

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine

Zagreb, srpanj 2022. godine

SADRŽAJ

1. OPĆE INFORMACIJE O STRATEGIJI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2030. GODINE.....	3
2. UPRAVLJAČKI SAŽETAK	4
3. ODRŽIVI TURIZAM U OKVIRU NACIONALNE RAZVOJNE STRATEGIJE REPUBLIKE HRVATSKE DO 2030. GODINE	7
4. TURIZAM U SVIJETU	8
4.1. Trendovi u turizmu	8
4.2. Obilježja turističkih politika EU	13
5. TURIZAM U HRVATSKOJ DANAS	15
6. OPIS RAZVOJNIH POTREBA I RAZVOJNIH POTENCIJALA	36
7. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA U HRVATSKOJ	44
8. STRATEŠKI CILJEVI	45
8.1. Strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“	45
8.2. Strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“	51
8.3. Strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“	55
8.4. Strateški cilj 4. „Otporan turizam“	59
9. MEĐURESORNA SURADNJA U PROVEDBI STRATEGIJE RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2030. GODINE.....	65
10. INDIKATIVNI FINACIJSKI PLAN	66
11. OKVIR ZA PRAĆENJE I VREDNOVANJE	70
Prilog 1. Analiza scenarija.....	71
Prilog 2. PESTLE i SWOT analiza	116
Prilog 3. Osnovna obilježja turističke politike odabranih	122
Prilog 4. Doprinos strateških ciljeva održivog turizma Hrvatske ciljevima Programa Ujedinjenih naroda za održivi razvoj 2030.	150
Prilog 5. Prikaz strateških ciljeva i pokazatelja učinka Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine	151
Prilog 6. Strateška procjena utjecaja na okoliš Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine	153

1. OPĆE INFORMACIJE O STRATEGIJI RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2030. GODINE

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine (u daljnjem tekstu: Strategija) akt je strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine, usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i temeljnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske, uključujući Nacionalni plan oporavka i otpornosti.

Strategija je izrađena u suradnji s predstavnicima ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstava i drugih relevantnih institucija, a svojim je stavovima dao doprinos velik broj dionika u okviru tematskih radionica, sastanaka i intervjua. U izradu su bili uključeni i predstavnici lokalne zajednice i brojni građani koji su se uključili sudjelujući u anketnom istraživanju.

Prije finalizacije Strategije napravljena je Analiza scenarija koja predstavlja proces strateške ocjene potencijalnih alternativnih budućnosti i njihova utjecaja na hrvatski turizam i čini podlogu za određivanje razvojnih smjerova, ciljeva i provedbenih mehanizama. Analiza je identificirala ključne izazove povezane s razvojem održivog turizma, njihov utjecaj na održivost te donijela smjernice za razvoj održivog turizma koje su temelj izrade Strategije. Potrebno je napomenuti da se pri analitici koriste podaci iz 2019. godine, kao posljednje pretpandemijske godine.

Strategija sadrži viziju razvoja turizma u Republici Hrvatskoj u smjeru održivosti, razvojne potrebe i potencijale koje treba ostvariti te donosi konkretna prioritetna područja za ostvarenje strateških ciljeva koji su definirani sukladno stavovima ključnih dionika uz uvažavanje globalnih trendova. Na temelju Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine izradit će se Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine koji će sadržavati operacionalizaciju prioritetnih područja kroz konkretne mjere.

2. UPRAVLJAČKI SAŽETAK

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine akt je strateškog planiranja koji služi za oblikovanje i provedbu razvojnih turističkih politika te je usklađen s nacionalnim i europskim politikama vezanim za turizam i opći gospodarski i društveni razvoj. U procesu kreiranja dokumenta sudjelovali su predstavnici javnog sektora, gospodarstva, civilnog društva i akademske zajednice. U okviru provedenih primarnih istraživanja prikupljeni su stavovi lokalnog stanovništva i turista s glavnih emitivnih tržišta. Navedenim procesom ukupno je obuhvaćeno više od 2850 osoba. U procesu izrade dokumenta aktivno je sudjelovao Upravljački odbor i Radna skupina koja je obuhvatila predstavnike ključnih dionika hrvatskog turizma, ministarstava i drugih relevantnih institucija. Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine izrađena je poštujući načela participativnosti, partnerstva, sveobuhvatnosti i transparentnosti.

Temeljem detaljne analize stanja turizma u Republici Hrvatskoj identificirano je deset ključnih izazova hrvatskog turizma danas: vremenska i prostorna neujednačenost, utjecaj turizma na okoliš i prirodu, međudnos turizma i klimatskih promjena, prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu, kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva, nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti, neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje, nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir, utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista.

Uvažavajući analizu stanja hrvatskog turizma s posebnim naglaskom na ključne izazove te stremeći ostvarenju kvalitativnog pomaka iz neodrživog koncepta turističkog razvoja k održivom turizmu visoke dodane vrijednosti, identificirane su razvojne potrebe i razvojni potencijali.

U kontekstu razvojnih potreba i potencijala utvrđeni su strateški ciljevi koji doprinose održivom turizmu i ukupnom gospodarskom i društvenom razvoju Hrvatske te unapređenju uvjeta života i rada njenih stanovnika i razrađena intervencijska logička matrica.

Intervencijska logika

Ključni izazovi	Razvojna potreba	Strateški cilj	Prioritetno područje
Vremenska i prostorna neujednačenost Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	<i>Ublažiti sezonalnost turističkih aktivnosti</i>	Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam	Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma
	<i>Kreirati ponudu visoke dodane vrijednosti i ojačati lanac vrijednosti u turizmu i povezanim djelatnostima</i>		Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet
	<i>Osigurati ravnomjerniji regionalni turistički razvoj</i>		Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda
	<i>Unaprijediti domaću i međunarodnu prometnu povezanost</i>		Unapređenje domaće i međunarodne prometne povezanosti
	<i>Unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama</i>		Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
			Stvaranje boljih uvjeta života i rada

