma koja neće rezultirati degradacijom okoliša već će, upravo suprotno, turizam biti u službi očuvanja okoliša.
- Danas se ne govori o bilo kakvom razvoju već o održivom razvoju. Odgovarajući tip planiranja može osigurati da se prirodnim i kulturnim resursima upravlja na odgovarajući način te da ne budu degradirani ili uništeni.
- Kao svaki oblik suvremeni razvoj, turizam s vremenom mijenja oblike ovisno o promjenama na tržištima i novonastalim okolnostima. Planiranjem se može podignuti i revitalizirati razvoj određenih područja ili razviti sasvim nova.
- Turistički razvoj zahtjeva odgovarajuću sposobnost radne snage koja mora imati određenu razinu obrazovanja, pa i to treba planirati.
- Postizanje kontroliranog turističkog razvoja zahtjeva odgovarajuću organizacijsku strukturu, marketinšku strategiju i promotivne programe, zakonodavstvo i propise te fiskalne mjere koje u integralnom planskom procesu mogu biti bliže turističkoj politici i razvoju.
- Planiranje daje razumne temelje za upravljanje razvojem i programiranje projekata koji su jednako važni za privatni i javni sektor i na temelju kojih ovi sektori izrađuju svoje investicijske planove.

Planiranje u turizmu je instrument ekonomske politike ili, preciznije rečeno, ono je instrument razvojne politike kao podvrste ekonomske politike.[7] Budući je razvojna politika u turizmu podsustav opće razvojne politike, što proizlazi iz činjenice da je turizam složen od brojnih

[7] Ibid, str. 199.

djelatnosti, tako se i turistička politika sastoji od mnogih djelomičnih razvojnih politika tih djelatnosti. Navedeno upućuje da razvojna politika u turizmu mora biti integralna, odnosno da se ista sastoji od svih djelomičnih politika pojedinih sudionika u razvoju turizma.

Turizam zahtjeva integralno planiranje kako bi se postigla određena ravnoteža ponude i potražnje, gdje će potražnja zadovoljiti svoje potrebe, a ponuda djelovati efikasno i postizati gospodarske i društvene koristi.

2.3.1. Razine planiranja

Planiranje u turizmu odvija se na svim razinama, od makro razine do lokalne pri čemu se moraju uzeti u obzir specifičnosti i posebnosti planiranja na određenim razinama koje su povezane sa različitim ciljevima.

Turistička destinacija može obuhvatiti područje više zemalja, regija, kao i područje jedne države, regije ili mjesta. Stoga se i planiranje razvoja turizma dijeli na različite razine[8]:

- Internacionalna razina planiranja,
- Međuregionalna i/ili međudržavna razina planiranja,
- Nacionalna razina planiranja
- Regionalna razina planiranja,
- Lokalna razina planiranja.

Internacionalna razina planiranja provodi se na razini međunarodnih organizacija, posebno se tu misli na Svjetsku turističku organizaciju, a obuhvaća smjernice, standarde koji služe državama članicama u kreiranju turističke politike ili uspostavi međusobne suradnje.

Međuregionalna ili međudržavna razina planiranja obuhvaća suradnju, odnosno planiranje dviju ili više graničnih regija ili država s osnova pojedinih aspekata ili elemenata kao što je primjerice zajednički marketinški i promotivni nastup.[9]

Nacionalna razina planiranja obuhvaća nacionalnu turističku politiku, ali i ostale razvojne planove koji posredno obuhvaćaju turizam, kao što su primjerice obrazovanje, infrastruktura itd.

[8] Petrić L. (2011.) *Upravljanje turističkom destinacijom*, Ekonomski fakultet, Split, str. 40.
[9] Ibid, str. 41.

Regionalna razina planiranja usmjerena je na iste elemente ko i nacionalna, ali je riječ o nižoj planskoj razini.

Lokalna razina planiranja može obuhvatiti pojedine lokalitete, gradove, naselja, ruralna područja itd.

S obzirom na temu rada, u nastavku se detaljnije opisuje nacionalna razina planiranja.

2.3.2. Nacionalna razina planiranja turizma

Planiranje razvoja turizma na nacionalnoj razini provodi se u skladu sa općim razvojnim ciljevima pri čemu je moguće donositi planove koji se direktno odnose na turizam, ali i obuhvatiti turizam posredno u raznim razvojnim planovima.

Turističko planiranje na razni države kao destinacije obuhvaća sljedeće elemente:[10]

- Fizički prostorni plan kao najznačajniji aspekt razvojnog planiranja, a koji uključuje identifikaciju glavnih turističkih atrakcija, označavanje turističkih razvojnih regija, međunarodne prometne mreže i objekte, važne infrastrukturne objekte, ukupan broj, vrstu i kvalitetu objekata za smještaj te ostalih turističkih objekata i usluga, glavne turističke rute u zemlji i njihove regionalne veze,
- Turističku organizacijsku strukturu,
- Mjere turističke politike,
- Planove i programe školovanja i obuke kadrova,
- Potencijalne sociokulturne, ekološke i ekonomske implikacije i utjecaje turističkog razvoja te
- Tehnike implementacije na nacionalnoj razini uključujući kratkoročne razvojne strategije i projekte.

Obzirom da je osnovni resurs za razvoj turizma prostor, posebnu pažnju valja posvetiti prostornom planiranju kako bi se isti racionalno koristio imajući u vidu načela održivosti.

[10] Ibid, str. 42.

U tom smislu, na nacionalnoj razini donose se prostorni planovi kojima se definira način korištenja prostora i planovi zaštite okoliša, odnosno propisi kojima se reguliraju procedure i uvjeti donošenja prostornih dokumenata na nižim razinama.

Gospodarenje prostorom predstavlja važan segment razvoja turizma (ali i ostalih djelatnosti), stoga je uloga politike gospodarenja prostorom da sačuva prirodne ljepote, osobitosti i prednosti destinacije te da spriječi devastaciju, zagađivanje prostora. Svaka nova izgradnja ili promjena u prostoru zahtjeva uvažavanje i primjenu najviših standarda očuvanja i zaštite okoliša. Na taj se način nadzire razvoj i korištenje resursne osnove te usmjerava razvoj u željenom smjeru vodeći računa o sadašnjim potrebama, ali i o potrebama budućih naraštaja.

3. VAŽNOST TURIZMA ZA NACIONALNO GOSPODARSTVO

Važnost turizma za nacionalno gospodarstvo proizlazi iz njegovih brojnih ekonomskih funkcija koje pridonose razvoju gospodarstva te ostvaruje koristi na svim razinama – nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj. Država izravno i neizravno utječe na poslovanje i rast gospodarstva, pa tako i turizma. Svojim djelovanjem, država može usmjeriti razvoj u željenom smjeru te pridonijeti ostvarenju značajnih pozitivnih učinaka koji proizlaze iz turističke potrošnje kao što su porast prihoda, porast zaposlenosti, porast investicija, povećanje izvoza i dr. Postojeća statistika turizma ne sagledava njegovu punu ekonomsku važnost i utjecaje zato što se turizam u nacionalnim računima ne iskazuje kao zaseban sektor. Turizam ne možemo svesti na jednu gospodarsku djelatnost već ga promatramo kao skup različitih djelatnosti. Bez obzira na poteškoće u mjerenju učinaka, turizam generira brojne pozitivne ekonomske učinke koji su detaljnije u nastavku obrazloženi.

3.1. EKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA

Pod ekonomskim funkcijama turizma podrazumijevamo djelovanja turizma koja su usmjerena na gospodarske ciljeve te rezultiraju gospodarskim učincima.

Među osnovne ekonomske učinke koji se ostvaruju razvojem turizma ubrajamo[11]:

- Aktiviranje turističkih potencijala,
- Omogućavanje turističkog privređivanja,
- Zapošljavanje prometnih kapaciteta,
- Zapošljavanje turističkih i drugih komplementarnih kapaciteta,
- Povećavanje zaposlenosti,
- Aktiviranje nerazvijenih područja,
- Povećavanje međunarodne razmjene rada i usluga,
- Poboljšavanje devizne bilance,
- Stimuliranje gospodarskih tokova među područjima i sudionicima turističkog procesa.

[11] Vukonić B. i Keča K., op. cit., str. 153.

Temeljne su ekonomske funkcije turizma multiplikativna s induciranim ekonomskim učincima, konverzijska i razvojna funkcija. Tim funkcijama treba dodati funkciju turizma u zapošljavanju i deviznu, odnosno izvoznu funkciju turizma s kojima su povezane funkcije uravnoteženja platne bilance i apsorpcijska funkcija.[12]

Multiplikativna funkcija turizma opisuje snagu turizma u multipliciranju dohotka ostvarenog u inicijalnoj fazi realizacije turističke potrošnje. Pod inicijalnom fazom potrošnje podrazumijevamo trenutak kada turist podmiri račun za bilo koji proizvod ili uslugu povezanu sa turističkim putovanjem, odnosno boravkom u nekoj turističkoj destinaciji. Plaćanjem turističkih usluga turist utječe na niz međusobno povezanih gospodarskih djelatnosti. Turistički multiplikator objašnjava kako potrošnja turista utječe na gospodarske, ali i društvene djelatnosti.

Ekonomski učinci na temelju multiplikacije novca su: izravni, neizravni i inducirani.[13] Izravni učinci su prihodi koje ostvaruju poduzetnici prodajom turističkih usluga, dok su neizravni učinci primjerice troškovi poduzetnika koji su povezani sa oblikovanjem turističke usluge.

Inducirani se učinci odnose na povećanje kupovne moći lokalne zajednice zahvaljujući turističkoj potrošnji na receptivnim područjima.

Dio novca troši se i na uvoznu komponentu turističke usluge ili proizvoda, dio ide na plaćanje poreza, a dio na štednju. Ove stavke utječu na smanjenje turističkog multiplikatora.

Induktivna funkcija razvila se iz multiplikativne funkcije turizma. Multiplikativni učinci turističke potrošnje mogu stvoriti potrebe za pokretanje nove i povećanje postojeće ponude u proizvodnji dobara i pružanju usluga te time doprinose intenzivnijem razvoju turističke ponude u određenoj destinaciji. Induktivna funkcija ovisi o porastu potražnje za određenom turističkom destinacijom te stupnju njezinog turističkog razvoja.

Konverzijska funkcija turizma je sposobnost turizma u pretvaranju negospodarskih resursa u gospodarske koji da nema turizma ili da nisu uključeni u ekonomske tokove ne bi ostvarivali prihode ili druge ekonomske učinke.[14]

[12] Baroluci M., op. cit., str. 37.
[13] Ibid, str. 38.
[14] Ibid, str. 44.

Kada se govori o konverzijskoj funkciji često se spominje i turistička renta. Primjer za turističku rentu bila bi diferencijacija cijena soba u hotelu pri čemu se soba sa pogledom na more naplaćuje više od sobe iz koje se pruža pogled na parking.

Razvojna funkcija turizma ogleda se u sposobnosti turizma da doprinese razvoju slabije razvijenih područja koja raspolažu kvalitetnim resursima (prirodni i drugi resursi), što se ostvaruje redistribucijom dohotka namijenjenog turističkoj potrošnji kao i redistribuciji kapitala. Najveća turistički emitivna područja svijeta su ujedno i gospodarski najrazvijenija (veliki gradovi), s visokim stupnjem urbanizacije i gustoćom naseljenosti pa se turistička kretanja većinom odvijaju na slabije razvijenim, manje urbaniziranim područjima. Posljedica toga je redistribucija dohotka, odnosno kupovne moći na globalnoj razini.

Funkcija zapošljavanja jedna je od najvažnijih funkcija turizma. Turizam je radno intenzivna aktivnost. Razlikujemo izravno i neizravno zapošljavanje. Pod izravnim podrazumijevamo zapošljavanje u temeljnim turističkim djelatnostima koje čine turistički sustav kao što su ugostiteljstvo, promet, turističke agencije, dok se neizravno zapošljavanje odnosi na zapošljavanje u povezanim djelatnostima čije su aktivnosti usmjerene u manjoj ili većoj mjeri na razvoj turizma (vodoopskrba, građevinarstvo, usluge informatičke potpore, financijskog poslovanja i dr.)

Funkcija uravnoteženja platne bilance je vrlo važna stabilizacijska funkcija turizma zbog toga što turizam svojim prihodima od inozemne potrošnje ublažava negativan učinak robne razmjene sa inozemstvom.

Apsorpcijska funkcija turizma očituje se u sposobnosti turizma u uravnoteženju robno-novčanih odnosa razvijenih gospodarstava, a nastaje kao rezultat međunarodnih turističkih kretanja.[15] Radi se o tome da u receptivnim zemljama dolazi do priljeva deviza, dok kod emitivnih zemalja dolazi do odljeva čime dolazi do redistribucije dohotka.

Sve ekonomske funkcije imaju dvije zajedničke osobine: turističku potrošnju kao zajednički materijalni izvor i utjecaj na dohodak kao direktan ili indirektan ekonomski učinak.

Iz obrazloženih ekonomskih funkcija razvidno je da turizam karakterizira njegova višestruka funkcionalnost.

[15] Ibid, str.46.

Pomoću ekonomskih funkcija turizam neposredno utječe na gospodarski razvoj receptivnih zemalja koje moraju voditi računa o ekonomskim funkcijama jer bez ekonomskih učinaka turizam ne bi mogao egzistirati. Međutim, pažnju treba posvetiti i društvenim funkcijama turizma na kojima se zasniva njegov razvoj.

3.2. NEEKONOMSKE FUNKCIJE TURIZMA

Neekonomske ili društvene funkcije turizma proizlaze iz različitih potreba koje pokreću ljude na putovanje u cilju zadovoljavanja tih potreba. Riječ je o potrebama za odmorom, rekreacijom, zabavom i dr., a koje nisu motivirane stjecanjem dohotka.

Navedeno proizlazi iz same definicije turizma kao skupa odnosa i pojava koji nastaju zbog putovanja i boravka posjetitelja u nekom mjestu, ako se tim boravkom ne zauzima stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.

U društvene funkcije turizma ubrajamo: zdravstvenu, rekreacijsku, kulturno-obrazovnu, političku i socijalnu funkciju.

Zdravstvena funkcija turizma – zdravlje je, povijesno gledano, jedan od najstarijih pokretača/motiva putovanja. Dok se nekad razvijao lječilišno kurativni turizam, danas je naglasak na preventivni zdravstveni turizam. Suvremeni turisti posjećuju razne specijalizirane objekte koji pružaju zdravstvene usluge pretežito radi preventive, a u svrhu poboljšanja zdravlja pri čemu je naglasak na rekreaciji, zdravoj prehrani i zdravom okruženju.

Turizam je postao sinonim rekreacije, kao što je rekreacija izvan domicila postala sinonim turizma.[16] Ova je funkcija posebno izražena u današnjem turizmu jer je danas jedan od glavnih motiva putovanja upravo rekreacija.

Kulturno-obrazovna funkcija turizma – omogućava čovjeku da upoznaje određene kulturne vrijednosti te možemo reći da turizam doprinosi povećanju opće naobrazbe i kulture ljudi. Ova funkcija turizma izravno utječe na održivi razvoj jer se zasniva na očuvanoj kulturnoj baštini te na kulturnim i obrazovnim sadržajima i aktivnostima.

[16] Ibid, str. 34.

Socijalna i politička funkcija pokazuju da turizam utječe na smanjivanje socijalnih razlika između pojedinih ljudskih skupina, klasa, naroda ili rasa.[17]

3.3. MJERENJE EKONOMSKIH UČINAKA TURIZMA

Doprinos turizma nacionalnom gospodarstvu, odnosno njegovi ekonomski učinci manifestiraju se na različite načine posebno kada je riječ o njihovoj veličini, strukturi i intenzitetu utjecaja na gospodarstvo. Obzirom na specifičnost turizma, kojeg je potrebno promatrati kao skup različitih djelatnosti koje određuje turistička potražnja, u praksi nailazimo na teškoće u mjerenju učinaka turizma. Stoga se učinci turizma ne mogu u potpunosti obuhvatiti te precizno kvantificirati i izračunati već se različitim pristupima i metodama dolazi do procijenjenih pokazatelja (podataka).

Za potrebe makroekonomske analize utjecaja turizma na gospodarstvo najčešće se koriste slijedeći pristupi u podjeli ekonomskih učinaka turizma:[18]

1. Podjela na fizičke i financijske - fizički se učinci odnose na kvantitativne pokazatelje kao što su primjerice broj ostvarenih noćenja, struktura potražnje prema zemljama iz kojih turisti dolaze, broj i struktura zaposlene radne snage, dok se financijski učinci odnose na vrijednosti kao što su udio turizma u BDP-u, prihodi od boravišne pristojbe, veličina i struktura turističke potrošnje i dr.
2. Podjela na izravne i neizravne – izravni učinci nastaju u inicijalnoj fazi gospodarski kretanja kao posljedica turističke potrošnje dok neizravni učinci nastaju kao lančana reakcija na ostvarene izravne učinke.
3. Podjela na pozitive i negativne učinke turizma
    - Pozitivni ekonomski učinci mogu biti: rast dohotka subjekata turističke ponude, rast bruto domaćeg proizvoda, rast javnih prihoda, rast kapitalnih ulaganja
    - Negativni ekonomski učinci turizma su: prekomjerna gospodarska ovisnost o turizmu, sezonalnost, rast cijena nekretnina na turistički receptivnim prostorima, odljev sredstava iz destinacije zbog uvoza roba i/ili plaćanja inozemne radne snage, rast društvenih troškova zbog razvoja turizma i dr.

[17] Vukonić B. i Keča K., op.cit., str. 170.
[18] Čavlek N., Bartoluci M., Kesar O. i suradnici (2011.) Turizam-ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, str. 318-320.

U okviru sustava turističke statistike nekoliko aspekata izravno utječe na nekonzistentnost statističkih pokazatelja[19]:

- razlike u motivima putovanja (poslovna putovanja, tranzitni putnici, shopping turizam, studijski boravak, sportaši)
- domaći ili inozemni turisti (domaći turisti na privremenom radu ili dvojno državljanstvo)
- anketna istraživanja (problem reprezentativnog uzorka, prostorni obuhvat i vremenski jaz, subjektivnost anketara)
- korištenje prijevoznim sredstvima (stupanj korištenja pojedinih prijevoznih sredstava; točan broj putnika poznat je u zračnom, brodskom, autobusnom i željezničkom prijevozu dok je statističko praćenje putnika koji dolaze osobnim automobilom znatno otežano)
- obuhvat turizma u nacionalnom gospodarstvu (uključenost ili neuključenost učinaka pojedinih djelatnosti u učinak turizma)
- tretman sive ekonomije.

Model TSA –WTTC[20] je metodologija kojom se utvrđuje doprinos sektora turizam i putovanja na ukupnu ekonomiju – nacionalni proizvod i zaposlenost.

Satelitski račun turizma je okvir za kvantificiranje veličine turizma u okviru nacionalnog računovodstva i međunarodno je prepoznat kao najbolji pristup za mjerenje ekonomskog značaja turizma.[21] Trebao bi pružiti što objektivniji prikaz važnosti turizma i njegovih učinaka u ukupnom nacionalnom gospodarstvu.

Turizam iziskuje primjenu posebne bilance kako bi dobila cjelovita slika njegovih ekonomskih učinaka.

Mjerenje izravnoga ekonomskog doprinosa turizma, koje je zasnovano na konceptu satelitskog računa turizma podrazumijeva utvrđivanje potražnje za proizvodima i uslugama

[19] Bosnić I. (2013.) *Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma*, prezentacija, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, www.vsmti.hr/hr, 10.5.2015.
[20] Svjetski savjet za putovanja i turizam – jedna od vodećih svjetskih udruga zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu, sa sjedištem u Londonu. Osnovan 1990.godine kao forum za vodeće stručnjake sa područja turizma i ugostiteljstva radi jačanja svijesti o utjecaju i važnosti sektora turizma i ugostiteljstva za gospodarstvo.
[21] Šutalo I., Ivandić N., Marušić Z. (2011.) *Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: Input-output model*, Ekonomski pregled, 62 (5-6), str. 270., www.iztzg.hr, 10.5.2015.

koji su povezani s turizmom, analizu ponude tih proizvoda u gospodarstvu te utvrđivanje odnosa ponude i ostalih ekonomskih aktivnosti.