	<i>Osigurati kvalitetna i održiva radna mjesta lokalnom stanovništvu u cjelokupnom lancu vrijednosti turizma</i>		
Nepovoljan utjecaj turizma na prostor, okoliš i prirodu	<i>Smanjiti opterećenja iz turizma na sastavnice prostora, okoliša i prirodu uz poticanje kružnog gospodarstva</i>	Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu	Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu
Nepovoljan međudodnos turizma i klimatskih promjena	<i>Smanjiti međusobni negativan utjecaj turizma i klimatskih promjena</i>		Smanjenje negativnog utjecaja turizma na prostor Smanjenje utjecaja turizma na klimu
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	<i>Osigurati kvalitetne ljudske potencijale u turizmu</i>	Konkurentan i inovativan turizam	Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	<i>Unaprijediti strukturu i kvalitetu smještajnih kapaciteta</i>		Unapređenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	<i>Osigurati poticajno poslovno i investicijsko okruženje</i>		Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja
Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu	<i>Osigurati inovativnu i digitalnu transformaciju turizma</i>		Poticanje inovacija i digitalne transformacije turizma
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	<i>Unaprijediti model upravljanja razvoja održivog turizma</i>	Otporan turizam	Unapređenje zakonodavnog okvira
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	<i>Uključivati lokalne zajednice u procese donošenja odluka o razvoju održivog turizma</i>		Unapređenje sustava turističkih zajednica
	<i>Razviti sustav prikupljanja podataka i planiranja</i>		Unapređenje sustava praćenja podataka
	<i>Očuvati i unaprijediti poziciju Hrvatske kao sigurne turističke destinacije</i>		Odgovor na promjene trendova i potreba
			Jačanje mehanizama za osiguravanje sigurnosti

Postavljeni strateški ciljevi i prioritetna područja usklađena su s temeljnim razvojnim dokumentom Republike Hrvatske – Nacionalna razvojna strategija do 2030. godine – te Nacionalnim planom oporavka i otpornosti. Isti doprinose i podržavaju ostvarenje ciljeva održivog razvoja UN Agende 2030.

Strategijom razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine definira se vizija:

Poštujući prirodno i kulturno nasljeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.

Razvoj održivog turizma u Republici Hrvatskoj ima cilj podići kvalitetu života i rada lokalnog stanovništva i gospodarski i društveni napredak hrvatskog društva u cjelini.

Ključno obilježje Hrvatske kao turističke destinacije njezina je autentičnost koju odražavaju gostoljubivi, otvoreni i srdačni ljudi, raznolikost njenih regija te bogata prirodna i kulturna baština.

Turizam u Hrvatskoj je više od poduzetništva. On je način života.

S ciljem zaštite i još bolje prezentacije resursa, kao i očuvanja duha dobrodošlice po kojem je prepoznatljiv hrvatski turizam, nužno je zaustaviti negativne trendove poput prekomjernog opterećenja prostora i sezonalnosti te pokrenuti održivu razvojnu paradigmu u skladu s najboljim praksama na globalnoj razini.

I zato, kako bismo ostvarili viziju, želimo, poštujući **nasljeđe**, valorizirati kulturnu baštinu, ali i način života, autohtonu hranu i ostale brojne prednosti temeljene **na identitetu svih regija**.

Želimo razviti **održiv, cjelogodišnji turizam**. Prema UNWTO-u, održivi razvoj turizma je „razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnje generacije pri tome ne umanjujući mogućnost budućim generacijama da zadovolje svoje potrebe“. Želimo turizam koji će biti održiv, društveno, okolišno i gospodarski.

U fokus želimo staviti kvalitetu i inovativnost, jer ćemo tako našim gostima pružiti nezaboravan doživljaj. Želimo razviti autentičnu ponudu visoke dodane vrijednosti, ojačati lanac vrijednosti u turizmu i povezanim djelatnostima. Želimo **investicije** koje će potaknuti **skladan gospodarski razvoj** koji će omogućiti ravnomjeran napredak i boljitak svih regija, ali i osigurati kvalitetan život i rad uz uključivost i društvenu odgovornost.

Želimo stvaranjem kvalitetnih radnih mjesta stvoriti bolje uvjete za rad i život u turizmu, aktivnosti koja se uistinu temelje na ljudima, a razvojem turističkih proizvoda u svim hrvatskim regijama obogatiti i unaprijediti život svih građana Hrvatske.

3. ODRŽIVI TURIZAM U OKVIRU NACIONALNE RAZVOJNE STRATEGIJE REPUBLIKE HRVATSKE DO 2030. GODINE

U okviru Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine kao akta strateškog planiranja Republike Hrvatske za ovo desetljeće, definirana je sljedeća vizija Republike Hrvatske:

Hrvatska je u 2030. godini konkurentna, inovativna i sigurna zemlja prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlja očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve.

Gospodarski i društveni razvoj u ravnoteži s prirodom, predviđen unutar definirana četiri razvojna smjera, stvorit će prilike za sadašnje i buduće generacije, pri čemu će ljudi biti u središtu svih ulaganja:

- Održivo gospodarstvo i društvo,
- Jačanje otpornosti na krize,
- Zelena i digitalna tranzicija,
- Ravnomjeren regionalni razvoj.

Razvojnog smjera „Održivo gospodarstvo i društvo” pridonosit će politike usmjerene prema ostvarivanju četiriju strateških ciljeva te se u okviru utvrđenog strateškog cilja 1. „Konkurentno i inovativno gospodarstvo” kao prioritetno područje 4. navodi „Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma”.

Istaknuti su prioriteti javne politike, koja će pridonijeti razvoju održivog, inovativnog i otpornog turizma, sljedeći:

- poticanje ulaganja u održiv, niskougljični razvoj turizma;
- povećanje multiplikacijskih učinaka turizma na područja poljoprivrede, digitalizacije, prometa, energije i okoliša te sporta i kreativnih industrija;
- razvoj funkcionalnih i održivih turističkih regija radi cjelovitog turističkog doživljaja i produljenja sezone kroz ulaganja u javnu turističku infrastrukturu i promociju;
- integralno upravljanje destinacijama radi pronalaženja odgovarajućih specijalizacija, ponude dodatnih sadržaja i produljenja sezone;
- turistička valorizacija i prezentacija kulturne i prirodne baštine, gastronomske i enološke ponude;
- prijelaz prema nišama više dodane vrijednosti, uz naglasak na rast kvalitete ponude, digitalizaciju, inovacije i povećanje ponude smještajnih kapaciteta visoke kvalitete;
- otklanjanje administrativnih prepreka i poboljšanje dostupnosti javne infrastrukture za realizaciju investicija u turizmu;
- pozicioniranje prema novim i velikim, brzorastućim globalnim emitivnim tržištima;
- promoviranje Hrvatske kao sigurne i zdrave destinacije koja nudi visokokvalitetnu i raznovrsnu turističku uslugu.