TSA mjeri: makroekonomske agregate koji opisuju veličinu i ekonomski utjecaj turizma, potrošnju posjetitelja kao i odnos potrošnje posjetitelja i ponude te odnos monetarnih i nemonetarnih podataka o turizmu.[22]

Koristi izrade Turističke satelitske bilance manifestiraju se kroz unapređenje pretpostavki za vođenje nacionalne turističke politike i utvrđivanje marketinške strategije, usklađivanje sustava statistike turizma kao i primjena turističkih istraživanja u privatnom sektoru.[23]

TSA obuhvaća 10 tablica i 7 popratnih radnih listova koji se odnose na ponudu i potrošnju proizvoda i usluga. Ulazni pokazatelji preuzimaju se ili deriviraju iz Sustava nacionalnih računa, te drugih statističkih izvora.

Sustav TSA je prvi put primijenjen 1994. godine za procjenu ekonomskih učinaka u Kanadi, te je u mnogim zemljama još uvijek u eksperimentalnoj fazi.

Glavni problem u sastavljanju TSA je u prikupljanju, sistematizaciji i transformaciji podataka koji se trebaju riješiti na nacionalnoj razini. Stoga je važno da se uspostavi odgovarajući sustav računovodstva, da se utvrdi odgovarajuća klasifikacija djelatnosti te da se jasno statistički razgraniči način evidentiranja potrošnje inozemnih turista i domicilnog stanovništva.

No, bez obzira na navedene probleme TSA je na međunarodnoj razini dobro zastupljena metoda mjerenja učinaka turizma te su rezultati dobiveni primjenom satelitske bilance turizma korisni za daljnja istraživanja i donošenje odluka vezanih za usmjeravanje turističkog razvoja pojedine zemlje ili regije.

[22] Ibid, str. 268.
[23] Ivandić N., Marušić Z. (2009.) *Je li sustav statistike turizma u Hrvatskoj spreman za izradu satelitskog računa turizma?,* Turizam, Vol.57, br. 2., str. 187-188, www.iztzg.hr, 15.5.2015.

4. ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA

4.1. ULOGA DRŽAVE U EKONOMSKOM PROCESU

Ekonomski se procesi odvijaju na tržištu sukladno zakonima ponude i potražnje. Osim tržišta, na odnose između potrošača i proizvođača djeluje i država.

Iako je tržišni mehanizam najefikasniji model proizvodnje i alokacije dobara, promašaji tržišta ponekad dovode do nedostataka kao što su primjerice nezaposlenost i inflacija, krajnosti u bogatstvu i siromaštvu, prekomjerno zagađivanje okoliša i dr.

U ovim situacijama uloga je države važna, a njezine su osnovne zadaće odnosno ciljevi:[24]

- povećanje efikasnosti
- promicanje pravednosti
- poticanje makroekonomskog rasta i stabilnosti.

Djelovanje tržišnog mehanizma na ekonomski proces država nastoji podrediti svojim ciljevima koji mogu biti ekonomski i neekonomski.

Ekonomski su ciljevi usmjereni na ispravljanje alokativne efikasnosti tržišnog mehanizma i na otklanjanje razvojnih ograničenja dok su neekonomski ciljevi političke prirode.

Tri su glavna instrumenta državne regulative: [25]

1. Porezi koji služe da se smanje privatni rashodi i time omogućuju javne rashode,
2. Izdaci koji navode poduzeća ili radnike da proizvode određena dobra ili usluge zajedno s transfernim plaćanjima koji pružaju potporu dohotku (socijalna skrb),
3. Regulacije ili kontrole koje upućuju ljude da obavljaju ili da odustaju od određenih gospodarskih djelatnosti.

Država intervenira kako bi korigirala ponašanje ekonomskih subjekata, posebno se tu misli na borbu protiv monopola kao i na potrebu ograničavanja, odnosno kontrole korištenja prirodnih resursa i javnih dobara. Također je važna intervencija države u cilju unapređenja kvalitete

[24] Kolaković M, *Tržište i država u modernoj ekonomiji*, prezentacija, www.egzg.hr, 18.5.2015.
[25] Blažević B. (2007.) *Turizam u gospodarskom sustavu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, str. 50.

rasta kao i intervencija u sustav raspodjele kako bi se ostvarili socijalni ciljevi suvremene države te načelo jednakosti i solidarnosti.

Uloga je države, odnosno vlade definirati jasan institucionalni okvir i uvjete u kojima će se turizam razvijati, ali isto tako i provoditi aktivnu turističku politiku.

4.2. TURISTIČKA POLITIKA - POJAM, CILJEVI I MJERE

U literaturi nailazimo na brojne definicije turističke politike, a jedna je od njih Kellerova koji definira turističku politiku kao aktivnosti države u turističkim zemljama kojima se nastoji osigurati optimalan turistički razvoj i profitabilnost turističkog sektora na dugi rok.[26]

Također, prema Dulčiću turistička razvojna politika podrazumijeva ukupnost mjera ili instrumenata svjesnog utjecaja države u području razvoja turizma. Djelovanje turističke razvojne politike usmjereno je na razvoj i unapređenje turizma, podizanje i održanje njegove konkurentnosti, odnosno na ostvarivanje niza ekonomskih i neekonomskih ciljeva razvoja turizma.[27]

Citirane definicije turističke politike prepoznaju prijeko potrebnu intervenciju države i njezinu ulogu u usmjeravanju turističkog razvoja bez obzira na političko okruženje i na razvojne politike u različitim tržišno orijentiranim gospodarstvima.

Turistička je politika dio ekonomske politike određene zemlje kojom se usmjeravaju pravci razvoja različitih turističkih i komplementarnih djelatnosti, kao primjerice ugostiteljstva, prometa, poljoprivrede, trgovine itd.

U suvremenom turizmu uloga države je važna, posebno u receptivnim turističkim zemljama iz razloga što upravno država svojim instrumentima i mjerama omogućava ili ograničava razvoj pojedine djelatnosti, pa tako i turizma.

Politiku razvoja turizma teško je kreirati bez postavljenih ciljeva, a obzirom da je turistički sektor dio nacionalnog gospodarstva ciljevi moraju biti povezani sa nacionalnim razvojnim ciljevima. U postavljanju istih valja pažljivo i realno pristupiti imajući u vidu što je moguće

[26] Bartoluci M.op.cit., str. 237.
[27] Dulčić A. (2001.) *Upravljanje razvojem turizma*, Mate d.o.o., Zagreb, str. 285.

ostvariti te uzimajući u obzir da razvoj turizma utječe na gospodarski i društveni razvoj zemlje.

Ciljevi turističke politike u suvremenom turizmu svode se na:[28]

- osiguranje uvjeta za dinamičan razvoj turizma, njegovu konkurentnost na turističkom tržištu
- optimalno zadovoljenje turističkih potreba
- zaštitu turističkih resursa i održivi razvoj
- osiguranje uvjeta za profitabilno poslovanje poslovnih subjekata u turizmu.

Kako bi se postavljeni ciljevi mogli realizirati potrebno je definirati različite aktivnosti kojima će se isti postići, ali i nositelji tih aktivnosti na svim razinama (nacionalna, regionalna i lokalna). Kod postavljanja ciljeva razvoja turizma važno je razmotriti interese javnog i privatnog sektora obzirom da se turizam doživljava kao tržišna aktivnost te iziskuje sve veće uključivanje privatnog sektora u kreiranje politike razvoja turizma. Za uspjeh u razvoju turizma nužno je partnerstvo javnog i privatnog sektora.

Kao što je prethodno navedeno mjerama turističke politike država utječe na realizaciju ciljeva razvoja. Budući je turizam prema procjenama rastuća pojava, slijedom toga se šire ekonomski i neekonomski utjecaji koji ne mogu biti prepušteni samo tržišnim silama. Stoga je ključna intervencija države u razvoju i usmjeravanju turizma, bilo da je riječ o razvijenim ili nerazvijenim zemljama. Razlog je tome povećanje koristi od turizma i smanjenje potencijalnih problema za državu, društvo i okruženje, ali i za dugoročni interes turističke privrede.

Glavna područja državne intervencije u turizmu jesu:[29]

- planiranje razvoja turizma
- izgradnja materijalne osnove turističkog gospodarstva
- priprema turističkih kadrova
- organizacijsko uređenje turističkog gospodarstva
- turistička propaganda
- intervencija u tekućem turističkom privređivanju
- praćenje rezultata turističkog prometa

[28] Ibid, str. 239.
[29] Blažević B., op.cit., str. 294.

- turistička legislativa.

Uloga je države da stvori poticajnu okolinu, odnosno dobar zakonski okvir kao i da razvija infrastrukturu koja će olakšati dostupnost unutar i do destinacije, a time će potaknuti razvoj komercijalnih aktivnosti. Također, na državi je odgovornost za osnovna javna pitanja kao što su zdravstvo i sigurnost, zaštita potrošača, ali i u stvaranju uvjeta za razvoj gospodarstva te garancija sigurnosti i slobode poduzetništva i tržišnog natjecanja.

Mjere turističke politike mogu biti posebne i opće. Posebne se mjere odnose isključivo na turizam, dok se opće mjere odnose na sve gospodarske djelatnosti pa i na turizam.

Posebne se mjere mogu klasificirati kao zakonske, ekonomske, administrativne i planske[30].

Zakonske se odnose na stvaranje institucionalnih uvjeta za provođenje turističke politike. Niz je zakona i podzakonskih akata koji reguliraju poslovanje i odnose u turizmu. Uloga je države da postavi zakonski okvir djelovanja i utvrdi jasna pravila funkcioniranja i postupanja subjekata na turističkom tržištu.

Ekonomske su mjere porezne politike, politike javnih rashoda, monetarne i fiskalne politike.[31]

Država ima niz mogućnosti i načina da potiče i pomaže razvoj turizma, od kojih su najpopularnije upravo mjere iz područja porezne politike koje se svode na potpuno ili djelomično oslobađanje tereta kao što su porezi i slična davanja na usluge ili primjerice investicije. Time se potiče stvaranje pozitivne poduzetničke klime u turizmu te stabiliziranje funkcioniranja turističkog sektora. Razina, odnosno veličina fiskalnog opterećenja turizma utječe na konkurentnost, turistički promet što se reflektira i na ostale gospodarske sektore obzirom na multiplikativni efekt turizma. Posebno se navedeno odnosi na zemlje kojima prihodi od turizma čine značajan udio u ukupnom BDP-u. Također je važno u ovom segmentu istaknuti potencijalni problem učestalog mijenjanja fiskalne politike što se reflektira na mijenjanje intenziteta poreznog opterećenja. Navedeno može predstavljati problem sudionicima turističkog tržišta u smislu pravovremene pripreme i prilagodbe novim okolnostima i uvjetima poslovanja.

Administrativne mjere određuju prava i obveze sudionika u turizmu, turista, turističkih organizacija, agencija itd.

[30] Bartoluci M., op.cit., str. 242.
[31] Ibid., str. 243

Planske se mjere sastoje od strategija i planova razvoja turizma i komplementarnih djelatnosti, a donose se na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.[32]

4.3. KONKURENTNOST DRŽAVE U TURIZMU

4.3.1. Definicija konkurentnosti u turizmu

Konkurentnost prema definiciji OECD[33]-a označava sposobnost zemlje da u slobodnim i ravnopravnim tržišnim uvjetima proizvede robe i usluge koje prolaze test međunarodnog tržišta, uz istovremeno zadržavanje i dugoročno povećanje realnog dohotka stanovništva.[34]

Kada je riječ o konkurentnosti u turizmu u literaturi nailazimo na više definicija.

Ritchie i Crouch definiraju konkurentnost u turizmu kao *„sposobnost povećavanja turističkih primitaka, povećanog privlačenja posjetitelja i rasta profitabilnosti kao rezultat osiguravanja (ponude) nezaboravnih doživljaja, vodeći istodobno računa o kvaliteti života lokalnog stanovništva i očuvanju resursne osnove destinacije za buduća pokoljenja“* (Ritchie i Crouch, 2000).[35]

Također nailazimo i na slijedeću definiciju konkurentnosti u turizmu:

„sposobnost destinacije da kreira i integrira proizvode dodane vrijednosti koji čuvaju resursnu osnovu, uz istodobno zadržavanje postojećeg tržišnog položaja u odnosu na druge destinacije realnog konkurentskog kruga“ (Hassan, 2000:239)[36]

Analiza konkurentnosti turizma polazi od opće prihvaćenog okvira analize konkurentnosti uvažavajući i njegove specifičnosti:[37]

- ***Turizam*** (turistički sektori) predstavlja skup proizvoda i usluga koje su pojedini sektori pružili/pružaju turistima;

[32] Ibid, str. 243.
[33] Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj je međunarodna ekonomska organizacija osnovana 1960. godine sa sjedištem u Parizu
[34] Nacionalno vijeće za konkurentnost, www.konkurentnost.hr, 15.4.2015.
[35] Kunst I. (2012.) *Hrvatski turizam i EU integracije*, Institut za turizam, Zagreb, str. 150.
[36] Ibid, str. 150.
[37] Okvir za razmijevanje konkurentnosti, Institut za turizam, www.iztzg.hr, 8.5.2015.

- ***Destinacija***, najčešće, predstavlja predmet odabira u turizmu, stoga se konkurentnost turizma mora vezati i uz konkurentnost destinacije i to u njezinoj punoj kompleksnosti;
- ***Proizvod***, najčešće, predstavlja predmet odabira u turizmu, stoga se konkurentnost turizma mora vezati i uz konkurentnost turističkog proizvoda, i to u njegovoj punoj kompleksnosti.

Konkurentnost u turizmu ovisi o uspješnosti interakcije svih komparativnih i konkurentskih prednosti destinacije i turističkih proizvoda. Zato je fokus analize konkurentnosti u turizmu, prema metodologiji Instituta za turizam, turistička destinacija i turistički proizvod.

Polazeći od destinacije kao temeljnog elementa ponude u turizmu i turističkih proizvoda kao elementa integracije sadržaja destinacije usmjerenih na pojedine tržišne segmente, uspješnost se može pratiti preko sljedećih kriterija:[38]

- *Turistički prihod* – izražava sposobnost povećanja turističkih prihoda, polazeći od proizvodnog miksa destinacije;
- *Stupanj/snaga privlačenja ciljanih grupa posjetitelja* – izražava sposobnost kontinuiranog privlačenja ciljnih grupa posjetitelja sukladno proizvodnom miksu destinacije;
- *Stupanj zadovoljstva proizvodom/doživljajem u destinaciji* – izražava sposobnost pružanja proizvoda/doživljaja u destinaciji koji zadovoljavaju očekivanja i potrebe kupaca;
- *Efikasnost korištenja suprastrukture i drugih resursa destinacije;*
- *Profitabilnost* – utemeljena na optimiziranju proizvodnog miksa destinacije;
- *Kvaliteta života;*
- *Očuvanje prirodnog okoliša.*

Definirani kriteriji uspješnosti određuju okvir za ustrojavanje sustava pokazatelja konkurentnosti u turizmu. Takav sustav, polazeći od značajki stvaranja turističkih proizvoda, treba integrirati specifičnosti konkurentnosti poduzeća, destinacije, proizvoda te uvjetno rečeno makro-destinacije ili sektora, ali i pokazatelje konkurentske pozicije i faktora koji određuju tu konkurentsku poziciju.

U nastavku se objašnjavaju načini mjerenja konkurentnosti država kao turističkih destinacija.

[38] Okvir za razumijevanje konkurentnosti, Institut za turizam, www.iztzg.hr, 8.5.2015.

4.3.2. Porterov model dijamanta

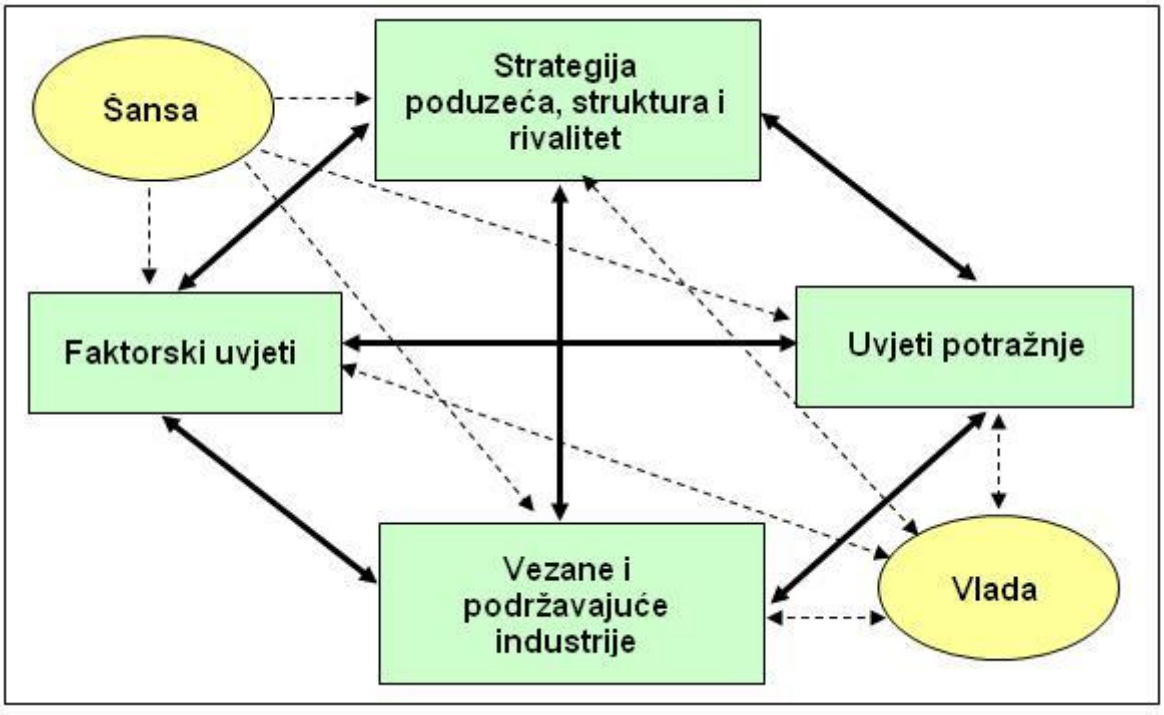
Porterov model dijamanta uključuje stavke koje se posredno ili neposredno odražavaju na konkurentsku prednost. Te stavke čine okruženje u kojem neko industrijsko poduzeće, grana, regija ili država djeluje i uči kako se u toj okolini treba natjecati.

Svako područje dijamanta sadrži ključne faktore kojima se postiže konkurentski uspjeh, a to su[39]:

1. Faktorski uvjeti
2. Uvjeti potražnje
3. Vezane i podržavajuće industrije
4. Strategije, strukturu i konkurentnost poduzeća

Osim ovih ključnih faktora, dijamant uključuje dva zasebna faktora: vladu i šansu.

Slika 1: Porterov dijamant konkurentnosti



Izvor: Porter, M.E.: The Competitive Advantage of Nations, New York: Free Press, 1998., str. 127, preuzeto, sa www.efos.unios.hr/arhiva/dokumenti/regionalna_timski_no2docx, 8.5.2015.

[39] www.efos.unios.hr, p. 5.4.2015.

Prema Porteru nacionalna je ekonomija konkurentna ukoliko je konkurentna u sve četiri determinante.

Konkurentnost države kao turističke destinacije možemo pojašnjavati uz pomoć ovog modela. Faktorske uvjete, odnosno čimbenike razvoja u turizmu možemo sagledati kroz stručnost kadrova, očuvanost i atraktivnost prirodnih i društvenih resursa, inovacije u raznim aspektima ponude i dr.

Uvjeti potražnje odnose se ponajprije na razvijenost domaćeg turizma, odnosno na veličinu i strukturu domaće potražnje. Ovdje je najvažnija struktura, odnosno kupovna moć domaćeg stanovništva, odnosno njihova uključenost u turističke tokove što utječe na konkurentnost turističke ponude.

Turizam obuhvaća niz međusobno isprepletenih djelatnosti koje se nadopunjuju, stoga je postojanje podržavajuće proizvodnje, odnosno sektora podrške za turizam važno i neophodno.

Također je za turizam važno postojanje pozitivne poduzetničke klime u državi koja će potaknuti razvoj malog i srednjeg poduzetništva, kreiranje inovativne turističke ponude te doprinijeti cjenovnoj konkurentnosti kao uvjet opstanka na specifičnom turističkom tržištu.