4. TURIZAM U SVIJETU

Turizam je globalni fenomen te je razvoj održivog turizma Hrvatske potrebno sagledavati i u kontekstu trendova na turističkom tržištu sa svrhom rasta konkurentnosti i kreiranjem poticajne turističke politike, uzimajući u obzir iskustva drugih usporedivih zemalja i prilagođavajući ih specifičnostima Hrvatske.

4.1. Trendovi u turizmu

Budući pravci razvoja turizma Hrvatske determinirani su i trendovima na globalnom turističkom tržištu. Među mnogim kratkoročnim i dugoročnim trendovima ističu se oni koji su vezani za održiv i pristupačan turizam, digitalizaciju poslovanja kao i demografske promjene.

Suvremeni potrošači žele u kratkom roku doći do informacija, traže informacije iz pouzdanih izvora, uključujući zajednice na internetu, žele personalizirano iskustvo, ali imaju strah od gubitka privatnosti. Na cijeni je sigurnost kao i mentalna i fizička dobrobit i proizvodi za ublažavanje stresa i anksioznosti. Potrošači žele veću fleksibilnost, a pristup brzom internetu i tehnološki napredak omogućuju im da rade izvan ureda. Žele fleksibilne, ekonomične i alternativne načine prijevoza. Raste zabrinutost za okoliš, a ekološka anksioznost preusmjerava ih prema održivim izborima proizvoda za iskustvo kupovine bez krivnje.

Također, raste svijest stanovništva o potrebi održivog razvoja turizma. Prema istraživanju Europske komisije provedenom na reprezentativnom uzorku građana 27 zemalja¹ Europske unije koje se odnose na njihove stavove o putovanjima, 82 % građana EU-a smatra da je spremno promijeniti neke od navika putovanja kao bi putovali održivije. Na primjer, skloni su konzumirati domaće proizvode na odmoru (55 %), smanjiti otpad tijekom odmora (48 %), putovati izvan turističke sezone (42 %) i putovati u manje posjećena odredišta (41 %). Trećina ispitanika spremna je platiti više za zaštitu prirodnog okoliša (35 %) ili za dobrobit lokalne zajednice (33 %). Također, ispitanici su spremni odabrati prijevoz uvažavajući ekološki utjecaj (36 %), smanjiti potrošnju vode na odmoru (35 %) ili doprinijeti aktivnostima nadoknade ugljika poput sadnje drveća (34 %). Pri tome su žene nešto više sklone mijenjanju svojih navika od muškaraca. Također, mlađi ispitanici spremniji su mijenjati svoje navike putovanja u smjeru održivosti u odnosu na starije ispitanike.

Trend koji nije nov, ali s vremenom sve više dobiva na značaju **trend održivog razvoja turizma**. Štoviše, zaključak UNWTO/PATA foruma o turističkim trendovima održanog 2018. godine je da je održivost srž razvoja turizma do 2030. godine.²

Načela održivog razvoja turizma odnose se na ekološke, gospodarske i društveno-kulturne aspekte razvoja turizma te je važno uspostaviti odgovarajuću ravnotežu između tih triju dimenzija kako bi se zajamčila njegova dugoročna održivost.

Paradigma održivog razvoja turizma pojavljuje se stoga i kao odgovor na izazove koji proizlaze iz djelovanja čovjeka na okoliš. Globalne klimatske promjene izazivaju veliku zabrinutost znanstvenika, stručnjaka i opće populacije. Istraživanje provedeno 2020. godine pokazalo je da

37% od više od 20 tisuća ispitanika vjeruje da su klimatske promjene najviše zabrinjavajuće pitanje okoliša s kojim se svijet suočava.³

Na UN-ovoj COP 26. konferenciji o klimatskim promjenama 2021. godine donesena je *Glasgowska deklaracija: obvezivanje na desetljeće klimatskih akcija u turizmu*.⁴ Deklaracija pruža smjernice za 50% smanjenje emisija CO₂ do 2030. godine i dostizanje neto nulte emisije što je prije moguće do 2050. godine. *Preporuke za prelazak na zelena putovanja i gospodarenje turizmom*⁵ usvojene su na **G20** sastanku ministara turizma 2021. godine u Italiji.

Interakcija između turizma i klimatskih promjena vrlo je izražena. S jedne strane, klima je važan čimbenik razvoja turizma i atraktivnosti turističke destinacije. Stoga su dionici u turizmu svjesni važnosti očuvanog okoliša i klime za dugoročan razvoj turizma. S druge strane, turizam koji ne počiva na postulatima održivosti ima značajan negativan učinak na klimu i okoliš, budući da pridonosi emisiji stakleničkih plinova koji izazivaju globalno zatopljenje. Turizam je odgovoran za oko 8% ukupnih emisija CO₂.⁶ Najveći generator emisije ugljika je promet. Utvrđeno je da je 2016. godine promet povezan s turizmom prouzročio 5% globalnih emisija ugljika, a predviđa se da će emisije CO₂ iz prometa povezanog s turizmom porasti i predstavljati 5,3% svih emisija koje će prouzrokovati ljudi u svijetu u 2030. godini.⁷

Polazeći od činjenice da turizam predstavlja značajnu polugu ekonomskog razvoja u Republici Hrvatskoj, potrebno je ulagati napore kako bi se minimizirali negativni učinci turizma na okoliš, očuvali resursi za razvoj turizma, ali i kvalitetan život budućih generacija.

Na stanje u okolišu negativno utječe i prekomjerni turizam (eng. *overtourism*), kojeg UNWTO definira kao turizam koji negativno utječe na percipiranu kvalitetu života lokalnog stanovništva i/ili kvalitetu doživljaja posjetitelja u određenoj destinaciji ili nekim njenim dijelovima.⁸ Prekomjerni turizam predstavlja izazov upravljanju turističkim destinacijama. Posljedica je urbanizacije, gospodarskog razvoja, nižih troškova prijevoza, olakšanih putovanja i rastuće srednje klase u naprednim gospodarstvima i gospodarstvima u razvoju, što je pretvorilo gradove u sve popularnija odredišta za putovanja.⁹

Vrijeme koje dolazi bit će obilježeno rastom svjetske populacije, starenjem stanovništva, migracijama i izraženom urbanizacijom. Na globalnoj razini uočljiv je trend rasta broja stanovnika. Prema podacima Ujedinjenih naroda u svijetu je 2019. godine bilo 7,7 milijardi stanovnika.¹⁰ Očekuje se da će do 2030. godine broj stanovnika rasti za 10%, a do 2050. godine za 26%, kad će biti 9,7 milijardi stanovnika. Uz porast broja stanovnika, primjetni su trendovi migracija i urbanizacije. Promjene u broju stanovnika reflektirat će se na gospodarski rast i razvoj, te će, osim na turističku potražnju, značajno utjecati i na tržište rada. To može biti značajan ograničavajući čimbenik razvoja turizma u zemljama koje se suočavaju s padom broja stanovnika i iseljavanjem.