4.3.3. Indeks turističke konkurentnosti

Svjetski ekonomski forum provodi istraživanje konkurentnosti turističke destinacije u kojem je uključena 141 zemlja svijeta, a čiji se rezultati objavljuju u publikaciji *The Travel & Tourism Competitiveness Report* u izdanju Svjetskog ekonomskog foruma.[40]

Glavni cilj ovog istraživanja je odrediti *Travel &Tourism Competitiveness Index* (TTCI) koji razvijen u kontekstu programa *World Economic Forum's Industry Partnership Programme for Aviation, Travel and Tourism Sector* uz sudjelovanje brojnih međunarodnih i nacionalnih organizacija u turizmu.

Pomoću TTCI se mjere faktori i politike koje omogućavaju razvoj sektora putovanja i turizma u različitim zemljama. Izračunava se na temelju četiri velika skupa varijabli koje omogućavaju ili upravljaju razvojem konkurentnosti u sektoru putovanja i turizma.

[40] UNWTO *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015*, http://www3.weforum.org/ 9.7.2015.

Ovogodišnje istraživanje provedeno je korištenjem nove metodologije kojom je izmijenjena struktura Indeksa turističke konkurentnosti. Korišteno je ukupno 90 indikatora, umjesto dosadašnjih 79, od kojih dvije trećine čine statistički podaci, a jednu trećinu čine podaci istraživanja mišljenja gospodarstvenika (Executive Opinion Survey).[41]

Ključne promjene obuhvaćaju slijedeće:

- zasebno se sagledavaju indikatori podržavajućeg poslovnog okruženja, koji izravno utječe na razvoj gospodarstva, i podržavajuće politike i uvjeti za sektor putovanja i turizma
- infrastruktura je izdvojena u zasebnom podindeksu
- pridaje se veći značaj prirodnim i kulturnim resursima sa posebnim naglaskom na angažmanu zemalja u cilju zaštite i očuvanja spomenutih resursa
- ažurirani su indikatori

Prema novoj metodologiji Indeks turističke konkurentnosti (TTCI 2015) obuhvaća 14 stupova koji su podijeljeni u četiri kategorije, odnosno podindeksa: [42]:

1. ***Podržavajuće okruženje*** koji obuhvaća indikatore o poslovnom okruženju, zaštiti i sigurnosti, zdravlju i higijeni, ljudskom kapitalu i tržištu rada, te ICT infrastrukturi.
2. ***Podržavajuće politike i uvjeti za putovanja i turizam*** koji obuhvaća indikatore o prioritetu sektora turizma i putovanja, međunarodnoj otvorenosti, cjenovnoj konkurentnosti i okolišnoj održivosti.
3. ***Infrastruktura*** koja obuhvaća indikatore o zračnoj, kopnenoj i lučkoj infrastrukturi, te infrastrukturi turističkih usluga.
4. ***Prirodna i kulturna bogatstva*** koji obuhvaća indikatore o prirodnim i kulturnim resursima, te poslovnim putovanjima.

Svaki od četrnaest stupova uključuje više indikatora kojima se mjeri, odnosno ocjenjuje pojedini stup:[43]

1. ***Poslovno okruženje*** – označava u kojem opsegu država utječe na stvaranje poticajnog poslovnog okruženja za tvrtke, odnosno gospodarske subjekte. Prema provedenim

[41] Istraživanje provodi Svjetski ekonomski forum za potrebe Izvješća o globalnoj konkurentnosti
[42] World Economic Forum, The Travel and Toursim Competitiveness Report 2015, str. 4., www.weforum.org, 26.6.2015.
[43] Ibid, str. 6.

istraživanjima proizlazi povezanost gospodarskog rasta sa učinkovitošću zakonodavnog okvira. Ovi se pokazatelji očituju kroz utjecaj propisa na izravna strana ulaganja, efikasnost regulatornog okvira u rješavanju sporova, vrijeme potrebno za pokretanje posla, troškove pokretanja posla, utjecaj poreza na poticaje za rad. Također se uzimaju u obzir vrijeme i troškovi ishođenja građevinskih dozvola, što je značajno za razvoj sektora turizma i putovanja.

2. ***Sigurnost i zaštita*** – ključni su čimbenici koji određuju konkurentnost zemlje, kao i dolazak turista u određenu destinaciju jer je bitno da u zemlji nema kriminala, terorizma
3. ***Zdravlje i higijena*** – pokazatelj koji podrazumijeva dostupnost pitke vode i sanitarnih čvorova, uređenost zdravstva, dostupnost liječnika i bolničkih kreveta, što znači da se turist u slučaju bolesti može pravovremeno liječiti
4. ***Ljudski resursi i tržište rada*** – pored stope upisa u osnovnom i višem obrazovanju, ovaj stup obuhvaća i obim provođenja stručnog usavršavanja zaposlenika čime se povećava kvaliteta radne snage. Također se, po novoj metodologiji, uključuje i mjeri otvorenost i fleksibilnost tržišta rada, kroz praksu zapošljavanja i otpuštanja, dostupnost kvalificiranih zaposlenika, te učešće žena na tržištu rada
5. ***ICT infrastruktura*** – sastavni je dio moderne turističke industrije. Online usluge i poslovanje imaju značajnu ulogu u sektoru turizma i putovanja. Internet se koristi pri planiranju putovanja kao i za rezervacije prijevoza i smještaja. Indikatori ukazuju na postojanje moderne infrastrukture, obuhvat tvrtki i pojedinaca koji koriste nove tehnologije
6. ***Prioritet sektora turizma i putovanja*** – poticanjem razvoja sektora turizma i putovanja, vlade zemalja mogu značajno utjecati na konkurentnost ovog sektora. Država može usmjeriti proračunska sredstva za razvojne projekte, te koordinirati djelovanje subjekata i korištenje resursa potrebnih za razvoj sektora. Država ima važnu ulogu u promociji i brendiranju zemlje kao turističke destinacije. Ovaj stup mjeri i pravovremenost prikupljanja i dostave podataka međunarodnim organizacijama, što označava važnost koju države pridaju svojem sektoru putovanja i turizma.
7. ***Međunarodna otvorenost*** – razvoj konkurentnog sektora turizma i putovanja zahtjeva određeni stupanj otvorenosti. Ovaj se pokazatelj odnosi na traženje viza za putnike, postojanje, odnosno broj regionalnih trgovinskih sporazuma na snazi, te sklopljene bilateralne sporazume o zračnom prometu.

8. ***Cjenovna konkurentnost*** – veoma važan pokazatelj koji privlači turiste nižim cijenama u određene destinacije, a ocjenjuju se: cijene karata, pristojbe, cijene smještaja i ostalih hotelskih usluga, cijene goriva.
9. ***Održivost okoliša*** – ovaj stup uključuje provedbu i primjenu zakona koje vlade donose u cilju zaštite okoliša. Obzirom da turizam utječe na okoliš, sagledavaju se mjere koje poduzimaju vlade zemalja kako bi osigurale održivost razvoja sektora putovanja i turizma
10. ***Zračna prometna infrastruktura*** – bitan pokazatelj konkurentnosti koji se mjeri: kvalitetom zračnog prometa, brojem zračnih luka, brojem polazaka. Uzima se u obzir kvaliteta zračne prometne infrastrukture domaćih i inozemnih letova.
11. ***Kopnena i lučka infrastruktura*** – dostupnost, odnosno prometna povezanost destinacija i turističkih atrakcija od iznimne je važnosti za sektor putovanja i turizma. Mjere se indikatori razvijenosti kroz kvalitetu cestovne, željezničke i lučke infrastrukture.
12. ***Infrastruktura turističkih usluga*** – mjeri se razina turističkih usluga kroz broj soba hotela više kategorije, dostupnost usluge najma vozila, korištenja bankomata
13. ***Prirodni resursi*** – u ovu skupinu spadaju: prirodna dobra na UNESCO-voj listi Svjetske baštine, bogatstvo flore i faune, zaštićena područja, kvaliteta prirodnog okruženja
14. ***Kulturni resursi i poslovna putovanja*** – u ovom stupu spadaju: kulturna dobra na listi UNESCO-ve Svjetske baštine i broj velikih stadiona koji mogu ugostiti sportska i zabavna događanja. Novina u ovom stupu odnosi se na broj online pretraživanja o kulturnim i zabavnim sadržajima. Obuhvaćeni su i međunarodni sajmovi ili skupovi raznih udruženja koji, barem djelomično, uključuju poslovna putovanja.

Visoko mjesto na ljestvici konkurentnosti označava visoki stupanj razvoja turizma u pojedinoj zemlji. Ujedno se indeksom turističke konkurentnosti, odnosno pojedinim pokazateljima, ukazuje na ograničavajuće faktore razvoja na kojima treba poraditi kako bi se isti ublažili ili otklonili.

4.4. TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ

Prema definiciji UNWTO-a održivi razvoj turizma zadovoljava potrebe turista i lokalnog stanovništva istodobno čuvajući resurse budućeg razvitka. Takav razvoj podrazumijeva upravljanje resursima na način da se udovolje osnovni ekonomski, socijalni i estetski zahtjevi uz istodobno očuvanje kulturnog integriteta, osnovnih ekoloških procesa i biološke raznolikosti.[44]

Održivi razvoj je oblik razvoja koji koristi prirodne ekosustave kao resurs rasta proizvodnje i potrošnje, ali ih sljedećim generacijama ostavlja neizmijenjene kakvoće. Koristi prirodnu i kulturnu baštinu u cilju povećanja broja posjetilaca i profita, ali tako da ona bude sačuvana i budućim generacijama.

Ima puno definicija održivosti, ali zajedničko svima je da svaka ističe najvažnije ključne čimbenike održivosti, odnosno naglašava da taj pojam zahtjeva prikladno razmatranje dugoročne ekonomske, kulturno – društvene i političke dobrobiti svih sudionika.

Održivi je razvoj usmjeren na očuvanje okoliša, udovoljavanje ljudskim potrebama, promoviranje međugeneracijske solidarnosti, te na povećanje kvalitete života ljudi i ekonomski razvoj države.

Za turizam održivi razvoj ima posebno značenje zbog toga što je održivi razvoj pitanje opstanka turizma kao složene socio-kulturološke i ekonomske pojave. Nekontrolirani turistički razvoj donosi turizmu nepopravljive štete, uništavajući elemente turističke ponude i resurse zbog kojih se inicijalno počeo razvijati.

U primjeni i razvoju održivog razvoja u turizmu važnu ulogu ima niz dionika (turoperatori, hotelijeri, turisti, lokalno stanovništvo, civilni sektor, javni sektor itd.).

U održivom razvoju turizma država ima posebno važnu ulogu u tranzicijskim zemljama i zemljama u razvoju. Stoga je posebna uloga države:[45]

- učiniti turističku politiku i zaštitu okoliša primarnim dijelom ekonomske politike
- postaviti ciljeve održivog razvoja u svim djelatnostima
- osmisliti propise i poticaje za održivi razvoj turizma

[44]Svjetska turistička organizacija, www.sdt.unwto.org, 18.5.2015.
[45] Bartoluci M., op.cit., str. 249.

- uvesti i provoditi poreze za zaštitu okoliša (tzv. zelene poreze)
- razvijati mehanizam potpore malom i srednjem poduzetništvu za primjenu načela održivosti u ostvarivanju poduzetničkih projekata.

Uloga je državnih institucija da prepoznaju i snažno potiču promjene na više razina kroz poticajne mjere kojima će potaknuti i stimulirati primjenu koncepta održivosti u turističkom sektoru. Navedeno je moguće putem promjene zakonskog okvira, poreznih olakšica, promjenama u sustavu obrazovanja i dr.

5. ULOGA DRŽAVE U RAZVOJU TURIZMA NA PRIMJERU RH

5.1. OBILJEŽJA I UČINCI HRVATSKOG TURIZMA

Hrvatska je zemlja bogata prirodnim ljepotama i vrijednom kulturnom baštinom što zasigurno predstavlja značajnu prednost kada govorimo o preduvjetima za razvoj turizma, ali navedeno nije dovoljno kako bi se zadovoljile potrebe i interesi turista, odnosno kako bi se Hrvatska visoko pozicionirala u užem krugu razvijenih turističkih zemalja u okruženju i u svijetu.

Najvažniji turistički potencijal Hrvatske je Jadransko more koje uz ugodnu klimu predstavlja komparativnu prednost hrvatskog turizma. No, ne smije se zanemariti kontinentalni dio koji do sada nije ili je neznatno iskorišten u turističke svrhe.

Prema istraživanju TOMAS ljeto kojeg provodi Institut za turizam pokazalo se da je pasivni odmor i opuštanje primarni motiv dolaska koji privlači tri četvrtine gostiju. Slijedi zabava (43%) te tri sekundarna motiva – nova iskustva i doživljaji (30%), gastronomija (26%) i upoznavanje prirodnih ljepota (20%).[46]

Tablica 2: Dolasci i noćenja turista

	Dolasci			Noćenja				
							I.-XII. 2014.	
	I.-XII.2013.	I.-XII.2014.	Indeks 2014./2013.	I.-XII.2013.	I.-XII.2014.	Indeks 2014./2013.	Struktura noćenja %	Prosječan broj noćenja po dolasku
ukupno	12 433 727	13 128 416	105,6	64 818 115	66 483 948	102,6	100,00	5,1
Domaći turisti	1 485 361	1 505 455	101,4	5 138 485	5 160 376	100,4	7,8	3,4
Strani turisti	10 948 366	11 622 961	106,2	59 679 630	61 323 572	102,8	92,2	5,3

Izvor: Državni zavod za statistiku (2015.) *Priopćenje 4.3.2/2014*, Zagreb, dostupno na www.dsz.hr, 10.5.2015.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku zabilježeno je ukupno u 2014. godini 13.128.416 dolazaka i 66.483.948 noćenja turista u turističkim smještajnim kapacitetima u

[46] Institut za turizam (2015.) *Tomas ljeto 2014., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, , Zagreb, www.iztzg.hr 9.7.2015.

Republici Hrvatskoj. U odnosu na 2013. godinu bilježi se porast dolazaka domaćih turista za 1,4% te porast dolazaka stranih turista za 6,2%.

U narednoj tablici prikazana je struktura turista prema emitivnim zemljama iz koje je razvidno da najveći udio u broju noćenja čine turisti iz Njemačke, slijede turisti iz Slovenije, Austrije Češke, Poljske i Italije. Turisti iz ostalih zemalja ostvaruju ispod 4% udjela u ukupnom broju noćenja. U ukupnoj strukturi, strani turisti čine visokih 92,2% ukupnih noćenja.

Tablica 3: Struktura potražnje prema emitivnim zemljama u 2014.godini

Emitivna zemlja	Noćenja (u 000)	Udio u ukupnim noćenjima (u %)	Stopa promjene (I.-XII.2014./ I.-XII. 2013)	Prosječna duljina boravka
Njemačka	14.749	22,2	2,2	7,5
Slovenija	6.236	9,4	1,3	5,8
Austrija	5.404	8,1	3,5	5,4
Češka	4.600	6,9	1,3	7,0
Italija	4.466	6,7	1,6	4,3
Poljska	4.078	6,1	0,0	6,4
Nizozemska	2.415	3,6	-3,1	7,4
Slovačka	2.383	3,6	5,5	6,7
Ujedinjena Kraljevina	1.931	3,2	10,2	4,9
Mađarska	1.728	2,9	11,8	5,3
Ukupno prvih 10	48.363	72,7	2,4	6,2
Ostali strani	12.960	19,5	4,0	3,8
Ukupno strani	61.324	92,2	2,8	5,4
Domaći	5.160	7,8	0,4	3,5
Sveukupno	66.484	100	2,6	5,2

Izvor: Institut za turizam (2014.) *Hrvatski turizam u brojkama*, br. 4, preuzeto iz Izvješća BIST- sustav poslovne inteligencije u turizmu, www.iztg.hr, 18.12.2014.

Prema podacima Hrvatske narodne banke u 2014. godini od turizma, odnosno putovanja u Hrvatskoj ostvareno je 7,4 milijardi eura prihoda, što predstavlja godišnji rast od 2,8%. Prošle je godine udio prihoda od putovanja u BDP-u iznosio 17,2%, što je 0,6 posto više u odnosu na prethodnu godinu.

Prihodi od turizma koje obračunava i objavljuje HNB zbroj su prihoda nastalih iz osobnih i poslovnih razloga. Prihodi ostvareni od turista koji su u Hrvatsku došli iz osobnih razloga iznosili su 7,2 milijardi eura, što je u odnosu na 2013. godinu više za 3,3%.

Tablica 4: Platna bilanca – prihodi i rashodi od putovanja (u milijunima eura)

Opis	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.
1. Prihodi	6.230,0	6.616,9	6.858,7	7.202,8	7.402,3
1.1. Poslovni razlozi	236,3	210,1	232,2	225,5	194,0
1.2. Osobni razlozi	5.993,6	6.406,9	6.625,5	6.977,4	7.208,3
2. Rashodi	629,2	632,4	722,0	679,8	634,6
2.1. Poslovni razlozi	180,6	184,3	224,4	211,7	180,4
2.2. Osobni razlozi	448,6	448,1	497,4	488,2	454,2
Putovanja - turizam	5.600,8	5.984,5	6.136,7	6.523,0	6.767,6

Izvor: Hrvatska narodna banka (2015.) *Bilten HNB-a*, broj 213, dostupno na www.hnb.h/publikac/arhiv/bilten, 10.5.2015.

Tablica 5: Struktura salda tekućeg računa platne bilance

(u postocima BDP)

	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.*
Saldo tekućih transakcija	-8,9	-5,1	-1,1	-0,9	-0,1	1,3
Roba	-22,4	-16,1	-12,9	-13,9	-13,8	-14,4
Usluge	14,4	12,7	13,0	14,0	14,7	15,7
u čemu prihodi od turizma	15,7	14,2	14,0	15,0	15,7	16,6
Dohodak	-3,3	-4,0	-3,6	-3,6	-3,7	-2,5
Tekući transferi	2,3	2,2	2,4	2,6	2,6	2,5

*preliminarni podaci

Izvor: Hrvatska narodna banka (2014.) *Godišnje izvješće 2013.*, dostupno na www.hnb.h/publikac/godisnje/2013/h-god-2013.pdf, 10.5.2015.

Povećanje viška u međunarodnoj razmjeni usluga uglavnom je rezultat rasta prihoda od turizma. U odnosu na prethodnu godinu prihodi od turizma povećali su se za 4,9% čemu su pridonijela pozitivna kretanja fizičkih pokazatelja u turizmu. Prema podacima DZS-a dolasci stranih turista u komercijalne smještajne kapacitete povećali su se za 5,7%, a njihova noćenja za 3,8%.

Tablica 6: Ekonomski učinci turizma u Hrvatskoj i procjena za 2024. godinu

	2013.		2014.	2024.		
	(u mil.kuna)	udio u %	rast*	(u mil.kuna)	udio u %	rast
Izravni udio turizma u BDP-u	35,077.1	12,1	6,0	63,051.0	17,1	5,4
Ukupni udio u BDP-u	80,332.1	27,8	5,2	139,012.0	37,6	5,1
Inozemna turistička potrošnja	63,983.3	45,1	6,7	114,610.0	46,8	5,3
Domaća potrošnja	11,093.0	3,8	1,3	13,252.8	3,6	1,7
Osobna putovanja	69,241.3	11,2	6,0	120,648.0	16,1	5,1
Poslovna putovanja	5,835.0	0,9	4,6	7,214.6	1,0	1,7
Kapitalne investicije	6,606.9	10,3	1,7	8,680.6	10,5	2,6
Zaposlenost	'000 poslova	% zaposl.	rast	'000 poslova	% zaposl.	rast
Direktna zaposlenost	138	13,3	4,8	184	16,7	2,4
Ukupna zaposlenost	311	29,9	4,2	406	36,9	2,3

Izvor: WTTC *Travel and tourism impacts 2014*, str. 11., dostupno na www.wttc.org, 9.5.2015.