Za turizam Republike Hrvatske posebno su značajne promjene u dobnoj strukturi stanovništva s naglašenim **trendom starenja stanovništva**. Prema podacima Ujedinjenih naroda u 2020. godini u svijetu je živjelo oko 727 milijuna osoba u dobi od 65 godina ili više.¹¹ Očekuje se da će se taj broj više nego udvostručiti do 2050. i doseći preko 1,5 milijardu ljudi, odnosno da će udio starijih osoba u globalnoj populaciji porasti s 9,3% u 2020. na 16% u 2050., te da će do

sredine stoljeća svaka šesta osoba u svijetu imati 65 godina ili više.¹² Demografske promjene reflektiraju se na broj i strukturu generacijskih skupina. Kako na tržište rada ulaze mlađe generacije, dugoročno će doći do promjena u stilu života i putovanja. Zbog promjena u strukturi kućanstva, odnosno sve većeg broja samačkih kućanstava, na globalnoj razini uočen je porast broja samostalnih (solo) i višegeneracijskih putovanja.¹³ Samostalna putovanja su u 2019. godini činila 11% turističkog tržišta, pri čemu su žene zastupljene s 84%¹⁴, dok su se do 2016. godine smatrale tržišnom nišom. Uvažavajući trendove uzrokovane demografskim promjenama, a naročito trend starenja stanovništva, nužno je razvijati posebne oblike turizma prilagođene potrebama različitih demografskih segmenata, s posebnim naglaskom na zdravstveni turizam za koji Hrvatska ima raspoložive resurse.

Globalni etički kodeks za turizam promiče odgovoran, održiv i svima pristupačan turizam¹⁵, stoga je UNWTO ponudio i referentni okvir za intervencije, alate i resurse koji su potrebni za pružanje usluga i upravljanje pristupačnim turizmom. Turizam dostupan svima odnosi se na sve ljude koji, bez obzira na svoje životne okolnosti (na primjer, obitelji s malom djecom, mladi studenti, stariji ljudi), imaju pravo na pristup turističkim doživljajima. Cilj je potaknuti ključne dionike u turizmu na implementaciju mjera koje će rezultirati većim sudjelovanjem različitih skupina ljudi u turizmu, uključujući osobe s invaliditetom.¹⁶ Turističke destinacije koje budu implementirale te mjere i razvile turističku ponudu koja će poboljšati turističko iskustvo svih skupina turista, ujedno će unaprijediti i kvalitetu života svojih stanovnika. Trend održivog, uključivog i svima pristupačnog turizma, poznat pod nazivom turizam za sve (*Tourism for all*)¹⁷, bit će okosnica razvoja turizma u nadolazećem razdoblju.

Pristupačni turizam (*Accessible tourism*) omogućuje ljudima sa specifičnim zahtjevima za pristup (uvažavajući mobilnost, vid, sluh i kognitivne dimenzije pristupa) da funkcioniraju neovisno, pravedno i dostojanstveno kroz isporuku univerzalno dizajniranih turističkih proizvoda, usluga i okruženja. To se odnosi na sve ljude, uključujući one koji putuju s djecom u kolicima, osobe s invaliditetom i starije osobe.¹⁸ O veličini tržišta osoba s invaliditetom svjedoče sljedeći podaci:¹⁹ 15 % svjetske populacije živi s nekim oblikom invaliditeta, do 2050. godine 1 od 4 osobe koje žive u Europi mogle bi imati 65 godina ili više, a više od 46% starijih osoba (preko 60) već imaju invaliditet, putnici s invaliditetom obično putuju u pratnji 2 do 3 osobe, 70 % osoba s invaliditetom u Europskoj uniji ima financijske i fizičke mogućnosti za putovanje, što rezultira tržišnim potencijalom osoba s invaliditetom u Europskoj uniji od više od 80 milijuna ljudi (130 milijuna ako se dodaju starije i prateće osobe).

Turizam je danas pod snažnim utjecajem **trenda digitalizacije poslovanja**. Tehnološka i telekomunikacijska industrija napreduje velikom brzinom, što se odražava i na turizam. Uređaji postaju sve više povezani i podržani suvremenim tehnološkim rješenjima kao što su umjetna inteligencija (AI), Internet stvari (IoT) i 5G mreža. Informacijska tehnologija (IT) postala je dio svakodnevnog života, promijenila je način života, rada i provođenja slobodnog vremena.

Brisanje granica između vremena posvećenog radu i odmoru, kao i primjena suvremenih komunikacijskih tehnologija, omogućuju zaposlenim putnicima obavljanje posla na mjestima udaljenim od mjesta boravka i rada.

Turisti će u budućnosti imati različite potrebe i želje koje će zadovoljavati na specifične načine i oblikovati različite trendove. Na cijeni će biti personalizirana iskustva, unapređenje fizičkog i mentalnog zdravlja, autentični proizvodi i kulture. Mijenjaju se životne okolnosti, brišu se granice između vremena potrebnog za učenje, rad i odmor. Očekuje se porast trenda ekonomije dijeljenja i života u zajednici. Dijelit će se prostor za život, učenje i rad. Tehnologija će omogućiti rad na daljinu i suradnju te fleksibilno radno vrijeme. U turizmu i industriji zabave primjenjivat će se virtualna i proširena stvarnost, autonomni prijevoz, umjetna inteligencija i biometrijska tehnologija. Društveni mediji će još uvijek biti izvor inspiracije za putovanja. Zahtijevat će se individualizirani pristup proizvodima i uslugama. Segmentacija tržišta vršit će se prema životnim stilovima, a ne prema demografskim varijablama, budući da će se izgubiti stroge granice između spola, dobi ili etničke pripadnosti.

Suvremena tehnološka rješenja i digitalna transformacija mijenjaju način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te postaju sredstvo pomoću kojih će se destinacije pozicionirati kao pametne destinacije.

Sudionici na strani ponude u budućnosti trebaju u svoje poslovanje inkorporirati nova tehnološka rješenja i digitalizirati svoje poslovanje kako bi osigurali konkurentnost i održivi razvoj. Potrebno je razvijati nove turističke proizvode, odnosno pružati nove doživljaje koji će uključivati i primjenu digitalnih tehnologija, na primjer proširene i virtualne stvarnosti. Destinacije trebaju postati pametne i održive, pristupačne svima, a turistički proizvodi trebaju turistima pružiti nezaboravno personalizirano i autentično turističko iskustvo.