*korigirano za inflaciju (%)

Pokazatelji istraživanja koje provodi WTTC *(World Travel & Tourism Council - Svjetski savjet za putovanja i turizam)* predviđaju rast svih promatranih kategorija u narednom razdoblju, a posebno se rast odnosi na doprinos hrvatskog turizma na BDP (izravno 5,4%), rast inozemne turističke potrošnje od 5,3%, izravan utjecaj na porast zaposlenosti od 2,4%, te porast osobnih putovanja za 5,1%.

Iz podataka prema ovoj metodologiji vidljivo je da turizam znatno doprinosi BDP-u sa 12,1% u 2013. godini, kao i ukupnoj zaposlenosti sa tendencijom rasta ovih pokazatelja. Izravan i neizravan doprinos turizma na zaposlenost iznosi u 2013. godini 29,9% ili 311 000 zaposlenih. Obzirom da turizam utječe na ostale sektore gospodarstva, navedeno se reflektira i u ovom segmentu.

Turizam nudi široke mogućnosti za otvaranje novih radnih mjesta upravo zahvaljujući svojim potencijalima za povećanje iskorištenosti kapaciteta. Međutim, zbog sezonskog karaktera poslovanja gospodarskih subjekata valja iznaći rješenja koja će pridonijeti preoblikovanju turističke ponude, zatim i rješavanje statusa sezonskih zaposlenika.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku objavljenim u priopćenju „Dolasci i noćenja turista u 2014. godini“ u Hrvatskoj se nudilo blizu 899 000 stalnih postelja. Od toga je ponuda u kućanstvima (privatni smještaj) iznosila blizu 414 000 postelja (46%), a u kampovima 236 000 postelja (blizu 26%). U hotelima, hotelima baštine i apart-hotelima, za koje se od srpnja 2014. podaci objavljuju zajedno, bilo je nešto više od 118 000 postelja (13%). U smještaju kategoriziranom kao „Smještaj sličan hotelskom“, a koji obuhvaća turistička naselja i apartmane, te pansione i objekte kategorije „guest house“ nudilo se blizu 44 tisuće postelja (5%).[47]

Prikazanim podacima u narednoj tablici potvrđuje se izrazita sezonalnost kada je riječ o poslovanju smještajnih kapaciteta. Najviši postotak iskorištenosti smještajnih kapaciteta postiže se u kolovozu, dok su srpanjski pokazatelji niži za 7 do 17 posto ovisno o vrsti smještajnih kapaciteta. Najnižu prosječnu godišnju razinu iskorištenosti ostvaruju privatni smještaj (15,6%) i kampovi (19%). Za razliku od navedenih kapaciteta najveću prosječnu iskorištenost ostvaruju hotelski kapaciteti sa 35,5% iako prema strukturi kapaciteta sudjeluju sa 13%.

[47] Institut za turizam (2014.) *Hrvatski turizam u brojkama*, Vol 8, broj 4, Zagreb, str. 9., www.iztzg.hr, 18.6.2015.

Tablica 7: Iskorištenost stalnih postelja po mjesecima u 2014. godini (u%)

Mjesec	Hoteli	Smještaj sličan hotelskom	Privatni smještaj	Kampovi	Ostalo
Siječanj	5,4	0,4	0,4	0,0	0,0
Veljača	15,8	0,6	0,3	0,0	2,6
Ožujak	10,9	0,7	0,5	0,1	3,1
Travanj	29,8	9,0	1,4	3,3	5,9
Svibanj	45,4	22,1	2,9	9,7	10,2
Lipanj	65,3	59,1	19,0	36,8	25,3
Srpanj	83,1	84,5	62,1	66,9	50,2
Kolovoz	93,4	96,9	79,3	82,5	57,4
Rujan	68,5	51,1	18,3	27,0	21,4
Listopad	33,5	5,4	2,1	1,9	6,2
Studeni	9,2	0,6	0,6	0,1	3,1
Prosinac	7,7	0,6	0,5	0,0	2,7

Izvor: Državni zavod za statistiku (2015.) *Priopćenje broj 4.3.2: Dolasci i noćenja turista u 2014. godini*, www.dzs.hr, 18.6.2015.

Najveći potencijal unapređenja kvalitete ukupne ponude kao i faktora produljenja sezone i povećanja potrošnje postoji u hotelskom smještaju. Hotelski kapaciteti u Hrvatskoj iznose približno 116 000 postelja (stanje na dan 31. kolovoza), od čega 43% te ponude otpada na hotele sa tri zvjezdice, 35% na hotele sa četiri zvjezdice dok na najluksuznije hotele otpada svega 8%.[48] Postojeća struktura hotelskog smještaja ne omogućava produljivanje kratke sezone obzirom da hotelski kapaciteti viših kategorija raspolažu sadržajima za privlačenje potražnje posebno u uvjetima nedostatne izvan-smještajne ponude u većem dijelu hrvatskih turističkih destinacija. U tom smislu valja potaknuti rast kvalitetnog hotelskog smještaja kao i obogaćivanje destinacijske ponude različitim sadržajima.

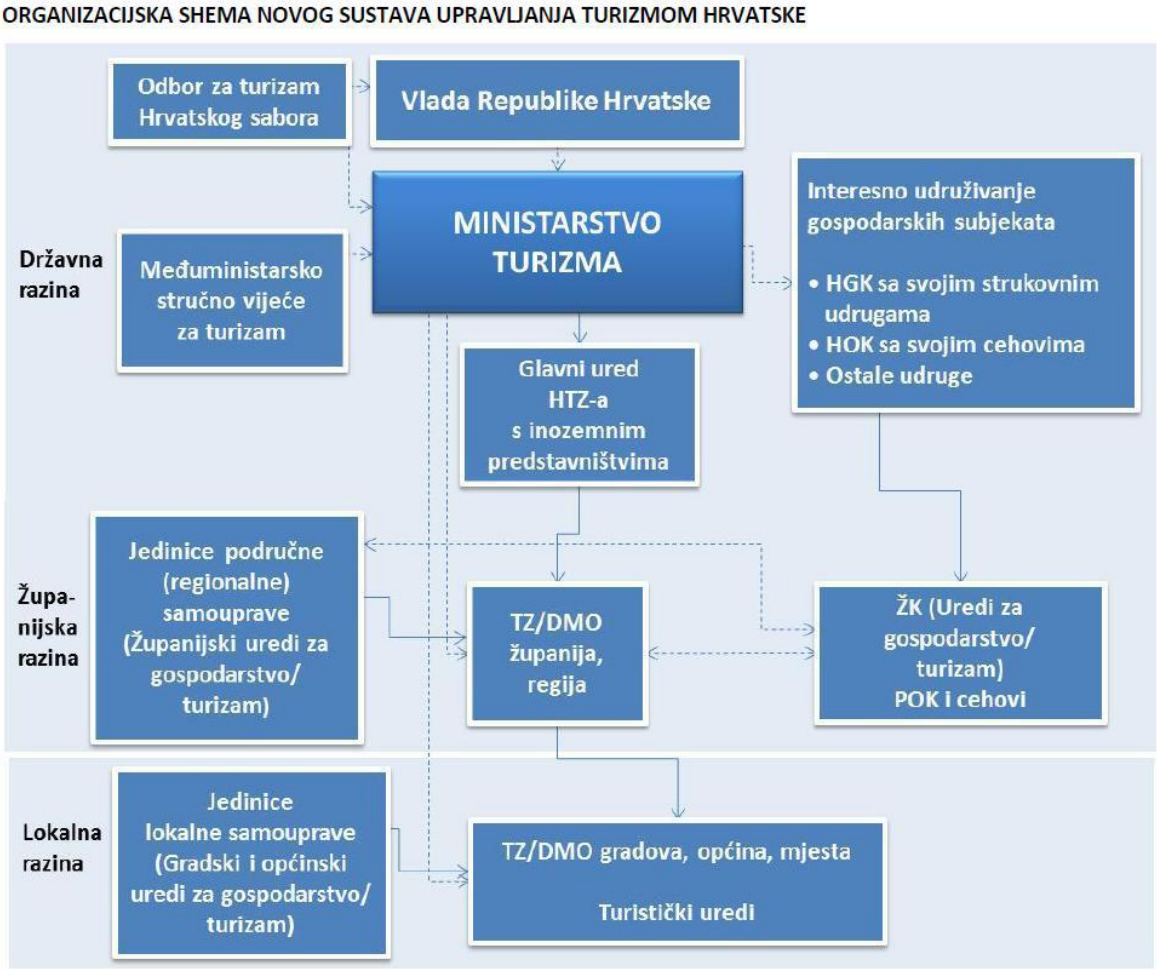
[48] Institut za turizam (2014.) *Hrvatski turizam u brojkama*, Vol 8, broj 1, Zagreb, str.7., www.iztzg.hr, 18.6.2015.

5.2. NOSITELJI DJELOVANJA TURISTIČKE POLITIKE

Kako bi se realizirali postavljeni ciljevi turističke politike potrebno je odrediti i nositelje pojedinih aktivnosti.

Sustav upravljanja turizmom obuhvaća različite subjekte javnog sektora i to na državnoj, županijskoj i lokalnoj razini, ali i subjekte gospodarskog sektora. Obzirom na promjene na globalnom turističkom tržištu kao i na važnost jačanja konkurentske pozicije potrebno je učinkovito upravljati sustavom te koordinirano djelovati. Promjene trendova u turizmu kao i rastuća konkurencija iziskuju promjene u načinu upravljanja i funkcioniranja. Kada je riječ o Republici Hrvatskoj promjene u sustavu upravljanja detektirane su i predložene Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine.

Slika 2: Prikaz prijedloga novog sustava upravljanja turizmom Hrvatske



Izvor: Strategija razvoja turizma RH do 2020.godine, str. 61., www.mint.hr, 8.5.2015.

Nova organizacijska shema, pored postojećih tijela na svim razinama predviđa formiranje i ustrojavanje novih organizacijskih oblika čija će zadaća biti snažnije povezivanje zainteresiranih dionika (javnog i privatnog sektora ali i civilnog …) kako bi se što kvalitetnije i učinkovitije provodile aktivnosti usmjerene ka jačanju konkurentnosti i prepoznatljivosti destinacije. Osim promjena koje se odnose na Ministarstvo turizma, kao glavnog nositelja turističke politike, te na turističke zajednice, predviđene su i promjene kod međuresorne suradnje koja je ključna za uspješno provođenje Strategije razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine. Naime, zbog potrebe sudjelovanja ostalih ministarstava u provedbi Strategije kao i u donošenju strateških odluka za turizam, nužno je formalizirati i ojačati suradnju, i to kroz osnivanje Međuministarskog stručnog vijeća za turizam. Ovo je stručno i savjetodavno tijelo osnovano 4. srpnja 2013. godine sa ciljem suradnje među ministarstvima, utvrđivanja aktivnosti i nositelja te praćenja izvršenja aktivnosti.[49]

U rad Međuministarskog stručnog vijeća uključeni su predstavnici slijedećih ministarstava pod čijom se ingerencijom nalaze za turizam ključni resursi ili aktivnosti:[50]

- Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture – zbog prometa i infrastrukture, kao karakterističnih turističkih dobara, bez kojih nema razvoja turizma
- Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja – budući da je prostor najznačajniji resurs u turizmu, odnosno turizam je jedan od najznačajnijih „konzumenata“ prostora
- Ministarstvo kulture – kultura i baština, kao dio ukupnog okoliša su, osim prirodnih resursa, osnovne turističke atrakcije
- Ministarstvo zaštite okoliša i prirode – prirodni okoliš, napose bogatstvo zaštićenih prostora, nacionalnih parkova, parkova prirode itd., predstavlja komparativnu prednost destinacije i glavne privlačne atrakcije
- Ministarstvo poduzetništva i obrta – turizam generira rast poslovnih subjekata, u skupini malih i srednjih, do preko 50% od ukupnog broja, koji se, osim općih tržišnih problema, svojstvenih svim poduzetnicima, suočavaju još i s onim specifičnim za djelatnost turizma
- Ministarstvo gospodarstva – turizam se deklarira jednom od strateških gospodarskih aktivnosti u Republici Hrvatskoj; u tom smislu je logično da Ministarstvo gospodarstva prati njegov rad i usmjerava aktivnosti u poželjnom pravcu

[49] Ministarstvo turizma (2014.) *Izvješće o provedbi mjera turističke politike*, Zagreb, www.mint.hr, 18.6.2015.
[50] Institut za turizam (2012.) *Glavni plan i Strategija razvoja turizma RH*, Izvještaj 13., Zagreb, str. 15, www.iztzg.hr, 18.6.2015.

- Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta – znanost je temelj napretka društva, pa tako i ona opredmećena u turizmu, a obrazovanje za potrebe turizma od ključne je važnosti za rast i razvoj turističkog proizvoda, dok su sport i rekreacija među najvažnijim turističkim aktivnostima
- Ministarstvo poljoprivrede – ono je značajno zbog razvoja različitih oblika ruralnog turizma koji uključuje i poljoprivrednike, tj. seoska domaćinstva koja pružaju usluge smještaja i prehrane, zbog opskrbe turističkog tržišta domaćim prehrambenim i inim proizvodima, odnosno zbog stvaranja strateških saveza
- Ministarstvo zdravlja – zbog sve značajnije sprege turizma i zdravstvenog sustava, posebice kroz razvoj zdravstvenog turizma i njegovih brojnih pod-oblika, te
- Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU – budući da ovo ministarstvo ima integrativni karakter i vodi skrb o razvoju i uravnoteženju razvojnih učinaka, posebno u područjima sa smanjenim razvojnim mogućnostima (kao što su otoci, zaleđe južne Hrvatske i sl.).

Pored navedenih ministarstava u radu ovog tijela po potrebi mogu sudjelovati i predstavnici ostalih ministarstava, što će zasigurno biti slučaj sa Ministarstvo financija koje nije stalni član ovog vijeća ali je za očekivati da će zbog nadležnosti u sferi fiskalne politike biti uključen.

Iz navedenog se može zaključiti da je sustav upravljanja turizmom vrlo složen. Stoga je važna koordinacija među nositeljima ali i međusektorska suradnja kako bi se pojačala učinkovitost i operativnost u provođenju mjera i planiranih aktivnosti.

U nastavku su detaljnije opisane nadležnosti i ustroj tijela javnog sektora sa osvrtom na novine prema prikazanoj strukturi.

5.2.1. Ministarstvo turizma

U Republici Hrvatskoj je nositelj turističke politike na nacionalnoj razini Ministarstvo turizma kao najviše tijelo izvršne vlasti.

Sukladno članku 17. Zakona o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (Narodne novine br.150/11) Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma, razvoj i investicije u turizmu, razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma, unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu, sanacijske programe u svezi sa restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije, turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu, sustav turističkih zajednica, turističku i ugostiteljsku statistiku, stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga, međunarodnu suradnju u svezi s turizmom, djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike za razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata, uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga, kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata, unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti.[51]

Za obavljanje poslova iz djelokruga rada Ministarstva turizma, sukladno Uredbi o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma (Narodne novine br. 21/12, 17/15) ustrojene su slijedeće upravne organizacije i druge ustrojstvene jedinice:[52]

1. Kabinet ministra
2. Glavno tajništvo
3. Uprava za upravljanje kvalitetom, međunarodnu suradnju i EU
4. Uprava za konkurentnost
5. Uprava za upravljanje turističkom destinacijom
6. Uprava za pravne poslove
7. Samostalni sektor turističke inspekcije

[51] narodne-novine.nn.hr, 10.5.2015.
[52] www.mint.hr, 10.5.2015.

8. Samostalni odjel za provedbu i praćenje strategije razvoja turizma
9. Samostalni odjel za informiranje i održavanje mrežnih stranica
10. Samostalni odjel za unutarnju reviziju

Ministarstvo turizma ima ulogu kreiranja i provođenja turističke politike, te utječe kroz zakonski okvir i planerske regulative na regionalnu i lokalnu razinu. Utjecaj Ministarstva na lokalnoj razini realizira se putem sustava potpora ili neposrednom realizacijom projekata na državnom zemljištu, ako je to moguće, sukladno prostornom planu.

U ostvarivanju zadaća Ministarstva turizma važnu ulogu ima sustav turističkih zajednica, posebno kada je riječ o Hrvatskoj turističkoj zajednici o čemu se detaljnije govori u nastavku.

5.2.2. Hrvatska turistička zajednica

Hrvatska turistička zajednica je nacionalna turistička organizacija, a osnovana je radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanje razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske.[53]

U nastavku se navode neke od zadaća Hrvatske turističke zajednice utvrđene člankom 7. Statuta:[54]

- promocija turističke destinacije na nacionalnoj razini samostalno i putem udruženog oglašavanja,
- koordinacija rada i izvršavanja ciljeva i zadaća turističkih zajednica,
- donošenje strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma,
- turistička promocija u zemlji i inozemstvu, sukladno strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma,
- ustrojavanje jedinstvenog turističkog informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade prema turističkim zajednicama nižeg ustroja

[53]Hrvatska turistička zajednica, www.business.croati.hr, 15.4..2015.
[54] Statut Hrvatske turističke zajednice, Narodne Novine 34/12, 59/12 www.business.croatia.hr, 15.4.2015.

- osnivanje turističkih predstavništava i ispostava u inozemstvu, organiziranje i nadzor rada nad njima,
- poduzimanje mjera i aktivnosti za razvoj i promicanje turizma u turistički nerazvijenim dijelovima Republike Hrvatske
- poduzimanje mjera i aktivnosti za razvoj i promicanje selektivnih oblika turizma
- sudjelovanje u izradi strategije razvoja hrvatskog turizma i drugih razvojnih planova i programa iz područja turizma
- provođenje stalnog obrazovanja unutar sustava turističkih zajednica
- obavljanje stručnog nadzora u turističkim zajednicama

Tijela HTZ-a su: Sabor, Turističko vijeće, nadzorni odbor i predsjednik. Dužnost predsjednika obnaša ministar turizma.

Financiranje organizacije ostvaruje se iz slijedećih izvora prihoda[55];

- boravišna pristojba, u skladu s posebnim zakonom
- članarina, u skladu s posebnim zakonom,
- državni proračun,
- ostali izvori prihoda.

Sustav turističkih zajednica, zadaće i način rada uređen je Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (Narodne Novine 152/08).

Hrvatska turistička zajednica na vrhu je sustava turističkih zajednica koje djeluju u Republici Hrvatskoj, a ustrojene su kao turističke zajednice županija, područja, Grada Zagreba, gradova, općina i mjesta.

Pored Hrvatske turističke zajednice, u Hrvatskoj je registrirano 162 turističkih zajednica općina, 119 turističkih zajednica gradova, 22 turističke zajednice mjesta, 2 turističke zajednice područja, 3 turističke zajednice više općina i gradova, 20 turističkih zajednica županija i Turistička zajednica grada Zagreba.[56]

Turističke zajednice su pravne osobe, a njihovo se djelovanje temelji na načelu opće korisnosti i neprofitnosti.

[55] Ibid, članak 56., str. 19.
[56] Ministarstvo turizma, *Prijedlog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*, www.sabor.hr, 18.6.2015.

Financiranje turističkih organizacija uređeno je, pored Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Zakonom o boravišnoj pristojbi i Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama.

Turističke zajednice imaju važnu ulogu u sustavu turističke djelatnosti. Bit je njihova osnivanja i djelovanja jačanje i promicanje hrvatskog turizma i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba u djelatnostima ugostiteljstva, turizma i s tim djelatnostima neposredno.

Postojeći sustav turističkih zajednica nedovoljno je učinkovit, i to zbog slijedećih razloga:[57]

- prevelik je broj TZ niže razine koje su podkapacitirane, prije svega u domeni ljudskih resursa, tj. znanja i vještina potrebnih za obnašanje složenih upravljačkih poslova koje im Zakon daje u nadležnost
- sredstva koja se prikupljaju u tako velikom broju lokalnih TZ često nisu dostatna da bi se iste bavile svim poslovima propisanim zakonom, tim više što se značajan dio sredstava može slijevati u budžete lokalnih samouprava, koje ih potom mogu koristiti za svrhe koje nisu propisane zakonom o turističkim zajednicama
- probleme prevelikog broja lokalnih/mjesnih TZ se dodatno komplicira i prevelikim brojem jedinica lokalne samouprave koje nisu samodostatne u kontekstu mogućnosti obnašanja decentraliziranih funkcija koje su im dodijeljene
- osnivanjem turističkih zajednica na razini grada, općine odnosno mjesta, dakle poštujući isključivo administrativni kriterij, onemogućena je implementacija modela turističke destinacije, ne kao administrativnog već kao ciljno (tržišno) usmjerenog sustava koji na optimalan način zadovoljava zahtjeve potražnje.