Posebnu važnost ima korištenje digitalizacije u turizmu kao alata koji pomaže u donošenju poslovnih odluka. Digitalizacijom se olakšava stvaranje velike količine javno dostupnih podataka o turističkim kretanjima, navikama i aktivnostima turista, koja stvara preduvjete za korištenje sustava poslovne inteligencije u predviđanju buduće potražnje za njihovim uslugama. Navedeno doprinosi optimalnom korištenju resursa, većoj produktivnosti i u konačnici boljem iskustvu korisnika. Ovaj trend korištenja podataka potaknut je prikupljanjem podataka o indikatorima na nacionalnoj razini, ali i dostupnosti i razmjeni podataka na EU razini.

Na trendove u korištenju IT alata utječe i javna uprava razvojem e-usluga koje poduzetnicima omogućavaju jednostavniju i bržu komunikaciju s javnom upravom u poslovanju. Osim toga, razvojem e-alata u javnoj upravi pruža se uvid u jasne koristi koje poduzetnici imaju od digitalizacije te mogućnost poticanja istraživanja i razvoja i izgradnja mreže dionika izvan turizma koji sudjeluju u lancima vrijednosti s ciljem njihove što uspješnije suradnje. Uporaba novih tehnologija pružit će hrvatskim poduzetnicima mogućnost da budu dio jedinstvenog *Digital single market* i Europe kao turističke destinacije.

Uvažavajući navedene trendove, Hrvatska može razviti održiv turizam koji će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju zemlje.

¹ European Commission, Flash Eurobarometer 499: *Attitudes of Europeans towards tourism*, October 2021, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283> (18. 5. 2022.)

² World Tourism Organization (UNWTO), 12th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook, The Future of Tourism: Road to 2030, 25 – 27 October 2018, Gulin, China, Executive Summary, Madrid, 2019., <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420728>, (20. 8. 2021).

³ Statista, Environmental pollution worldwide, <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/study/56496/environmental-pollution/>, (17. 12. 2021.)

- ⁴ The Glasgow Declaration: a Commitment to a decade of Tourism climate action https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/2022-02/GlasgowDeclaration_EN_0.pdf
- ⁵ World Tourism Organization (2021). *Recommendations for the Transition to a Green Travel and Tourism Economy* <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-05/210504-Recommendations-for-the-Transition-to-a-Green-Travel-and-Tourism-Economy.pdf>
- ⁶ Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528, doi: 10.1038/s41558-018-0141-x
- ⁷ Statista, *Share of carbon dioxide emissions coming from tourism-related transport worldwide in 2016, with a forecast for 2030*, <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/statistics/1222827/global-carbon-emission-share-of-tourism-related-transport/#statisticContainer>. (17. 12. 2021.)
- ⁸ World Tourism Organization (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018). *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*, UNWTO, Madrid, <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- ⁹ *ibid.*
- ¹⁰ United Nations, *World Population Prospects 2019: Highlights*, June 2019 . <https://population.un.org/wpp>, (21. 8. 2021.)
- ¹¹ United Nations, *World Population Ageing 2020 Highlights*, October 2020. <https://www.un.org/development/desa/pd/>, (21. 8. 2021.).
- ¹² *ibid.*
- ¹³ World Tourism Organisation (UNWTO), *International Tourism Highlights*, 2019 Edition,, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> , (24. 8. 2021.).
- ¹⁴ Solo Travel Statistics, 2020 – 2021, <https://www.condorferries.co.uk/solo-travel-statistics>, (24. 8. 2021.)
- ¹⁵ World Tourism Organization (UNWTO) (2001). *Global Code of Ethics for Tourism*, Madrid, <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>, (23. 8. 2021.)
- ¹⁶ World Tourism Organization (2016). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418077>, (17. 12. 2021.)
- ¹⁷ UNWTO (2016). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context*, Madrid, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/moduleieng13022017.pdf>, (17. 12. 2021.)
- ¹⁸ Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.
- ¹⁹ World Tourism Organization (UNWTO) (2020). *Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19, Issue I: Persons with Disabilities*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422296>, (17. 12. 2021.)

4.2. Obilježja turističkih politika EU

U proteklom desetljeću turizam postupno dobiva istaknutije mjesto u globalnim politikama kao i politikama EU. Pandemija virusa Covid-19 otkrila je veliku ranjivost turizma na promjene i poremećaje, ali i njegovu važnost za gospodarstvo i društvo.

Za Republiku Hrvatsku ključna je krovna turistička politika koju je **Europska unija** definirala za Europu kao vodeću svjetsku destinaciju s ciljem maksimalnog doprinosa rastu, razvoju i međusobnoj suradnji između zemalja članica. Uloga EU u turizmu je temeljnim ugovorima definirana kao podrška i koordinacija u implementaciji aktivnosti država članica.

Održivi turizam strateški je prioritet Europske unije. Europska komisija donijela je 2007. godine „Agendu održivog i konkurentnog europskog turizma“²⁰ čije su polazište izazovi održivog turizma koji uključuju: očuvanje prirodnih i kulturnih bogatstava; ograničavanje negativnih utjecaja na turističke destinacije, uključujući korištenje prirodnih resursa i proizvodnju otpada; promicanje dobrobiti lokalne zajednice; smanjenje sezonske potražnje; ograničavanje utjecaja turizma na okoliš; učiniti turizam dostupnim svima; poboljšanje kvalitete turističkih poslova. **Europska industrijska politika**, koja razlikuje 14 industrijskih ekosustava, uključujući i turizam, donesena je u ožujku 2020. godine kao podrška procesu digitalne i zelene tranzicije, a ažurirana je u proljeće 2021. godine kako bi osigurala adekvatan odgovor na pandemiju. Na temelju industrijske politike EU razvija Tranzicijske puteve (*Transition pathways*) za svaki industrijski sektor, a imajući u vidu izazove s kojima se mora suočiti, turizmu je dat prioritet.

Tranzicijski put za turizam (TPT)²¹ okosnica je Europskog plana turizma do 2030. i 2050. godine (Agenda 2030/2050), a strukturiran je u pet tematskih cjelina: zakonodavstvo i javna uprava; zelena i digitalna tranzicija; otpornost; investicije i financiranje; praćenje i zajednička provedba. TPT definira 27 tematskih područja s pripadajućim aktivnostima koje treba provesti (ukupno 70 aktivnosti). Neka tematska područja odnose se na aktivnosti tijela i institucija nadležnih za turizam, dok su druga horizontalna i/ili u nadležnosti drugih tijela (poput pitanja transporta, zaštite okoliša, obrazovanja i sl.).