Obzirom na navedene nedostatke sustava, kao i nove trendove te važnost turizma za Hrvatsku nameće se potreba za reorganizacijom postojećeg sustava kako bi isti bio učinkovitiji i racionalniji**.**

Novina, odnosno reorganizacija postojećeg sustava ogleda se u formiranju destinacijskih menadžment organizacija (u nastavku: DMO) kojima je cilj strateško i operativno upravljanje destinacijom. Cilj je ovog modela ustroja udruživanje turističkih zajednica na načelima prostorno-funkcionalne i proizvodne cjelovitosti (otoci, rivijere, regije) i financijske samodostatnosti. Poslovna misija DMO-a trebala bi biti razvoj i promocija destinacije kroz

[57] Institut za turizam (2012.) *Glavni plan i strategija razvoja turizma RH*, Izvještaj 13., Organizacija za provedbu, str. 12., www.iztzg.hr, 26.6.2015

koordinirano upravljanje ključnim aktivnostima turističkog razvoja kao što su planiranje, marketing, financiranje, donošenje i provedba odluka kao i razvoj turističkih proizvoda u destinaciji.[58]

Tržišni trendovi, ali i sve veći broj turistički razvijenih područja, odnosno destinacija koje žele povećati ili zadržati svoj tržišni udio, utječu na oštru konkurenciju u kojoj se destinacija može nametnuti specifičnim odlikama po kojima će biti drugačija od ostalih u smislu ponuđenog turističkog proizvoda ili doživljaja.

Kvaliteta isporuke turističkih proizvoda nemoguća je bez detaljnog planiranja, kontroliranja i upravljanja unutar destinacije. Stoga je iznimno važno za destinacije koje žele ostati globalno konkurentne razvijati i jačati destinacijsko upravljanje.

5.3. ZAKONODAVNI OKVIR

Zakonodavni okvir u turizmu u Republici Hrvatskoj reguliran je sa nekoliko specijaliziranih zakona te provedbenim propisima donesenim na temelju istih koji se pojavljuju u formi pravilnika ili uredbi.

Tim su zakonima uređena pitanja i aktivnosti iz djelokruga rada Ministarstva turizma, koje je i nadležno za njihovo predlaganje, a dijelom i za njihovo donošenje (kada je riječ o provedbenim propisima).

U nastavku su navedeni zakoni sa kratkim opisom sadržaja istih:

- **Zakon o pružanju usluga u turizmu** (NN 68/07, 88/10, 30/14, 89/14 i 152/14)

Zakonom se uređuje način i uvjeti pružanja usluga u turizmu te je člankom 2. istoga definirano što se smatra uslugom u turizmu; pružanje usluga turističke agencije, turističkog vodiča, turističkog pratitelja, turističkog animatora, turističkog zastupnika, turističke usluge u nautičkom turizmu, turističke usluge u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, turističke usluge u ostalim oblicima turističke ponude i ostale usluge koje se pružaju turistima u svezi s njihovim putovanjem i boravkom.

[58] Ministarstvo turizma (2014.) *Smjernice za izradu Zakona o turističkim zajednicama*, www.mint.hr, 8.5.2015.

U tijeku je donošenje novog Zakona o pružanju usluga u turizmu obzirom da je važeći u nekim dijelovima ocijenjen kao ograničavajući na razvoj ukupnosti pružanja usluga u turizmu, kao značajnog čimbenika razvoja i jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma. Prijedlogom novog zakona utvrđuje se odgovarajući pravni okvir za razvoj usluga u turizmu, u obimu i raznolikosti, smanjenje prepreka za početak poduzetničke aktivnosti, novo zapošljavanje, odnosno samozapošljavanje, što bi trebalo rezultirati pozitivnim učincima na broj turista i trajanje njihovog boravka u destinaciji, produljenje turističke sezone i u konačnici povećanje prihoda u sektoru turizma.[59]

Neke od novina koje se predlažu urediti novim Zakonom odnose se na propisivanje usluga koje se smatraju turističkim uslugama zdravstvenog turizma, uređuju se turističke usluge u kongresnom i poslovnom turizmu, uređuju se usluge iznajmljivanja osobnih vozila, usluge organizacije putovanja od strane crkve i vjerskih zajednica, regulira se pružanje usluga pustolovnog i aktivnog turizma, propisuje se jedinstveni ispitni program za turističke vodiče, omogućava se svim turističkim agencijama poslovanje u prostorima stambene namjene i dr.

- **Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti** (NN 138/06, 43/09, 88/10, 50/12, 80/13)

Ugostiteljska djelatnost u smislu Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti odnosi se na pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka i pružanje usluga smještaja. Ugostiteljski objekti s obzirom na vrstu ugostiteljskih usluga koje se u njima pružaju razvrstavaju se u skupine: hoteli, kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj, restorani, barovi, catering objekti i objekti jednostavnih usluga.

Izmjenama Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti uvode se novine vezane uz pružanje usluga u ugostiteljskoj djelatnosti te se omogućuje ugostiteljima pružanje usluga smještaja u sobama, apartmanima, studio apartmanima i kućama za odmor, ne samo u poslovnim već i u stambenim prostorima; privatnim iznajmljivačima koji su podnijeli zahtjeva za legalizaciju pružanje usluga u domaćinstvu i bez uvjeta dokazivanja da su vlasnici zemljišta; utvrđuje se minimalno radno vrijeme ugostiteljskih objekata uz mogućnost njegovog produženja od strane jedinica lokalne samouprave te propisuje da ugostitelj ili njegov zaposlenik ima odgovarajući stupanj obrazovanja.[60]

[59] Ministarstvo turizma (2015.*) Nacrt prijedloga Zakona o pružanju usluga u turizmu*, Zagreb, vlada.gov.hr, 26.6.2015.
[60] Ministarstvo turizma (2015.) *Vijesti: Usvojene izmjene turističkih zakona*, www.mint.hr, 26.6.2015.

Novina u odnosu na važeći zakon je i osnivanje središnjeg i javno dostupnog registra za ugostiteljsku djelatnost i usluge u turizmu koji će obuhvatiti sve ugostiteljske i druge objekte u kojima se pružaju ugostiteljske usluge.

- **Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma** (NN 152/08)

Istim se uređuje sustav turističkih zajednica, ustrojstvo, zadaće i način rada turističkih zajednica, te osnovna načela njihova financiranja i gospodarenja.

Obzirom na potrebu uvođenja novina u sustavu upravljanja, o čemu se detaljnije govori u prethodnom poglavlju, izrađen je prijedlog novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma kojim se lokalne TZ zadužuju za razvoj turističkih proizvoda i promociju destinacija, a županijske za konsolidaciju i promociju na razini županije. Glavni ured HTZ-a biti će jače fokusiran na jačanje turističkog brenda Hrvatske.

Neke od predloženih izmjena zakona, od kojih je većina predložena na inicijativu sustava turističkih zajednica su:[61]

- uspostava sustava turističkih zajednica po modelu DMO,
- redefiniranje zadaća turističkih zajednica uz poštivanje načela samodostatnosti,
- utvrđivanje minimalnih financijskih kriterija za osnivanje turističkih zajednica na lokalnoj razini,
- mogućnost sporazumnog udruživanja turističkih zajednica općina ili gradova i turističkih zajednica županija u cilju zajedničkog razvoja turističkog proizvoda i promocije destinacije i dr.

- **Zakon o članarinama u turističkim zajednicama** (NN 152/08, 88/10)

Zakon definira obveznike plaćanja članarine turističkim zajednicama, osnovice i stope po kojima se obračunava članarina turističkoj zajednici, način plaćanja članarine, evidencija, obračun i naplata članarine te druga pitanja od značenja za plaćanje i raspoređivanje članarine turističkoj zajednici.

U cilju smanjenja parafiskalnih nameta sukladno Odluci o smanjenju parafiskalnih nameta u 2015. godini[62] Ministarstvo turizma je uputilo u proceduru Izmjenu Zakona kako bi se

[61] Ministarstvo turizma, (2015.) *Prijedlog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma s konačnim prijedlogom zakona*, www.mint.hr, 26.6.2015.
[62] Vlada RH donijela je Odluku na sjednici od 23.4.2015., vlada.gov.hr, 26.6.2015.

smanjio iznos članarine koja se plaća turističkim zajednicama za 15%.[63] Pored smanjenja članarine predlaže se i plaćanje iste kvartalno, a ne više mjesečno. Cilj je ovih izmjena stvaranje boljeg poslovnog okruženja, te smanjenje administrativnog opterećenja i troškova poslovanja poduzeća.

- **Zakon o boravišnoj pristojbi** (NN 152/08, 59/09)

Zakonom se uređuje obveza plaćanja boravišne pristojbe, način utvrđivanja visine boravišne pristojbe, raspoređivanje prikupljenih sredstava boravišne pristojbe, rokovi i način naplate i uplate boravišne pristojbe, prijava i odjava turista, te druga pitanja od značenja za prikupljanje i raspoređivanje boravišne pristojbe i evidenciju turističkih noćenja.

Obzirom na promjene koje se predlažu u sustavu upravljanja, posebno se tu misli na osnivanje DMO-a, pokrenute su izmjene ovog Zakona čime se stvara odgovarajući pravni okvir za raspodjelu sredstava boravišne pristojbe. Također se uvodi jedinstveni informacijski sustav za prijavu i odjavu turista koji će povezati sve turističke zajednice u Hrvatskoj i biti dostupan putem interneta. Navedeno će omogućiti, osim prijave i odjave gostiju putem interneta, kontrolu naplate boravišne pristojbe kao i međusobnu suradnju tijela javne vlasti u izvršavanju njihovih zadaća bez dodatnih administrativnih barijera.[64]

- **Zakon o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije** (NN 92/10)

Zakonom se utvrđuje pojam turističkog i ostalog građevinskog zemljišta koje nije procijenjeno i uneseno u temeljni kapital trgovačkog društva u postupku pretvorbe, odnosno privatizacije te se uređuju imovinsko pravni odnosi na tom zemljištu i način njegova korištenja.

Nužno je pristupiti izmjenama spomenutog zakona kojima bi se riješili problemi oko definiranja stvarne površine kampa i njegove urbanističke površine, kao i statusa zemljišta i drugih nekretnina u vlasništvu drugih osoba.

[63] Ministarstvo turizma (2015.) *Prijedlog Zakona o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama*, https//esavjetovanja.gov.hr, 26.6.2015.
[64] Ministarstvo turizma (2014.) *Iskaz o procjeni učinaka propisa za nacrt prijedloga Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o boravišnoj pristojbi*, www.mint.hr, 26.6.2015.

- **Zakon o turističkoj inspekciji (NN 2/2014)**

Člankom 3. Zakona propisano je da turistička inspekcija obavlja nadzor nad primjenom zakona i drugih propisa kojima se uređuju način i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe obavljaju ugostiteljsku djelatnost ili pružaju ugostiteljske usluge i/ili pružaju usluge u turizmu, uključujući obavljanje ugostiteljske djelatnosti, odnosno pružanje ugostiteljskih i/ili usluga u turizmu suprotno izdanom rješenju nadležnog tijela, osim u slučaju neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti ili neregistriranog pružanja ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu.

Temeljem navedenih zakona donijeto je niz provedbenih propisa kojima se detaljnije reguliraju određena pitanja iz područja turizma i ugostiteljstva. Na snazi je trenutno 45[65] pravilnika i/ili uredbi.

Pored specijaliziranih zakona, za čije je predlaganje nadležno Ministarstvo turizma, turistička aktivnost podliježe i regulativi iz nadležnosti ostalih ministarstava, kao što su primjerice Ministarstvo financija, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture, Ministarstvo kulture, Ministarstvo graditeljstva i prostornog planiranja itd.

Prema Izvješću o konkurentnosti turizma i putovanja 2015., Svjetskog gospodarskog foruma, koji analizom obuhvaća 141 zemlju, Hrvatska se nalazi na 33. mjestu. Jedan od podindeksa indeksa konkurentnosti je *poslovno okruženje* gdje je Hrvatska rangirana na 125. mjestu. Upravo je po toj osnovi Hrvatska najlošije ocijenjena što nam ukazuje da je, ukoliko želimo stvoriti uvjete za pospješivanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma, potrebno poboljšati zakonsku regulativu, pojednostaviti procedure i smanjiti administraciju.

Zakonska prenormiranost stvara mogućnost proturječnih tumačenja zakonskih odredbi što bitno otežava svakodnevno poslovanje velikom broju pravnih osoba, a posebno se navedeno odražava na investicijsku aktivnost potencijalnih ulagača.

U tom je smislu detektirana potreba za donošenjem posebnog zakona kojim bi se unaprijedila investicijska klima za značajnije projekte koji su od gospodarskog interesa za Republiku Hrvatsku, što se i realiziralo donošenjem Zakona o strateškim investicijskim projektima (25. listopada 2013.).

[65] Prema popisu propisa na mrežnim stranicama Ministarstva turizma, www.mint.hr, 7. 5. 2015.

Zakon je trebao stvoriti preduvjete za pokretanje investicijskih ciklusa, omogućiti brže izdavanje dokumentacije za ostvarivanje javnih i privatnih projekata od strateškog interesa.

Zakonom se omogućava projektima čija je financijska vrijednost veća od 150 milijuna kuna, a koja zadovolje dio od ukupno 12 uvjeta, dobivanje statusa strateških ulaganja i time pravo na ubrzanu proceduru. Obzirom na činjenicu da zakon nije polučio očekivane rezultate, Izmjenama i dopunama spomenutog zakona (NN 12/14) dodatno se investitorima omogućava lakše i fleksibilnije podnošenje financijske dokumentacije vezano za projekt, Naime, praksa je pokazala da većina investitora nije imala zatvorenu financijsku konstrukciju te je stoga novina zakona usmjerena ka rješavanju ove problematike. Privatni investitor dužan je u roku od 60 dana od dana donošenja odluke Vlade o proglašenju strateškog projekta dostaviti Ministarstvu dokaz o osiguranim izvorima financiranja u visini najmanje 10 posto ukupne vrijednosti projekta. To uključuje i bankarsku garanciju domaće ili strane banke i/ili namjenski deponirana oročena sredstva na rok od devet mjeseci.[66]

Pored navedenog zakona, na snazi je Zakon o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja (NN 111/12, 28/13) kojim se utvrđuje niz poticaja za potencijalne ulagače za razne poslovne aktivnosti među kojima i aktivnosti turističkih usluga, a sve u cilju realizacije investicijskih projekata i jačanja konkurentske sposobnosti.

Razvojnom vizijom hrvatskog turizma do 2020. godine izražena je, između ostalog, želja i težnja da Hrvatska bude globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, čime se podrazumijeva pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža hrvatskog turizma.

Stoga je za očekivati, i nužan je, snažan angažman nositelja javne vlasti u stvaranju institucionalnih i drugih uvjeta za pospješivanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma, ali i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata.

Kao što je prethodno navedeno jedan je od koraka u tom smislu učinjen donošenjem Zakona o strateškim investicijskim projektima, no nužno je usuglasiti, odnosno izmijeniti i nekoliko zakona iz domene različitih resora čime bi se povećala funkcionalnost postojećeg zakonskog

[66] Članak 11.a Zakona o izmjenama i dopunama zakona o strateškim investicijskim projektima RH, narodne-novine.nn.hr, 10.5.2015.

okvira prema prijedlogu i prioritetnim mjerama utvrđenim Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine.

Riječ je o slijedećim zakonima;

- Izmjene i dopune Zakona o pomorskom dobru i morskim lukama, u nadležnosti Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture kojim se unapređuje izdavanje koncesija na pomorskom dobru, posebno skraćivanjem procedura za utvrđivanje granica pomorskog dobra, omogućavanjem odobravanja koncesije gospodarskim subjektima koji obavljaju ugostiteljsko-turističku djelatnost na njihov zahtjev (ne na temelju javnog natječaja). Osim toga, nameće se potreba rješavanja pitanja vlasnika nekretnina na pomorskom dobru te određivanje vrednovanja već izvršenih ulaganja.

- Izmjene i dopune Zakona o šumama – kojim bi se omogućavao razvoj investicija u turizmu u šumi i na šumskom zemljištu, uz zaštitu šuma i šumskog fonda.

- Izmjene i dopune zakona o zaštiti kulturnih dobara – kojima bi se jasnije definirali uvjeti, kriteriji, financijski okvir i rokovi za utvrđivanje statusa kulturnog dobra, obzirom da se u dosadašnjoj praksi različito i diskrecijski postupa u postupku određivanja zaštite što predstavlja jedan od ključnih problema s kojim se susreću potencijalni investitori.

- Izmjene i dopune propisa i mjera s područja rada i zapošljavanja čime se povećava mogućnost zapošljavanja u okviru jednostavnijih i neformalnih oblika zapošljavanja te mogućnost korištenja prilagodljivih oblika organizacije radnog vremena i odmora. Osim toga, navedena je potreba donošenja novog zakona o povremenim i privremenim poslovima u svrhu razvoja novih ravnih instituta zapošljavanja radi obavljanja povremenih i privremenih poslova.

- Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu, kojim je potrebno riješiti probleme definiranja stvarne površine kampa, kao i statusa zemljišta i drugih nekretnina u vlasništvu drugih osoba, a vlasničke odnose između RH i trgovačkih društava riješiti kako je Zakonom propisano za turistička naselja i hotele.

Iz sfere fiskalne politike treba istaknuti da se kod ugostiteljskih usluga (smještaj, hrana i piće), sa ciljem poticanja turističkog razvoja primjenjuje diferencirana stopa PDV-a koja je do kraja 2013. godine iznosila 10%.

Međutim, izmjenom Zakona o porezu na dodanu vrijednost izvršena je korekcija stope na navedene usluge te se od 1. siječnja 2014. godine obračunava u visini od 13% iako je strateškim dokumentima naglašena potreba smanjenja fiskalne presije u turizmu. Naravno da navedena korekcija ne utječe povoljno na turistički sektor, kao što ni mijenjanje uvjeta poslovanja ne ide u prilog, ali je ova mjera odraz cjelokupnog gospodarskog stanja u zemlji.

U odnosu na mediteranske zemlje, Hrvatska primjenjuje najvišu stopu PDV-a na ugostiteljske usluge čime se umanjuje konkurentnost poslovnih subjekata u ovom sektoru. Kao primjer možemo istaknuti Grčku koja primjenjuje stopu od 6,5%, Italiju i Španjolsku koje primjenjuju stopu od 10%.[67]

Za pretpostaviti je da će se mjerama i poticajima koji su namijenjeni poduzetnicima sukladno Zakonu o poticanju investicija i unapređenju investicijskog okruženja kompenzirati gubitak uslijed povećanja PDV-a. Osim toga, Vlada ukida ili umanjuje parafiskalne namete koje opterećuju gospodarstvo, te su do 2014. godine ukinuta 52 parafiskalna nameta teška 380 milijuna kuna.[68]

Neovisno o tome, i ovom odlukom, o korekciji poreza, šalje se poruka investitorima da se kratkoročno mijenja fiskalna politika, stvara se pravna nesigurnost, mijenjaju uvjeti poslovanja što umanjuje konkurentsku sposobnost hrvatskog turizma.

5.3.1. Strategija razvoja turizma RH od 2014.-2020.

Strategija turizma je polazišni dokument kojim se definiraju strateški ciljevi i kreiraju odgovarajući operativni planovi čija će provedba omogućiti ostvarenje glavnog koncepcijskog cilja.

Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske od 2014.-2020. donio je Hrvatski sabor 26. travnja 2013. godine, te kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati, utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na poboljšanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja.

[67] Europska Komisija (2015.) *Stope PDV-a turističkog sektora u zemljama članicama EU-a*, www.ec.europa.eu, 20.6.2015.
[68] vlada.gov.hr/gospodarska-platforma/22, 7.5.2015.

Ovim bi se dokumentom trebalo osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije, a njime se omogućava:[69]

- koordinirano djelovanje nositelja turističke politike i sustavno usuglašavanje mjera turističke politike;
- cjelovito razumijevanje ključnih pravaca razvoja hrvatskog turizma kao preduvjet privlačenja interesa potencijalnih domaćih i stranih ulagača; te
- ciljano usmjeravanje razvojno-investicijskog procesa i efikasno povlačenje sredstava EU fondova.