Rezolucija Europskog parlamenta o uspostavi strategije Europske unije za održivi turizam, prihvaćena u ožujku 2021. godine, stavlja fokus na: (1) oživljavanje turizma zahvaljujući planovima za odgovor na pandemiju virusa COVID-19; (2) preusmjeravanje politika upravljanja unutar okvira Unije, (3) prijelaz na održiv, odgovoran i pametan turizam, (4) planiranje budućnosti turizma.²²

Na temelju Europskog stupa za socijalna prava²³ i u okviru Europske Agende za vještine (2020)²⁴ Europska komisija pokrenula je u studenome 2020. godine program **Pakt za vještine**. **Pakt za vještine u turističkom ekosustavu**²⁵ pokrenut je u prosincu 2021. Pandemija virusa Covid-19 ugrozila je dvije trećine poslova u turizmu kada je turizam već bio suočen s izazovom zapošljavanja kvalificirane radne snage. Ambicije Pakta su iskoristiti priliku za resetiranje turizma pripremajući ga za budućnost u kojoj će novi okviri za stjecanje novih i poboljšanje postojećih vještina maksimalizirati njegov potencijal, graditi njegovu otpornost i omogućiti mu suočavanje s izazovima zelene i digitalne tranzicije.

Za Republiku Hrvatsku od iznimnog je značaja nova zakonodavna inicijativa EU za **reguliranje pitanja kratkoročnog najma** koja ima za cilj razviti odgovoran, pošten i pouzdan sustav kratkoročnih najмова kao dio dobro uravnoteženog turističkog ekosustava. Inicijativom

će se ujednačiti uvjeti za sve pružatelje usluga smještaja te postići uravnotežena rješenja za gradove, povijesne i profesionalne pružatelje usluga smještaja i platforme kratkoročnog najma.

²⁰ European Commission, Communication from the Commission of 19 October 2007 – *Agenda for a sustainable and competitive European tourism*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621>, (28. 9. 2021.).

²¹ European Commission (2022). *Transition Pathway for Tourism*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. https://ec.europa.eu/growth/news/transition-pathway-tourism-published-today-2022-02-04_hr

²² Europski parlament, *Rezolucija Europskog parlamenta o uspostavi strategije EU-a za održivi turizam*, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_HR.html, (28. 9. 2021.)

²³ European Skills Agenda (2020) <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1223&langId=en>

²⁴ European Pillar of Social Rights: building a fairer and more inclusive European Union https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/economy-works-people/jobs-growth-and-investment/european-pillar-social-rights_en

²⁵ The EU Pact for Skills – Skills Partnership for the Tourism Ecosystem <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1517&langId=en> (10.11.2020.)

5. TURIZAM U HRVATSKOJ DANAS

Turizam predstavlja dominantnu ekonomsku aktivnost Republike Hrvatske koja je u prethodnom razdoblju u značajnoj mjeri determinirala kako ekonomske tako i društvene procese. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine definirala je pet glavnih ciljeva: podizanje međunarodne konkurentnosti, poboljšanje strukture i kvalitete smještaja, novo zapošljavanje, realizaciju novog investicijskog ciklusa i povećanje turističke potrošnje. Iako je u prethodnom periodu vidljiv iskorak, ipak je realizacija ciljeva najvećim dijelom izostala. U kontekstu povećanja međunarodne konkurentnosti hrvatskog turizma bio je planiran ulazak u 20 vodećih turističkih destinacija u svijetu, no Hrvatska je 2019. godinu završila na 27. mjestu. Također, strategija za prethodno razdoblje predviđjela je smjer stvaranja dodane vrijednosti uz ambiciju poboljšanja strukture i kvalitete smještaja. Planiran rast udjela smještaja u hotelima s 13,1% u 2011. godini na 18,1% u 2020. godini (broj ležajeva) nije realiziran, te je većim stopama rastao obiteljski smještaj, iako je napravljen svojevrsni iskorak u kvaliteti (primarno kroz *brownfield*). Planiranih 20.000 – 22.000 novih radnih mjesta u turizmu te oko 10.000 radnih mjesta u neturističkim djelatnostima induciranih turističkim aktivnostima nije postignuto, prvenstveno zbog snažnog utjecaja pandemije 2020. godine. Uspješno su realizirane nove investicije u iznosu preko 7 milijardi eura, čime je prvenstveno ostvaren iskorak u podizanju kvalitete. Cilj povećanja turističke potrošnje bio je doseći u 2020. godini 14,3 milijardi eura, od čega se 12,5 milijardi eura odnosilo na inozemnu potrošnju. Hrvatska se u 2019. godini približila cilju, odnosno realizirala je 10,5 milijardi eura inozemne potrošnje, a u 2020. godini ista je smanjena zbog pandemijske godine koja je pogubno djelovala na kretanja u turizmu u cijelom svijetu, pa i u Hrvatskoj. Među ostalim, realizacija navedenog cilja izravno je povezana i s izostankom značajnije konverzije smještajne strukture prema višoj dodanoj vrijednosti, odnosno nemogućnosti značajnijeg povećanja ostvarenih prihoda po noćenju.

Analizom turizma Hrvatske uz ekonomske aspekte sagledani su i okolišni te društveni aspekti održivosti. Lokalno stanovništvo svjesno je potencijala koje Hrvatska ima i podržava daljnji razvoj turizma, no istovremeno naglašava nužnost odgovornog upravljanja i korištenja raspoloživih resursa. Stanovništvo u prosjeku drži kako su učinci koje turizam generira još uvijek u većini pozitivni, uz primjetnu razliku stavova po regijama, gdje je kod stanovnika Jadranske Hrvatske vidljiva snažnija percepcija negativnih utjecaja turizma. Pored navedenog, značajno je naglasiti kako stanovništvo svih regija Hrvatske snažno podupire daljnji razvoj turizma te iskazuje visok stupanj zainteresiranosti za uključivanje u turističke razvojne procese. Navedeni pozitivni stavovi vezani za turizam kao i visoka zainteresiranost lokalnog stanovništva ukazuje na njihovu spremnost za aktivan angažman i promjene te kao takvi predstavljaju čvrstu osnovicu održivog razvoja turizma Hrvatske. Ipak, turistički dionici još uvijek nedovoljno usvajaju načela ekološki prihvatljivog upravljanja, eko-certificiranja i uopće uvođenja ekološkog menadžmenta u svoje poslovanje.

Kvantitativni pokazatelji razvoja turizma

Zbog iznimnog značaja turizma za hrvatsko gospodarstvo s posebnom pažnjom trebaju se analizirati podaci o ostvarenim turističkim rezultatima. Analiza kvantitativnih turističkih pokazatelja u ovom poglavlju obuhvaća analizu financijskih pokazatelja turističkog prometa,

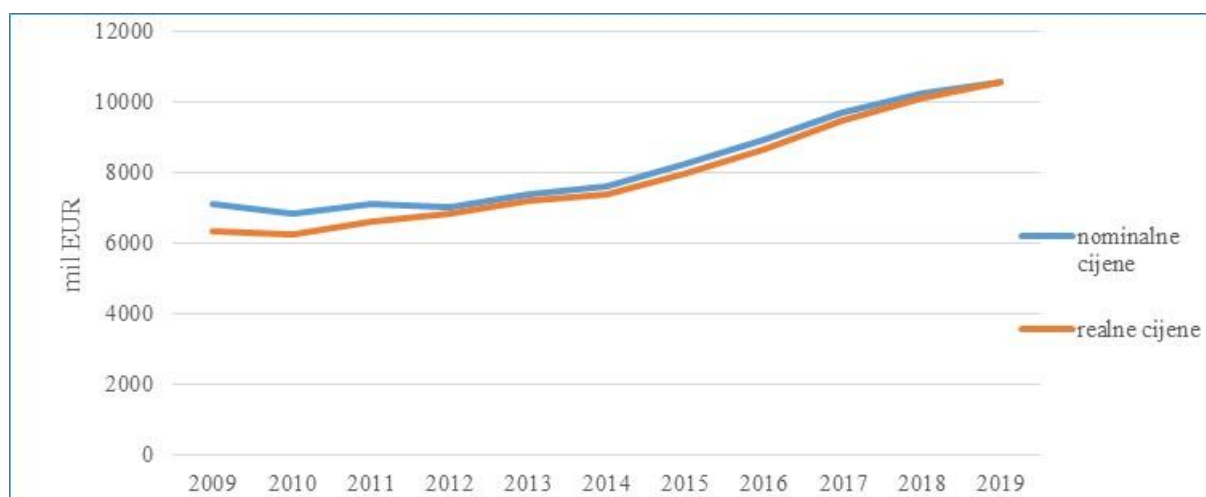
kretanja strukture smještajnih kapaciteta, analizu kretanja ostvarenih broja noćenja i broja dolazaka (turističkog prometa) te strukture turističke potražnje.

Učinci turizma na gospodarstvo zemlje ovise, s jedne strane, o sadržaju i kvaliteti neposrednih turističkih usluga kao i o tome koliko je ostatak gospodarstva zemlje sposoban osigurati proizvode i usluge koji su izravno ili neizravno dio sfere turističke potrošnje i investicija. S druge strane, udio turizma u BDP-u određene zemlje ovisi i o stupnju razvijenosti ostalih gospodarskih aktivnosti u državi. Interes je nacionalne ekonomije jačati turizam i njegove učinke uz istodobni razvoj i drugih djelatnosti. U tom kontekstu izrazito visok udio turizma u bruto domaćem proizvodu kazuje i o slabosti ukupnog gospodarskog sustava. Analize pokazuju pozitivan utjecaj turizma na sprječavanje iseljavanja i dugoročni gospodarski rast te privlačnost lokacija na kojima se odvija turistička aktivnost kao mjesta za dobar život. Turizam može biti generator razvoja gospodarstva i stvaranja kvalitetnih radnih mjesta, socijalnog razvoja, pridonosi prepoznatljivosti i očuvanju prirodne i kulturne baštine, pruža brojne socio-ekonomske koristi za lokalno stanovništvo te promiče multikulturalnost, socijalnu inkluziju i teritorijalnu koheziju.

Turizam unutar Nacionalne klasifikacije djelatnosti nije klasificiran kao zasebna kategorija već se radi o skupu različitih djelatnosti, što značajno otežava procjenu značaja turizma za cjelokupno gospodarstvo. Udio turizma u bruto domaćem proizvodu Hrvatske iz godine u godinu raste, što dokazuje izuzetno veliku ovisnost hrvatskog gospodarstva o turističkim kretanjima u zemlji, no paralelno kazuje i o slabostima ukupnog gospodarskog sustava. Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske u 2019. godini udio izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu iznosi 11,8 %.²⁶ Uspoređujući se s konkurentskim zemljama konzultirani su podaci *World Travel & Tourism Council* (WTTC) koji su primjenjujući jedinstvenu metodologiju objavili podatke za 2019. godinu za 28 europskih zemalja od kojih upravo za Hrvatsku iznose najviši udio turizma u BDP-u (izravni i neizravni) od 25%. Slijede Grčka s 20,3%, Portugal s 17,1%, Malta s 15,8 %, Španjolska s 14,1%, Cipar s 13,8%, Italija s 13,1 %, Austrija s 11,8% te ostale zemlje s nižim procijenjenim udjelima turizma u BDP-u.

Prema podacima Hrvatske narodne banke ukupni prihodi od turizma u Hrvatskoj u 2009. godini iznosili su 7.115 mil. EUR-a te su narasli na 10.539 mil. EUR-a u 2019. godini, izraženo u nominalnim cijenama.

Grafikon 1: Prihodi ostvareni od turizma u razdoblju 2009.–2019. godine



Izvor: Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2010;-2020), *Turizam u brojkama 2009;* - *Turizam u brojkama 2019.*, prema podacima Hrvatske narodne banke

Grafikon 1 prikazuje prihode ostvarene od turizma u razdoblju 2009. – 2019. godine izražene u realnim (stalnim) i nominalnim cijenama. Realne cijene su one iz kojih je isključen utjecaj inflacije i pogodnije su za kvalitetnu analizu. Ako se računa prosječna godišnja stopa, rasta može se vidjeti da prihodi izraženi u realnim cijenama rastu s 4%, a u nominalnim iznosima rastu s 5,2%.