Strategija polazi od analize pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava ograničenja i razvojne mogućnosti te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti.

Vizija razvoja hrvatskog turizma 2020. godine:

Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.[70]

Strategijom se ističe potreba razvoja turizma uz uvjet upravljanja resursima kojim se udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim, i estetskim kriterijima, dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti.

Slijedom toga, vizija razvoja turizma temelji se na deset načela;[71]

- **Partnerstvo –** razvoj „turističkog proizvoda“ podrazumijeva međuresornu i nacionalno-regionalnu suradnju, kao i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom, civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa i sl. Obzirom na kompleksnost „turističkog proizvoda“ uloga je države u ovom segmentu da potiče usku suradnju svih dionika ključnih za njegov razvoj, posebno u donošenju

[69] *Strategija razvoja turizma u Republici Hrvatskoj od 2014.-2020.*, Narodne novine br. 55/13
[70] Ibid, str. 30.
[71] Ibid, str. 28. i 29.

odluka koje će zasigurno biti kvalitetnije i uspješnije u provođenju ukoliko se zainteresirane strane uključe u proces donošenja istih.

- **Institucionalno dereguliranje –** potrebno je pojednostaviti postojeći pravno-legislativni okvir te tako stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir po mjeri poduzetnika. Država u ovom segmentu ima isključivu nadležnost, i to kroz donošenje zakona i ostalih provedbenih akata čime se mogu riješiti nedorečenosti u turističkom zakonodavstvu te pojednostaviti provedba regulative u turizmu. Također, se ovdje može navesti i provođenje proaktivne fiskalne politike te poticanje poduzetničkih projekata kroz program (su)financiranja.

- **Ekološki odgovoran razvoj –** radi se prije svega o primjeni suvremeno tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetski učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), racionalnost u korištenju raspoloživog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta destinacije i mikrolokacije projekta, kao i mogućnost priključenja na postojeće infrastrukturne sustave. Posebnu pažnju valja posvetiti promicanju rješenja koja vode niskougljičnom razvoju Hrvatske i sudjelovanju turističkog sektora u provedbi proaktivnih mjera Strategije zaštite morskog okoliša u cilju njegovog očuvanja i trajne zaštite.

  Država se može uključiti u izradi sustava poticaja okolišno odgovorne prakse u turizmu. Jedan je od načina certificiranje gospodarskih subjekata koji primjenjuju okolišno odgovorno poslovanje čime potvrđuju da politikom zašite okoliša u svojim objektima znatno umanjuju opterećenje okoliša. U Hrvatskoj se provodi certificiranje hotela i kampova dodjelom znaka „Prijatelj okoliša“ koje provodi Ministarstvo zaštite okoliša i prirode u suradnji sa Ministarstvom turizma. Također se od 2013. godine provodi dodjela certifikata „Zeleni hotel“ Udruge poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske koja zajedno sa Ministarstvom turizma i ostalim partnerima sufinancira ovaj projekt. Trenutno 41 hotel ima u Hrvatskoj ovaj certifikat koji jamči da objekti u svom poslovanju slijede svjetske trendove održivog poslovanja, poput uspješnog upravljanja održivošću u svakodnevnom hotelskom poslovanju, zaštiti okoliša i stalnom razvijanju

svijesti o toj zaštiti, energetske učinkovitosti, edukacije zaposlenika, uštede energije i vode, nabave, prodaje, marketinga, kao i kontrole ispuštanja emisija CO2.[72]

Ovdje možemo spomenuti i dodjelu bespovratnih sredstava Fonda za energetsku učinkovitost koji od ove godine pokreće program sufinanciranja obnovljivih izvora energije u turističkom sektoru putem kojeg hoteli, kampovi i privatni iznajmljivači mogu dobiti sredstva za, primjerice, solare, kotlove na biomasu, dizalice topline.[73]

- **Više od sunca i mora –** potrebno je razviti i komercijalizirati niz novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su kulturni turizam, cikloturizam, poslovni i sportski turizam, ekoturizam, ali i golf turizam te zdravstveni i ruralni turizam.

- **Turizam na cijelom prostoru –** ubrzavanje razvoja kontinentalnog turizma neće biti moguće bez kapitalnih investicija u resursno- atrakcijsku osnovu uz znatno korištenje sredstava EU fondova. Pritom u prvom redu valja poticati razvoj onih proizvoda i onih područja koji, zbog značajki resursno atrakcijske osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.

  Uloga je države da uspostavi sustav poticaja ravnomjernijeg regionalnog turističkog razvoja te da se aktivno uključi u pripremu određenog broja razvojno investicijskih projekata.

- **Autentičnost i kreativnost** – uspješno diferenciranje Hrvatske od konkurentnih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i/ili proizvodne autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem.

- **Hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa –** ubrzan razvoj kvalitetne hotelske ponude podrazumijeva ne samo izgradnju hotelskih objekata pogodnih za međunarodno brendiranje, već i izgradnju tematiziranih i/ili butique hotelskih objekata u vlasništvu domaćih malih i srednjih poduzetnika, kao i razvoj integriranih resort projekata.

[72] Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (2015.) *U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima „zeleni certifikat*“, www..upuhh.hr, 26.6.2015.
[73] www.mzoip, 26.6.2015.

U ovom segmentu država može poticati kreditiranje hrvatskih poduzetnika ali i stvoriti povoljnu ulagačku klimu te kroz zakonska rješenja privući i inozemne ulagače za realizaciju značajnijih projekata. Također se država može uključiti aktiviranjem neiskorištene državne imovine na turistički atraktivnim lokalitetima u turističke svrhe.

- **Inovirani tržišni nastup –** potrebno je uspostaviti imidž zemlje koja nudi „više od ljeta i više od sunca i mora“. Rebranding Hrvatske valja temeljiti na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao „zemlje ljepote i ispunjenosti“, odnosno identitetskim vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode, te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota.

  Ministarstvo turizma zajedno sa Hrvatskom turističkom zajednicom glavni su nositelji turističke promocije Hrvatske te provode aktivnosti promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma.

- **Proizvodnja za turizam –** hrvatski proizvođači morali bi se više povezati s turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili na međunarodnoj potražnji, što će postupno utjecati na jačanje njihove konkurentske sposobnosti. U tom smislu, pristup klasterskog povezivanja treba biti smjer budućeg razvoja. Država u ovom segmentu može poticati udruživanja kroz zajedničke mjere Ministarstva poljoprivrede i Ministarstva turizma te pružiti podršku pri pristupu na tržištu. Konkretna mjera koja se predlaže Strategijom odnosi se na kreiranje specijaliziranog Internet portala na kojem bi se obavljale transakcije između zainteresiranih kupaca i prodavača.

- **Kultura kvalitete –** uspješno i dugoročno održivo pozicioniranje hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu podrazumijeva osjetno unapređenje postojeće razine kvalitete i izvrsnosti. Posebno valja naglasiti potrebu ustustavljanja postojećeg obrazovanja za potrebe turizma, ali i uvođenja obveznih programa cjeloživotnog učenja za različite kategorije djelatnika uposlenih u turizmu. Dodatno valja poraditi i na uvođenju kvalitativnih standarda svih kategorija objekata turističke ponude, pri čemu se naglasak stavlja na uvođenje obaveznog licenciranja pojedinih vrsta uslužne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete, objavljivanja liste najboljih ponuđača i slično.

U nadležnosti je države donošenje nastavnih programa u školstvu, pa tako i za strukovne škole kao i za donošenje mreže škola. Pri tome je važno usklađivanje potreba tržišta rada sa sustavom strukovnih škola. Osim toga, u nadležnosti je državnih tijela verificiranje programa stručnog usavršavanja. Također se potiče razvoj Centara kompetencija u svrhu poboljšanja kompetencija učenika srednjoškolskog obrazovanja te polaznika cjeloživotnog učenja sektora turizma i ugostiteljstva koje će biti prilagođene potrebama tržišta rada.

Veoma je važno da se u provođenju Strategije uključe svi subjekti u turizmu kako bi ista polučila očekivane rezultate, odnosno kako bi se provodile zacrtane aktivnosti i zadaci usmjereni ka realizaciji strateških ciljeva.

U završnom dijelu dokumenta navedene su provedbene aktivnosti u skladu sa ciljevima i definiranom vizijom koje se odnose na aktivnosti usmjerene na razvoj proizvoda, razvoj smještajne ponude i turističke infrastrukture, investicije, marketing, jačanje ljudskih potencijala te upravljanje turističkim razvojem.

Ujedno su akcijskim planom razrađene mjere turističke politike koje su usmjerene na uklanjanje postojećih razvojnih ograničenja, te su također definirani i nositelji navedenih mjera.

Očekivane učinke provedbe mjera utvrđenih Strategijom do 2020. godine u brojkama možemo navesti kako slijedi:[74]

- 7 milijardi eura novih investicija
- 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim objektima što je za 102 tisuće više u odnosu na 2011. godinu
- 30 tisuća novo zaposlenih, od čega 20 tisuća u turizmu i 10 tisuća u pratećim djelatnostima
- 86 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima, što je za 43% u odnosu na 2011. godinu,
- 14,3 milijardi eura ukupne turističke potrošnje.

[74] Ministarstvo turizma (2013.) *Prezentacija Strategije razvoja turizma u RH od 2014.-2020.*, www.vlada.hr/sjednice _i_odluke_vlade_rh/2013/75_sjednica_vlade_republike_hrvatske

5.3.2. Strateški dokumenti održivog razvoja i turizam

1992. godine Hrvatski sabor donosi *Deklaraciju o zaštiti okoliša*[75] kojom se Hrvatska opredjeljuje za održiv razvoj. Tekst Deklaracije sadržavao je važne odrednice, kao npr.;

- pretpostavke o pristupu RH međunarodnim ugovorima iz područja zaštite okoliša
- opredjeljenje na gospodarski održiv razvoj temeljen na opstojnoj poljoprivredi, šumarstvu, pomorstvu i turizmu, te gospodarstvu i industriji zasnovanoj na ekološki dopustivim tehnologijama
- energetska politika usmjerena na energetsku učinkovitost i postupno uvođenje obnovljiivh izvora energije
- pravo pojedinca da ima pristup informacijama o stanju okoliša i prirodnih resursa, da sudjeluje u odlučivanju o aktivnostima koje će imati značajan utjecaj na okoliš.

Deklaracija izražava čvrsto opredjeljenje RH da u cijelosti osigura uravnotežen ekološki i gospodarski razvitak u cilju trajnog očuvanja nacionalne baštine za sadašnje i buduće generacije i provedbe ustavnog prava hrvatskih državljana na zdrav život u očuvanom okolišu.

Strategija zaštite okoliša[76] polazi od potrebe da se stanje okoliša u RH unaprijedi te opredjeljenja da se to može ostvariti dogradnjom postojećeg sustava zaštite okoliša. Ističe se važnost usmjeravanja RH ka održivom razvoju, te se naglasak stavlja na koncept održivosti kao dominantne odrednice strategije razvoja. Navedeno podrazumijeva usklađivanje ciljeva zaštite okoliša s dugoročnim nacionalnim socijalnim i ekonomskim interesima, odnosno želi se ostvariti gospodarski i socijalni napredak, ali uz dugoročno očuvanje stanja okoliša.

U Strategiji je izražen stav o potrebi rekonstruiranja turizma zbog njegove važnosti u gospodarstvu, te su ujedno navedeni problemi koji prate ovu aktivnost. Neki od njih jesu;[77]

- većina je smještajnih kapaciteta građeno prema potrebama masovnog turizma,
- ne provodi se sustavna i pravovremena izgradnja komunalne infrastrukture,
- granice građevinskih područja često su stručno neutemeljene,
- loše održavanje i prezaduženost.

[75] Narodne novine br. 34, 1992. godina
[76] Narodne novine br. 46, 2002. godina
[77] Nacionalna strategija zaštite okoliša, narodne-novine.nn.hr, 10.5.2015.

Osim toga glavni je problem turizma njegova vremenska koncentracija, odnosno pojava pritiska u vrlo kratkom razdoblju.

Definirani su prioriteti zaštite okoliša:

- uravnotežen i osmišljen razvoj uz zaštitu svih resursnih potencijala te njihovo potpunije valoriziranje,
- jačanje i razvoj različitih vrsta novih oblika turizma, umjesto masovnog,
- vremenski bolje raspoređen turizam sa sadržajima u što većem dijelu godine.

Nacionalni plan djelovanja na okoliš donijela je Vlada RH 22. studenog 2001. godine (Narodne novine br. 46 od 29. travnja 2002.).

Poglavlje 4.1.4. obrađuje turizam, sa osvrtom na stanje u području, pritiscima na okoliš, dosadašnju politiku, identifikaciju problema i prioriteta te se utvrđuju ciljevi i mjere.

Pored zajedničkih problema koji su navedeni u Strategiji, naglašena je važnost okoliša za turizam obzirom da je isti njegov primarni resurs.

Neki od izravnih pritisaka turizma na okoliš jesu slijedeći[78]

- iscrpljivanje prirodnih resursa, pri čemu se podrazumijeva zauzimanje najkvalitetnijeg prostora na kopnu i na moru, povećana potrošnja pitke vode i plodova mora,
- vizualna degradacija prostora proizišla iz izgradnje na neodgovarajući način,
- neodgovarajuće zbrinjavanje komunalnog otpada,
- povećano onečišćavanje zraka i buka zbog povećanog prometa,
- ugrožavanje lokalnog načina života i socio-kulturnog identiteta,
- oštećivanje prirodne i kulturne baštine.

Posebno se ističe naglasak na održivi turistički razvoj u usvojenim plansko-turističkim dokumentima.

Poštivanje ekoloških mjera mora postati standard ponašanja svih subjekata. Budući se turizam ne može razvijati bez kvalitetnog prostora i očuvanog okoliša, država može i mora utjecati na suzbijanje izravnih pritisaka turizma na okoliš kroz prostorno planiranje, zakonsku regulativu

[78] Nacionalni plan djelovanja za okoliš, 4.1.4. Turizam, 4.1.4.2 Pritisci na okoliš, www.narodne –novine.nn.hr, 10.5.2015.

koja se odnosi na namjenu i korištenje prostora, gospodarenje otpadom, propisivanje kazni za onečišćivače i provođenje nadzora, poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, te financiranje ostalih programa zaštite okoliša, Također je važno praćenje sastavnica okoliša – mora, vode, zraka, tla, buke, biološke raznolikosti, kao i provođenje izobrazbe osoblja, te informiranje turista o važnosti zaštite okoliša.

Što se tiče zaštite okoliša, odnosno prostora, definirani su ciljevi glavnih aktivnosti u hrvatskom turizmu:

- zaštita svih resursnih potencijala i njihovo što potpunije valoriziranje
- uravnotežen razvoj osmišljen na načelu održivosti
- veća uloga turizma u podizanju kakvoće neposrednog okoliša

Kako bi se navedeni ciljevi realizirali dano je niz smjernica kao što su; planiranje razvoja turizma na lokalnoj, županijskoj i nacionalnoj razini, razvojne planove temeljiti na prihvatnom kapacitetu, u turističkom planiranju domicilno stanovništvo i turiste promatrati kao subjekte čiji su dugoročni interesi istovjetni, promicati turizam koji skrbi o okolišu, jačati svijest lokalnog stanovništva i zaposlenih u turizmu o okolišu, povezivati sektor turizma sa ostalim sektorima i dr.

Strategiju održivog razvitka[79] donio je Hrvatski sabor 20.veljače 2009., a izradilo ju je Ministarstvo zaštite okoliša, prostornog uređenja i graditeljstva u suradnji sa nadležnim upravnim tijelima za poslove gospodarstva, zdravstva, socijalne skrbi, poljoprivrede, šumarstva, vodnog gospodarstva, obrazovanja, znanosti, mora, turizma, prometa i razvitka.

Strategija sadrži temeljna načela, postavlja osnovne ciljeve i mjere održivog razvoja gospodarstva, održivoga socijalnog razvoja i zaštite okoliša te identificira ključne izazove u njihovu ostvarivanju.

Održiv razvitak pretpostavlja ostvarivanje tri opća cilja; stabilnog gospodarskog razvitka, pravedne raspodjele socijalnih mogućnosti te zaštite okoliša, a koji se mogu ostvariti u zajedničkoj suradnji svih dionika.

U Strategiji je naglašena potreba informiranja javnosti u cilju podizanja svijesti građana i poticanja na sudjelovanje te pretpostavlja proces dogovaranja kako bi se odrediti prioritetni gospodarski, socijalni i okolišni izazovi i mjere.

[79] Narodne novine br. 30, 2009. godina

5.4. KONKURENTNOST HRVATSKOG TURIZMA

Hrvatsku karakterizira ugodna mediteranska klima, što je zajedničko sa zemljama Mediterana koje možemo smatrati glavnim konkurentima. Povoljni klimatski uvjeti omogućavaju tim destinacijama razvijanje kupališnog turizma kao primarne vrste turizma što dovodi do najveće koncentracije turističkog prometa u ljetnim mjesecima. No, osim sunca i mora zemlje ovog područja pružaju i druge vrijednosti koje mogu zadovoljiti različite skupine turista, što najbolje govori podatak da upravo zemlje Mediterana ostvaruju najveći broj međunarodnih dolazaka u Europi.

U odnosu na ostale zemlje Mediterana Hrvatska je, zbog razdoblja raspada bivše države, sporije ušla u procese modernizacije turizma. Unatoč povećanju poslovnih učinaka u razdoblju od 2000. do 2011. godine nije došlo do promjene u pogledu prosječne zauzetosti turističkih kapaciteta.

Zbog promjena u ponašanju i potrebama turista potrebno je stvoriti proizvode i usluge, odnosno razloge za putovanja i boravak u Hrvatskoj izvan sezone. Važno je da se Hrvatska približi suvremenim turističkim trendovima gdje se pažnja posvećuje ekologiji, aktivnom odmoru gostiju, kulturnom identitetu destinacije te kvaliteti usluga. Prednost u odnosu na ostale konkurentske zemlje, Hrvatska može imati u razvoju različitih oblika turizma kao što su primjerice sportski, zdravstveni, nautički, ruralni, gastro, itd.

Tablica 8: Indeks turističke konkurentnosti - Hrvatska u odnosu na odabrane zemlje

	2013.	2015.	+/-
Crna Gora	40	67	↓
Hrvatska	35	33	↑
Grčka	32	31	↑
Italija	26	8	↑
Malta	24	40	↓
Portugal	20	15	↑
Slovenija	36	39	↓
Španjolska	4	1	↑

Izvor: obrada autorice, prema World economic forum, Travel and competitiveness Report, 2015., dostupno na www.weforum.org, 9.7.2015.

U posljednjih nekoliko godina pozicija Hrvatske u Izvješću putovanja i turizma je stabilna što se vidi iz prikaza gdje je data usporedba 2015. godine sa 2013.

U odnosu na 2013. Hrvatska je poboljšala svoju poziciju za dva mjesta. Budući je kod izrade ovogodišnjeg izvješća primijenjena nova metodologija teško je napraviti usporedbu sa podacima iz prošlih godina.

Značajniji pomak na ljestvici Indeksa turističke konkurentnosti nije ostvaren zbog loše ocijenjenih stupova koji se odnose na poslovno okruženje, cjenovnu konkurentnost, ljudski kapital i tržište rada, te prioritetnost sektora putovanja i turizma. Hrvatska je rangirana na 125. mjestu prema stupu poslovnog okruženja. Navedeno upućuje na potrebu poboljšanja pravne regulative kako bi se poslovanje u turizmu olakšalo.

Navedeno je ograničenje razvoja turizma utvrđeno i Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske od 2014.-2020., kojom je posebno naglašena potreba pojednostavljenja (deregulacije) postojećeg pravnog okvira u cilju stvaranja stimulativnog i transparentnog institucionalnog okvira po mjeri poduzetnika. U ovom segmentu država ima ključnu ulogu jer ima isključivu nadležnost u donošenju zakona, odnosno stvaranju institucionalnog okvira unutar kojeg će se pojedina gospodarska aktivnost razvijati.

Strategijom su utvrđene i podmjere kojima se predlažu izmjene zakona iz nadležnosti više resora kako bi se određene procedure pojednostavile i skratile, upravo međuresornim usklađivanjem i suradnjom. Iako je naglašena potreba deregulacije, valja napomenuti da će turističko privređivanje obilježiti sve veća regulacija u zakonodavstvu u uobičajenoj poslovnoj praksi. Posebno se tu misli na zaštitu potrošača, radno zakonodavstvo, usklađivanje fiskalne politike te uvođenje standarda i certifikata kojima se regulira kvaliteta, praćenje poslovanja i procedure rada.

U narednoj tablici prikazana je pozicija Hrvatske u odnosu na neke od zemalja Mediterana, obzirom na stupove konkurentnosti za 2015. godinu iz koje ćemo zaključiti u kojim je područjima Hrvatska u prednosti, odnosno u kojim područjima zaostaje u odnosu na konkurentne zemlje.

Tablica 9: Pozicija Hrvatske u odnosu na odabrane zemlje Mediterana u 2015. godini

14 stupova Indeksa konkurentnosti	Hrvatska	Španjolska	Italija	Grčka
Poslovno okruženje	125	100	127	104
Zaštita i sigurnost	28	31	48	57
Zdravlje i higijena	18	33	20	9
Ljudski kapital i tržište rada	80	34	75	45
ICT infrastruktura	38	31	35	49
Prioritet sektora turizma i putovanja	74	6	65	24
Međunarodna otvorenost	19	41	24	25
Cjenovna konkurentnost	101	105	133	113
Ekološka održivost	42	29	47	61
Zračna infrastruktura	53	12	26	27
Kopnena i lučka infrastruktura	44	10	32	51
Infrastruktura turističkih usluga	6	4	3	12
Prirodni resursi	33	14	13	46
Kulturni resursi i poslovna putovanja	36	1	3	32

Izvor: obrada autorice, prema World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015., dostupno na na www.weforum.org, 9.7.2015.

Iz navedenih parametara vidljivo je da je Hrvatska najbolje rangirana u infrastrukturi turističkih usluga (6. mjesto), zdravlja i higijene (18. mjesto), međunarodne otvorenosti (19. mjesto), te zaštite i sigurnosti (28. mjesto)

Po razvijenosti zračne infrastrukture Hrvatsko je daleko iza svojih konkurenata. U posljednjih nekoliko godina došlo je do porasta zračnog prometa što je vezano uglavnom za low cost i charter linije tijekom glavne sezone, ali nedostaju redovite zračne linije koje su ključne za rješavanje problema prekratke sezone.

Također, zaostaje kada je u pitanju ljudski kapital što upućuje na potrebu dodatnog usavršavanja stručnih kadrova i općenito radne snage u turizmu.

U nedostatku potpunih podataka o broju i kvalifikacijskoj strukturi zaposlenih u turizmu preuzeti su službeni raspoloživi podaci o zaposlenima u pravnim osobama u djelatnosti pružanja usluga smještaja i pripreme hrane obzirom da ova djelatnost kreira veliki broj radnih mjesta u turizmu.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u pravnim osobama, u djelatnosti pružanja usluga smještaja i pripreme hrane bilo je zaposleno u 2014. godini 55 679 osoba. Podatak iskazuje prosječan broj zaposlenih, a najniži se bilježi u siječnju (42 598) dok su najviši pokazatelji zabilježeni u srpnju (67 096) i kolovozu (67 267).[80] Podatak ne sadrži broj zaposlenih u obrtima koji zapošljavaju više od 30 000 osoba. Ova procjena proizlazi iz podatka o ukupno 85 351[81] zaposlenih u 2013. godini u djelatnosti pružanja usluga smještaja i pripreme hrane.

Prema obrazovnoj strukturi prevladavaju osobe sa srednjom stručnom spremom (19 037), te KV i NKV radnici (7 596).[82] Nažalost, struktura zaposlenih prema stručnoj spremi za obrtnike u ovoj djelatnosti se ne prati što otežava kvalitetniju analizu.

Razvoj turizma nije moguć bez dostatne i kvalitetne radne snage. Ovdje se misli na menadžere koji mogu planirati i rješavati operativne probleme, kvalificirane i motivirane djelatnike koji su u stanju pružiti kvalitetnu uslugu te nedostatak znanja i vještina djelatnika u javnom sektoru koji su zaduženi za stvaranje poticajnog okruženja. U tom segmentu je važno povezivanje turističkog sektora sa obrazovnim institucijama radi usklađivanja potreba na

[80] Državni zavod za statistiku (2015.) *Priopćenje broj 9.2.6.*, Zagreb, www.dzs.hr, 18.6.2015.
[81] Državni zavod za statistiku (2014.) *Statističke informacije*, Zagreb, www.dzs.hr, 18.6.2015.
[82] Državni zavod za statistiku (2014.) *Statistički ljetopis,* Zagreb, www.dzs.hr, 18.6.2015.

tržištu rada sa programima koji se provode u obrazovnom sustavu. Pored navedenog, novi trendovi u turizmu zahtijevaju specijalizirana znanja, stoga je važno poticati cjeloživotno obrazovanje kadrova.

Problem kvalitetne radne snage u turizmu zasigurno je posljedica sezonskog zapošljavanja kao i rada na određeno što rezultira zapošljavanjem nestručne radne snage, što je ograničavajući faktor ukoliko se turizam želi razvijati na način da bude konkurentan.

Pružanje visoko kvalitetne turističke usluge podrazumijeva praćenje novina, kontinuirano usavršavanje te podizanje znanja i vještina zaposlenih u turizmu. U tom smislu država može intervenirati kroz mrežu srednjih strukovnih škola kao i kroz usklađivanje kurikuluma sukladno potrebama tržišta. Također se zbog potrebe usavršavanja kadrova u turizmu zbog kompleksnosti turističkih usluga potiče otvaranje Centara kompetencija. Prema Programu jačanja ljudskih potencijala u turizmu, planira se osnovati do 2020. godine ukupno sedam centara koji bi bili raspoređeni po cijeloj Hrvatskoj. Cilj je ovih centara jačanje izvrsnosti u nastavnom procesu strukovnog obrazovanja na svim razinama, povezivanje sa praksom, osiguravanje fleksibilno i kontinuirano obrazovanje djelatnika u turizmu i ugostiteljstvu, te općenito povećati razinu konkurentnosti ljudskih potencijala.

5.5. MJERE ZA JAČANJE KONKURENTNOSTI

5.5.1. Program konkurentnosti turističkog gospodarstva

Sa ciljem jačanja konkurentnosti turizma, a sukladno usvojenim strateškim dokumentima Ministarstvo turizma provodi program „Konkurentnost turističkog gospodarstva“ koji za 2015. godinu obuhvaća dodjelu bespovratnih sredstava u iznosu od 24.194.000,00 kn.

Program dodjele bespovratnih sredstava sastavljen je od tri mjere:

a) povećanje standarda, kvalitete i dodatne ponude, diversifikacija poslovanja i održivi razvoj, korištenje novih tehnologija, poboljšanje socijalne uključenosti. Potkategorije mjere odnose se na hotele, kampove, seljačka domaćinstva i objekte u domaćinstvu.

b) razvoj posebnih oblika turizma, za subjekte registrirane za pružanje usluga u turizmu i ugostiteljstvu. Prihvatljive aktivnosti su razvijanje ruralnog i planinskog turizma, cikloturizam, pustolovni i sportsko-rekreativni turizam i drugo.
c) internacionalizacija i međunarodna prepoznatljivost. Prihvatljive aktivnosti su sufinanciranje međunarodnih skupova/foruma vezanih uz investicije u turizmu, te članarine u prestižnim asocijacijama smještajnih ugostiteljskih objekata za prve tri godine članstva.

Korisnici ovog paketa mjera mogu biti subjekti malog gospodarstva (trgovačka društva izvan javnog sektora, obrti i zadruge), seljačka domaćinstva (OPG koje pruža ugostiteljske i/ili turističke usluge) i fizičke osobe (privatni iznajmljivači).

Ciljevi ovog paketa mjera usmjereni su ka ublažavanju ili uklanjanju detektiranih razvojnih ograničenja hrvatskog turizma, a odnose se na:

- razvoj ponude složenih/kreativnih/inovativnih turističkih proizvoda,
- povećanje razine zauzetosti smještajnih kapaciteta i produljenje turističke sezone,
- povećanje prosječne potrošnje po danu boravka,
- povećanje razine zaposlenosti i samozapošljavanja,
- umrežavanje sa drugim pružateljima turističkih usluga na destinacijskoj razini,
- unapređenje međunarodne prepoznatljivosti.

Kako bi se podigla razina konkurentnosti te pratili trendovi suvremene potražnje potrebno je dodatno ulagati u brendiranje destinacije, težiti ka turističkoj godini a ne samo sezoni koja traje svega nekoliko mjeseci te svakako poticati razvoj kvalitetnih turističkih proizvoda/sadržaja za što Hrvatska ima potencijala i po čemu će se diferencirati od ostalih destinacija u okruženju.

5.5.2. Fond za razvoj turizma

Zakonom o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije (Narodne novine 92/10), naknada za koncesiju dijeli se na način da se 60% uplaćuje u korist Državnog proračuna dok se preostali iznos uplaćuje u korist jedinica lokalne i područne samouprave u jednakim dijelovima.

Sredstva koja se uplaćuju u korist Državnog proračuna, usmjeravaju se u korist Fonda za razvoj turizma i namijenjena su isključivo za razvoj turističke infrastrukture i očuvanje turističke resursne osnove.

Slijedom navedenog, Vlada Republike Hrvatske donijela je 26. rujna 2013. godine Odluku o raspolaganju sredstvima Fonda za razvoj turizma. Važno je istaknuti da je riječ o bespovratnim sredstvima koja se dodjeljuju u svrhu jačanja atraktivnosti pojedine destinacije a time i konkurentnosti cjelokupnog turizma.

Javni poziv za prikupljanje prijava za financiranje projekata iz ovih sredstava raspisuje Ministarstvo turizma.

Prema Programu Fonda u 2014. godini utvrđena su slijedeća područja financiranja:[83]

I. ***Javna infrastruktura u turizmu*** su objekti javnih subjekata kojima se unaprjeđuje konkurentnost turističke destinacije razvojem različitih oblika turističke ponude (kulturni, zdravstveni, poslovni i drugi oblici turizma)
   - Višenamjenski objekti, centri/dvorane za održavanje specijaliziranih ugostiteljsko turističkih obrazovnih programa, kongresa/konvencija, izložbi, koncerata i drugih događanja
   - Javna golf igrališta (bez smještajnih objekata)
   - Objekti sportsko planinskih turističkih odredišta
   - Objekti lokalne infrastrukture: prirodne i uređene plaže, turistički informativni centri, centri za posjetitelje kao dio sadržaja projekta javne turističke infrastrukture i sl.

[83] www.mint.hr, 18.1.2015.

- Objekti izletničke infrastrukture kao npr. biciklističke staze bike parkovi, planinarske ceste, vinske ceste, poučne staze i druge tematske ceste, putovi i staze
- Tematski parkovi
- Neperspektivna imovina u vlasništvu jedinica lokalne, područne samouprave i Republike Hrvatske koja bi se valorizirala kroz turizam
- Drugi objekti javne infrastrukture u turizmu.

II. Turističke atrakcije

- Objekti devastirane kulturne i povijesne baštine (dvorci, palače, utvrde, kuće tradicijske arhitekture, spomenici industrijske baštine, tradicijske radionice i dr.) koji će se valorizirati kroz turizam kao objekti javne infrastrukture: muzeji, javni prostori za događanja i sl.
- Resursi prirodne baštine (nenaseljeni otoci, jezera, vodopadi, kanjoni, špilje, močvare, zaštićena prirodna područja) koji se valoriziraju kroz turizam.

Predlagatelji programa mogu biti subjekti javnog sektora: jedinice lokalne, područne samouprave, trgovačka društva u njihovom ili državnom vlasništvu, turističke zajednice, javne ustanove nacionalnih parkova i parkova prirode[84]

Putem Fonda za razvoj turizma sredstva koje Država ubire od turističkog zemljišta vraćaju se ponovno, odnosno ulažu u turizam što je zasigurno poticaj javnom sektoru da iskoristi mogućnost dodjele bespovratnih sredstava kako bi ojačali atraktivnost svojih destinacija.

U 2014. godini sredstvima Fonda u iznosu od ukupno 13.090.000,00 kn sufinancirano je 28 projekata, dok je u 2015. godini dodijeljen iznos od 20.810.000,00 kn za sufinanciranje 54 projekata.[85] Radi se o projektima javnog sektora u funkciji zaštite resursne osnove kao i sufinanciranju pripremne dokumentacije razvojnih projekata.

Cilj je svake destinacije koja se opredjeljuje za razvoj turizma na svojem području da postane atraktivna i konkurentna, te se upravo kroz valorizaciju prirodne i kulturne baštine, ali i razvojem javne infrastrukture jača njezina atraktivnost.

[84] Program Fonda za razvoj turizma, www.mint.hr, 8.5.2015.
[85] Odluke o odabiru projekata objavljene su na mrežnim stranicama Ministarstva turizma, www.mint.hr, 18.6.2015.

Veoma je važno da su projekti koji se kandidiraju usuglašeni sa strateškim ciljevima razvoja te da su pažljivo planirani i kvalitetno osmišljeni.

5.5.3. Ostali poticaji i potpore

U cilju podizanja kvalitete ljudskih potencijala u turizmu i ugostiteljstvu te jačanja konkurentnosti turističke ponude Ministarstvo turizma dodjeljuje bespovratna sredstva strukovnim udrugama u turizmu i/ili ugostiteljstvu. Za 2015. godinu osigurana su sredstva u iznosu od 2.800.000,00 kn namijenjena aktivnostima koje obuhvaćaju programe stručnog usavršavanja i osposobljavanja kao što su primjerice: seminari, radionice, kongresi kao i drugi oblici stjecanja novih kompetencija znanja i vještina te projekti uvođenja inovativnosti u turizmu i ugostiteljstvu.[86]

Osim Ministarstva turizma potpore iz djela sredstava boravišne pristojbe osigurava i Hrvatska turistička zajednica koja se dodjeljuju putem javnih poziva.

Hrvatska turistička zajednica u okviru svojeg djelokruga i programa rada osigurava bespovratne potpore za organizaciju događanja na teritoriju Republike Hrvatske od međunarodnog, nacionalnog ili regionalnog značaja kao glavnog motiva dolaska turista u destinaciju, a koje pridonose slijedećim ciljevima:[87]

- Unapređenju/obogaćivanju turističkog proizvoda/ponude pojedine uže ili šire destinacije i Hrvatske u cjelini,
- Razvoju sadržaja koji omogućuju produženje turističke sezone
- Povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone te na kontinentu,
- Jačanju snage brenda hrvatskog turizma,
- Stvaranju prepoznatljivog imidža hrvatskog turizma.

Za 2015. godinu temeljem Javnog poziva potpore su namijenjene za:

[86] www.mint.hr, 8.5.2015.
[87] www.mint.hr, 8.5.2015.

- Program 1. - potpore događanjima na turistički nerazvijenim PPS[88] područjima, kojima se smatraju područja svih kontinentalnih županija, osim područja Grada Zagreba te sva naselja s područja ostalih županija, koja na svojem području nemaju izlaz na more.
- Program 2. - potpore nacionalnim i regionalnim događanjima kulturno/zabavnog, sportskog, eno-gastronomskog karaktera te ostala događanja (povijesna, tradicijska i dr.).
- Program 3. - TOP događanja koja su međunarodnog karaktera te koja su motiv za dolazak najmanje 10.000 posjetitelja od čega najmanje 50% stranih. Potpore se dodjeljuju za zabavna i sportska događanja.

Korisnici sredstava mogu biti pravne i fizičke osobe, i to: trgovačka društva, obrti, zadruge, nacionalni sportski savezi, javne ustanove, ustanove u kulturi, umjetničke organizacije, jedinice lokalne i regionalne samouprave, turističke zajednice.

Hrvatska turistička zajednica dodjeljuje bespovratne potpore za razvoj DMK (Destinacijska menadžment kompanija), odnosno stvaranje poticajnog okružja za uspješan razvoj nove ponude složenih turističkih proizvoda za turističko tržište posebnih interesa koji su preduvjet za poboljšanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma, produženje turističke sezone i tržišnu valorizaciju turističkih potencijala svih hrvatskih područja.[89]

Cilj je Javnog poziva Hrvatske turističke zajednice:

1. Izbor potencijalnih kandidata za razvoj DMK koji se bave razvojem složenih destinacijskih proizvoda u Hrvatskoj (po poslovnom modelu destinacijski orijentirane DMK) i razvojem specifičnih/tematskih proizvoda u Hrvatskoj (po poslovnom modelu proizvodno orijentirane DMK)
2. Dodjela bespovratnih novčanih sredstava Hrvatske turističke zajednice za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa koji pridonose sljedećim ciljevima:

- Aktiviranju neiskorištenih turističkih resursa i kreiranju novih motiva dolazaka turista na cijelom području Hrvatske ,

[88] Oznaka PPS (pred i posezona) dodjeljuje se destinacijama koje su se kandidirale u projektu HTZ-a pod nazivom Hrvatska 365 – PPS destinacija
[89] Business.croatia.hr/h-HR/Hrvatska-turistička-zajednica/Potpore-HTZ-a, 8.5.2015.

- Obogaćivanju turističke ponude, posebice na destinacijama koje su dobile oznaku „PPS destinacija“,
- Razvoju inovativnih proizvoda koji omogućavaju produljenje turističke sezone i smanjenje sezonalnosti te povećanje turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone te na kontinentu,
- Stvaranju prepoznatljivog imidža Hrvatske kao destinacije turizma posebnih interesa, te
- Tržišnoj valorizaciji složenih turističkih proizvoda kao razloga dolaska turista na pojedinu destinaciju u Hrvatskoj.

5.6. INTERPRETACIJA REZULTATA PROVEDENE ANALIZE

Glavna obilježja hrvatskog turizma su sezonalnost, nedovoljna iskorištenost i nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta te nedostatak kvalitetnih ljudskih resursa. Tome valja pridodati nepovoljno poslovno okruženje opterećeno visokim fiskalnim i brojnim parafiskalnim nametima, kao i birokratiziranom administracijom koja se pokazala sporom i neučinkovitom. Razlog su tome zasigurno brojni propisi i podzakonski proceduralni akti koji usporavaju ostvarivanje određenih aktivnosti i ishođenje potrebnih dokumenata važnih za poslovanje subjekata u turizmu.

Važna je činjenica što Hrvatska ima strateški dokument koji je usuglašen sa svim relevantnim dionicima, i kojim su utvrđene mjere i nosioci zaduženi za provođenje istih.

Realizacija ciljeva zacrtanih Strategijom razvoja turizma do 2020. godine uvelike će ovisiti i o angažmanu i intervenciji države. Posebno je uloga države važna u podizanju konkurentnosti stvaranjem poticajnog poslovnog okruženja, što bi trebalo rezultirati značajnijim ulaganjima koja će pridonijeti povećanju učinaka turizma. Tu se posebno misli na broj noćenja i zaposlenih direktno u turizmu i indirektno u ostalim djelatnosti. U konačnici turizam bi trebao generirati veće prihode.

Ministarstvo turizma je aktivno uključeno u rješavanje detektiranih ograničenja kroz normativne aktivnosti, razrađen sustav poticaja pretežno javnom ali i privatnom sektoru u cilju jačanja konkurentnosti i atraktivnosti destinacija, te je također uključeno u realizaciju značajnijih kapitalnih projekata na državnoj imovini koja se stavlja u funkciju turizma. Kao primjer možemo navesti projekt Kupari za koji je u tijeku međunarodni javni natječaj za odabir investitora.

Od ukupno 26 mjera utvrđenih Strategijom započelo se sa radom na 23 mjere, od koji su neke realizirane, neke su u tijeku provođenja ili u fazi pripreme. Izrađeno je osam Akcijskih planova: Nacionalni program unapređenja malih obiteljskih hotela, Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja, Nacionalni program uređenja i upravljanja morskih plaža, Akcijski plan razvoja kongresne ponude, studija povećanja konkurentnosti razvoja turizma, Unapređenje malog i srednjeg poduzetništva, u turizmu, Program jačanja ljudskih potencijala u turizmu, Nacionalni program razvoja socijalnog turizma. U tijeku je izrada Akcijskih planova razvoja nautičkog, zdravstvenog, kulturnog turizma, Akcijski plan razvoja

cikloturizma, Akcijski plan za zeleni turizam i Akcijski plan za turizam u ruralnim područjima.

Država se kroz ove mjere aktivno uključuje u rješavanje razvojnih ograničenja, te u razvijanje selektivnih oblika turizma u cilju produljenja turističke sezone ali i razvijanja turizma u kontinentalnom dijelu Hrvatske. Ovim pristupom postiže se uravnotežen razvoj, kao i valorizacija i zaštita resursa.

Također je važan korak u rješavanju učinkovitosti sustava izmjena paketa „turističkih" zakona kojima bi se trebao poboljšati sustav upravljanja na svim razinama, te kojim će se novim ustrojstvenim oblicima (DMO) kvalitetnije upravljati destinacijom i razvijati novi proizvodi što će privlačiti i motivirati dolazak i boravak gostiju u destinaciju.

U ovom segmentu je država djelovala sukladno postavljenim smjernicama i ciljevima.

No, kao što je u radu istaknuto, na razvoj turizma utječe institucionalni okvir unutar kojeg se razvijaju i ostale aktivnosti i djelatnosti a utječe na poslovno okruženje. Ovdje valja naglasiti da su određeni koraci učinjeni, međutim u nedovoljnoj mjeri što otežava jačanje poduzetništva i realizaciju investicija. I dalje je Hrvatska najmanje konkurentna u odnosu na zemlje Mediterana upravo u segmentu poslovnog okruženja, posebice zakonodavstva, učinkovitosti administracije, fiskalnog opterećenja. Provedena istraživanja Svjetskog ekonomskog foruma ukazuju da država mora poraditi na poboljšanju poslovnog okruženja, i to značajno ukoliko želi jačati konkurentnost, te biti kao takva prepoznata na tržištu.

Smatram da će veliki izazov za državu biti usuglašavanje potreba tržišta rada sa obrazovnim sustavom, što je detektirano kao važan problem i ograničenje u turizmu. Iako se radi na realizaciji Centara kompetencija, za što se priprema dokumentacija kako bi se projekti aplicirali na sredstva Europskog socijalnog fonda, ključna je intervencija nadležnog ministarstva u obrazovnom sustavu. Posebno se ovdje misli na srednje strukovno obrazovanje koje je potrebno unaprijediti kako bi se zadovoljile potrebe za razvojem profesionalnih kadrova u turizmu. Centri će zasigurno pridonijeti poboljšanju i usavršavanju vještina i znanje zaposlenih u turizmu obzirom na sve veće zahtjeve za specijalizacijom usluga.

6. ZAKLJUČAK

Nesporno je da je turizam pojava ili aktivnost koja ima tendenciju rasta, te da obuhvaća niz pojava i odnosa koji nastaju za vrijeme turističkog putovanja. U svojoj realizaciji zadire u ekonomski, ekološki, socijalni te kulturološki aspekt života.

Suvremeni turizam doživljava promjene te je pod utjecajem različitih odrednica kao što su npr. globalizacija, turistička politika, socio-demografske promjene i dr.

Stoga je važno da sve destinacije koje rade na razvoju svog turističkog sektora pažljivo i osmišljeno planiraju i usmjeravaju razvoj turizma u željenom smjeru. Obzirom da turizam obuhvaća brojne djelatnosti, turistička politika mora biti integralna, odnosno ista se sastoji od djelomičnih politika pojedinih sudionika u razvoju turizma.

Doprinosi turizma nacionalnom gospodarstvu manifestiraju se na različite načine, a pored pozitivnih učinaka u receptivnim turističkim zemljama turizam donosi i negativne učinke kao što u odljev sredstava iz destinacije zbog uvoza roba, rast cijena nekretnina, rast društvenih troškova i dr.

Upravo je uloga države da aktivnom i poticajnom turističkom politikom, ali i općom ekonomskom politikom stvori takav institucionalni okvir kojim će omogućiti, odnosno maksimalno iskoristi pozitivne ekonomske učinke turizma te minimizirati ili ublažiti one negativne.

U tu svrhu država donosi niz mjera koje možemo podijeliti na:

- ekonomske - putem kojih djeluje na fiskalnu, monetarnu i politiku javnih rashoda,
- zakonske - u okviru kojih stvara institucionalne uvjete za provođenje turističke politike,
- administrativne- kojima se uređuju prava i obaveze sudionika u turizmu, te
- planske - koje se sastoje od planova i strategija razvoja turizma.

Turistička politika određuje konkurentnost turizma pojedine države, odnosno destinacije. Također je važno poticanje primjene koncepta održivosti u turističkom sektoru budući da održivi razvoj ima posebno značenje za turizam. Naime, održivi je razvoj pitanje opstanka turizma kao složene socio-kulturološke pojave.

Stoga je važna uloga države i državnih institucija da prepoznaju i snažno potiču promjene te donose odgovarajuće mjere kojima će, na više razina, stimulirati razvoj turizma, doprinijeti jačanju konkurentnost destinacije, ali i poticati primjenu koncepta održivosti.

Turizam u Hrvatskoj ima veliko značenje u usporedbi sa drugim granama gospodarstva o čemu govore i strateški dokumenti koji tretiraju turizam kao stratešku djelatnost sa značajnim ekonomskim učincima. Promjene koje nameće suvremeno turističko tržište kao i utjecaji turizma na domicilno stanovništvo nameću potrebu definiranja smjernica daljnjeg razvoja turizma u Hrvatskoj kao i suvremenog pristupa upravljanja turizmom na razini destinacije.

Stoga je u novom sustavu upravljanja u turizmu predviđeno formiranje Destinacijskih menadžment organizacija čija je uloga koordiniranje, planiranje i upravljanje destinacijom sa ciljem jačanja konkurentnosti i oblikovanja ponude koja će zadovoljiti potrebe suvremenih turista, a istovremeno učinkovito upravljati resursima destinacije.

Hrvatska je prema istraživanju Svjetskog ekonomskog foruma o konkurentnosti turističke destinacije u 2015. godini na 33. mjestu, a najlošije je ocijenjena po stupovima konkurentnosti koji se odnose na poslovno okruženje, cjenovnu konkurentnost, ljudski kapital i tržište rada, te prioritetnost sektora putovanja i turizma.

Zakonodavni okvir obuhvaća niz specijaliziranih zakona koje prate podzakonski propisi što rezultira nedovoljnom učinkovitošću sustava te onemogućava stvaranje povoljnih uvjeta i okruženja za povećanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma. Kvalitetna zakonodavna infrastruktura preduvjet je upravljanja turističkim razvojem. Učestale promjene zakona kao i fiskalno opterećenje poslovanja doprinose stvaranju pravne nesigurnosti poslovnom sektoru kao i potencijalnim ulagačima koji su oprezniji kod donošenja odluke o novim investicijama.

Navedeno je detektirano Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020.godine te su u tom smislu donijeti akcijski planovi kojima bi se trebala spomenuta ograničenja ublažiti ili otkloniti.

Obzirom na značaj turizma u Hrvatskoj, država se uključuje izravnim potporama u rješavanje razvojnih ograničenja čime se nastoji povećati standard i kvaliteta ponude, diverzifikacija poslovanja i održivi razvoj, razvoj posebnih oblika turizma, aktiviranje neiskorištenih resursa u turističke svrhe, razvoj infrastrukture u turizmu, valorizacija objekata devastirane kulturne i povijesne baštine i dr.

Ključni problem hrvatskog turizma je sezonalnost što se upravo kroz različite inicijative i programe nastoji ublažiti ponudom sadržaja van glavne turističke sezone, razvojem posebnih oblika turizma i to ne samo u obalnom već i u kontinentalnom dijelu. Ovakvim pristupom nastoji se uspostaviti, odnosno teži se ka prostornoj i razvojnoj ravnoteži što je preduvjet održivog razvitka.

Također, valja istaknuti doprinos države u poticanju investicijskog ciklusa, donošenjem posebnih zakona kojima bi se trebalo olakšati ulagačima realizaciju velikih investicijskih projekata (kampovi, tematski parkovi i dr.) što će se odraziti na poboljšanje turističke ponude ali i smanjenje sezonalnosti hrvatskog turizma.

Donošenjem Strategije razvoja turizma, Hrvatska se opredijelila o tome kakav turizam želi razvijati, te odredila ključne smjernice i mjere koje je potrebno poduzeti kako bi se poboljšala konkurentska sposobnost hrvatskog turizma uz korištenje resursa na načelima održivog razvoja. Ovim dokumentom je istaknuta važna uloga države u stvaranju poticajnog okruženja za daljnji razvoj turizma kao i u poticanju promjena kako bi Hrvatska povećala svoju atraktivnost i konkurentnost, te kako bi bila dugoročno tržišno održiva turistička destinacija.

Sukladno iznijetom može se zaključiti da je u radu dokazana postavljena hipoteza kojom se ukazuje na važnost uloge države u razvoju turizma, te da značajno utječe na konkurentnost zemlje kao turističke destinacije.

LITERATURA

Knjige

1. Bartolucci, B. (2013.) *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Školska knjiga d.d., Zagreb
2. Blažević, B. (2007.) *Turizam u gospodarskom sustavu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija
3. Čavlek N., Bartoluci M., Kesar O. i suradnici (2011.) *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb
4. Dulčić, A. (2001.) *Upravljanje razvojem turizma*, Mate d.o.o., Zagreb
5. Kunst, I. (2012.) *Hrvatski turizam i EU integracije*, Institut za turizam, Zagreb
6. Petrić, L. (2011.) *Upravljanje turističkom destinacijom*, Ekonomski fakultet, Split
7. Vukonić, B., Keča, K. (2001.) *Turizam i razvoj*, Mikrorad d.o.o., Zagreb

Članci:

1. Ivandić N., Marušić Z. (2009.) *Je li sustav statistike turizma u Hrvatskoj spreman za izradu satelitskog računa turizma?*, Turizam, Vol. 57, br. 2., str. 185-205., www.iztzg.hr
2. Pavlić, I. (2004.) *Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi*, Naše more, Vol.51, br. 5-6, str. 214-226., hrcak.srce.hr/file/12814
3. Šutalo I., Ivandić N., Marušić Z. (2011.) *Ukupan doprinos turizma gospodarstvu Hrvatske: Input-output model*, Ekonomski pregled, str. 267-285., www.iztzg.hr
4. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske (2015.) *U Hrvatskoj trenutno 41 hotel ima „zeleni certifikat“,* www.upuhh.hr

Internet izvori:

1. Bosnić I. (2013.) *Turistička potrošnja i ekonomski učinci turizma*, prezentacija, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, www.vsmti.hr/hr
2. Državni zavod za statistiku (2014.) *Statističke informacije*, Zagreb, www.dzs.hr
3. Državni zavod za statistiku (2014.) *Statistički ljetopis*, Zagreb, www.dzs.hr

4. Državni zavod za statistiku (2015.) *Priopćenje 4.3.2/2014.,* Zagreb, www.dsz.hr
5. Državni zavod za statistiku (2015.), *Priopćenje broj 9.2.6.,* www.dzs.hr
6. Europska Komisija (2015.) *Stope PDV-a turističkog sektora u zemljama članicama EU-a*, www.ec.europa.eu
7. Hrvatska narodna banka (2014.) *Godišnje izvješće 2013*., www.hnb.h
8. Hrvatska narodna banka (2015.) *Bilten HNB-a broj 213*, www.hnb.h/publikac/arhiv/bilten
9. Hrvatska turistička zajednica, croatia.hr
10. Institut za turizam (2012.) *Glavni plan i Strategija razvoja turizma RH, Izvještaj 13.*, Zagreb, www.iztzg.hr
11. Institut za turizam (2014.) *Hrvatski turizam u brojkama*, br.1, www.iztzg.hr
12. Institut za turizam (2014.) *Hrvatski turizam u brojkama*, br.4, www.iztzg.hr
13. Institut za turizam (2015.) *Tomas ljeto 2014., Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, Zagreb, www.iztzg.hr
14. Institut za turizam, www.iztzg.hr
15. Kolaković M. *Tržište i država u modernoj ekonomiji*, prezentacija, www.efzg.hr
16. Ministarstvo turizma (2013.) *Prezentacija Strategije razvoja turizma u RH od 2014. do 2020.*, www.vlada.hr
17. Ministarstvo turizma (2014) *Izvješće o provedbi mjera turističke politike*, Zagreb, vlada.gov.hr
18. Ministarstvo turizma (2014.) *Iskaz o procjeni učinaka propisa za nacrt prijedloga Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o boravišnoj pristojbi*, www.mint.hr
19. Ministarstvo turizma (2014.) *Smjernice za izradu Zakona o turističkim zajednicama*, www.mint.hr
20. Ministarstvo turizma (2015.) *Nacrt prijedloga Zakona o pružanju usluga u turizmu*, Zagreb, vlada.gov.hr
21. Ministarstvo turizma (2015.) *Prijedlog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma*, Zagreb, www.sabor.hr
22. Ministarstvo turizma (2015.) *Prijedlog Zakona o izmjenama Zakona o članarinama u turističkim zajednicama*, https//esavjetovanja.gov.hr
23. WTTC (2014) *Travel and tourism impacts 2014*, www.wttc.org
24. World Economic Forum (2015.) *Travel and Competitiveness Report*, www.weforum.org
25. vlada.gov.hr/gospodarska-platforma

26. www.efos.unios.hr

Ostali izvori:

1. Deklaracija o zaštiti okoliša, Narodne novine, 34/92
2. Nacionalni plan djelovanja na okoliš, Narodne novine, 46/02
3. Statut Hrvatske turističke zajednice, Narodne novine, 34/12, 59/12
4. Strategija zaštite okoliša, Narodne novine, 46/02
5. Strategija održivog razvitka, Narodne novine, 30/09
6. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine, Narodne novine 55/13
7. Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o strateškim investicijskim projektima RH, Narodne novine 12/14

POPIS TABLICA

Str.

Tablica 1: Udio turističkih regija po dolascima-predviđanja za 2020.g. ……. 4

Tablica 2: Dolasci i noćenja turista …… 31

Tablica 3: Struktura potražnje prema emitivnim zemljama u 2014.g. …… 32

Tablica 4: Platna bilanca – prihodi i rashodi od putovanja……. 33

Tablica 5: Struktura salda tekućeg računa platne bilance…… 33

Tablica 6: Ekonomski učinci turizma u Hrvatskoj i procjena za 2024.g. ……. 34

Tablica 7: Iskorištenost stalnih postelja u 2014.g. …….. 36

Tablica 8: Indeks turističke konkurentnosti – Hrvatska u odnosu na odabrane zemlje …… 60

Tablica 9: Pozicija Hrvatske u odnosu na odabrane zemlje u 2013.g. …….. 62

POPIS SLIKA

Str.

Slika 1: Porterov dijamant konkurentske prednosti ……. 24

Slika 2: Prikaz prijedloga novog sustava upravljanja turizmom Hrvatske …… 37

SAŽETAK

Turizam je prema procjenama Svjetske turističke organizacije rastuća pojava, te se slijedom navedenog šire ekonomski i neekonomski utjecaji koji ne mogu biti prepušteni tržišnim silama. Stoga je važna intervencija države u razvoju i usmjeravanju turizma.

Usmjeravanje razvoja turizma u željenom pravcu pretpostavlja odabir odgovarajuće strateške orijentacije, pri čemu je potrebno pratiti trendove i promjene na turističkom tržištu. Navedeno bi trebalo rezultirati povećanjem koristi od turizma i smanjenjem potencijalnih problema za državu i društvo. Obzirom na specifičnosti turizma kao kompleksne i složene pojave potrebno je planiranjem upravljati turističkim, ali i ukupnim razvojem destinacije.

Cilj je ovog rada ukazati na razloge državne intervencije u turizmu, instrumente turističke politike te sustav upravljanja turizmom, s posebnim naglaskom na ulogu države u razvoju turizma Republike Hrvatske.

Temeljna je hipoteza ovog rada da država ima važnu ulogu u razvoju turizma, te da svojim instrumentima i mjerama utječe na konkurentnost zemlje kao turističke destinacije.

Važnost turizma za nacionalno gospodarstvo proizlazi iz njegovih brojnih ekonomskih funkcija koje ostvaruju brojne koristi na svim razinama, od nacionalne do lokalne. Učinke turizma nije moguće u potpunosti obuhvatiti te precizno kvantificirati, stoga se različitim metodama i pristupima dolazi do procijenjenih pokazatelja. Na međunarodnoj razini dobro zastupljena metoda mjerenja učinaka turizma je Turistička satelitska bilanca. Rezultati dobiveni primjenom ove metode korisni su za daljnja istraživanja i donošenje odluka vezanih za usmjeravanje turističkog razvoja pojedine zemlje.

Turističkom politikom država determinira razvoj i unapređenje turizma te utječe na jačanje konkurentnosti države kao turističke destinacije. Stvaranje poticajnog okruženja, jasnog zakonodavnog okvira te razvoj infrastrukture kojom će se olakšati dostupnost do i unutar destinacije ključna je uloga države. Osim toga, na državi je odgovornost za osnovna pitanja kao što su zdravstvo, sigurnost ali i stvaranje uvjeta za razvoj gospodarstva te garancija sigurnosti i slobode poduzetništva i tržišnog natjecanja. Turistička politika određuje konkurentnost države kao turističke destinacije.

Hrvatski turizam obilježava sezonalnost, nedovoljna iskorištenost i nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta, nedostatak kvalitetnih ljudskih resursa, nepovoljno poslovno okruženje. Strategijom razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine detektirana su razvojna ograničenja te su definirani ciljevi kojima se teži ali i mjere koje je potrebno poduzeti u svrhu jačanja konkurentnosti i atraktivnosti. Država se uključila u rješavanje ove problematike izravnim mjerama koje obuhvaćaju i financijske potpore, kao i donošenjem zakona kojima se poboljšava učinkovitost turističkog sustava, te poboljšava poslovno okruženje. Kvalitetna zakonodavna infrastruktura preduvjet je upravljanja turističkim razvojem, pri čemu ključnu ulogu ima upravo država.

SUMMARY

According to the World Tourism Organisation, tourism is a growing phenomenon. Its economical and non economical influence is getting wider and cannot be left to market forces. Because of it, the intervention of the state is very important in directing tourism development.

Directing tourism development in the desired direction implies the choice of adequate strategic orientation. Trends and changes on the tourist market are to be followed. The above mentioned should maximise tourism benefits and minimise potential problems connected to state and society. Having in mind tourist complex specificity, it is necessary to plan management of tourism and overall destination development.

The aim of this summary is to point out the state's reasons for tourism intervention, instruments of tourism policy and a tourism management system, with special emphasis on the state's role in tourism development of the Republic of Croatia.

The basic hypothesis is that the state has a very important role in tourism development so that its instruments and measures affect competitiveness of a country as a tourist destination.

The importance of tourism for the national economy arises from its numerous economical functions which are making numerous benefits on all levels, from national to local. The impacts of tourism are not possible to neither comprise in full, nor quantify exactly, so different methods and approaches are used to get estimated indicators. Tourist Satellite Balance is a well represented method which measures the impacts of tourism on an international level. The obtained results of application of this method are useful for further research and the decision-making process regarding directing the tourism development of a certain country.

The state uses a tourist policy to determine tourist development and improvement as well as its increase of competitiveness as a tourist destination. The state's key role is to create a stimulating environment, clear legislative framework and development of infrastructure which is going to facilitate availability towards and within a destination. Other than that, the state is responsible for health and safety as well as for creating conditions for the development of economy, security guarantee, freedom of entrepreneurship and fair competition.

Croatian tourism is seasonal, not sufficiently used with an unfavourable structure of accommodation capacity. It has a lack of quality human resources and an unfavourable business environment. The development strategy of Croatian tourism by 2020 detects development restrictions, defines pursued goals and measures that need to be pursued in order to strengthen competitiveness and attractiveness. The state is engaged in problem solving using measures which include financial support, as well as enacting laws that are going to enhance the efficiency of the tourist system and business environment. A good quality infrastructure is a precondition for managing tourism development. The state has a key role in it.