Važno je staviti u odnos ostvarene prihode s ostvarenim brojem noćenja u promatranom razdoblju kako bi se uvidjelo generira li veći broj noćenja i veće ostvarene prihode. Ako se promatraju prihodi po noćenju izraženi u realnim cijenama, može se vidjeti da se u promatranom razdoblju (2009. – 2019.) ostvaruje prosječna godišnja stopa pada od -0,82%. Ako se uspoređuju ostvareni prihodi po noćenju izraženi u nominalnim cijenama, onda se evidentira lagani prosječni rast od 0,2% godišnje.

Iako je cilj nacionalnog gospodarstva razvijati i ostale gospodarske grane uz turizam, potrebno je istaknuti da se u sadašnjoj situaciji očekuje da turizam dodatno potakne gospodarski razvoj novim investicijskim ulaganjima, poticanjem razvoja malog i srednjeg poduzetništva i obrta, s posebnim naglaskom na očekivani doprinos turizma održivom i ravnomjernijem regionalnom razvoju. To podupire činjenica da je turizam u 2019. godini imao čak 11,8% izravnog udjela u bruto domaćem proizvodu te čak 19,5% izravnog i neizravnog doprinosa, s bitnim odstupanjima u razvoju regija Tako je u istoj godini prosjek ostvarenog BDP-a po stanovniku u Jadranskoj Hrvatskoj iznosio 12.955 EUR-a, dok je u Sjevernoj Hrvatskoj iznosio 10.774 EUR-a, a u Panonskoj Hrvatskoj 9.195 EUR-a. Nadalje, veći broj stanovnika u riziku od siromaštva i isključenosti živi u krajevima s manjim turističkim prometom i nižim gospodarskim intenzitetom. Navedeno utječe na neravnomjerni pristup raznim sadržajima koji su namijenjeni turistima, budući da njihova dostupnost ujedno unaprjeđuje kvalitetu i uvjete života lokalnom stanovništvu.

Hrvatski turizam dominantno se odvija u Jadranskoj Hrvatskoj i u tom kontekstu nije bilo značajnijih pomaka u posljednjih desetak godina, te se 2009. godine 96% noćenja ostvarilo u Jadranskoj Hrvatskoj, da bi 2019. to iznosilo 94,5%. Uzimajući u obzir resursnu osnovu jasno je da je turistički promet koji se ostvaruje na kontinentalnom dijelu Hrvatske izuzetno mali, neproporcionalan realnim mogućnostima. U 2019. godini, zadnjoj pretpandemijskoj godini, Hrvatska bilježi 19.5 mil. dolazaka kojim se ostvarilo 91.2 mil. noćenja.

U strukturi turista tradicionalno dominiraju strani turisti i ni u tom pogledu u promatranom razdoblju 2009. – 2019. godina nije bilo značajnijih pomaka. Tako u dolascima u 2019. godini strani turisti imaju udio od 88,7%, dok je u noćenjima udio od 92,2%. U promatranom razdoblju ukupni dolasci turista rasli su s prosječnom godišnjom stopom od 5,9% (domaći rastu s 3,3%, a strani s 6,4%), dok su ukupna noćenja rasla s prosječnom godišnjom stopom od 4,9% (domaći 2%, strani 5,2%).

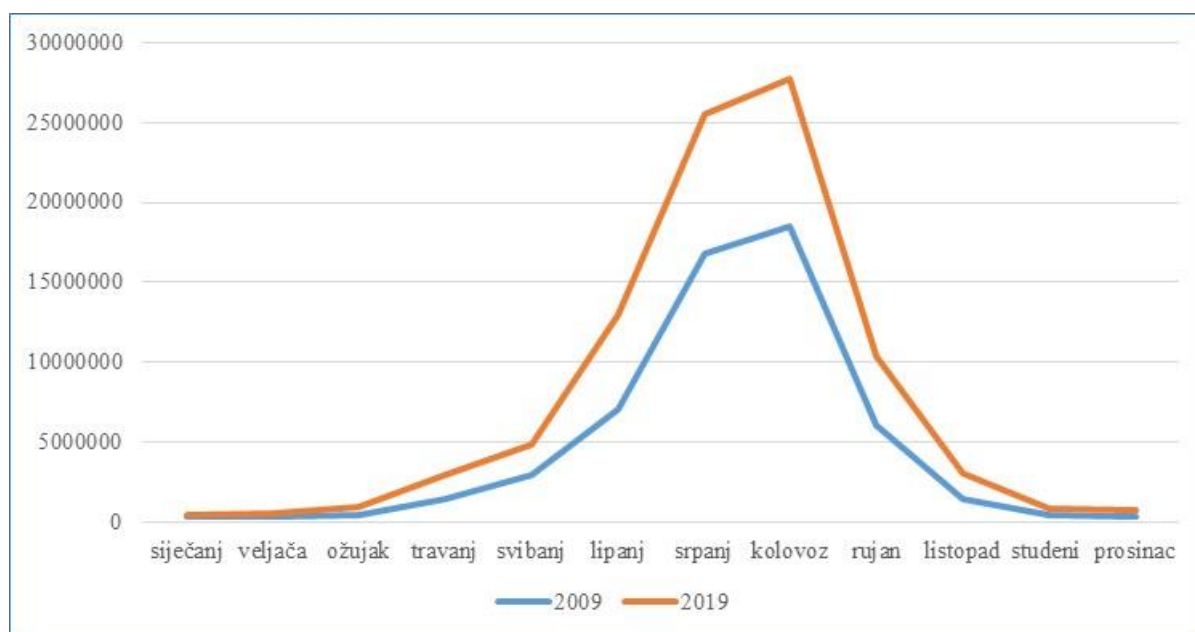
Iako je udio domaćih turista u ukupnim dolascima i noćenjima puno manji u odnosu na strane turiste, domaći turisti također predstavljaju važan dio turističkog tržišta. Naime, u 2019. godini je oko 1,8 mil. građana Republike Hrvatske odlazilo na putovanja što u inozemstvo što u Republiku Hrvatsku, što nije zanemariv broj.

Analizira li se struktura stranih turista, evidentno su Njemačka, Slovenija, Austrija, Italija i Poljska u 2019. godini bila najznačajnija hrvatska emitivna tržišta. Važno je naglasiti kako lokalno stanovništvo (92,7%) drži da je susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno iskustvo, a koje imaju prilike ostvariti upravo zbog turizma, implicirajući na tolerantnost, otvorenost i gostoljubivost. Navedeno prepoznaju i cijene naši gosti s emitivnih tržišta, koji pri izboru inozemne destinacije za odmor na ljestvici važnosti vrlo visoko pozicioniraju upravo gostoljubivost lokalnog stanovništva.

Dugogodišnje ključno obilježje hrvatskog turizma je izrazita sezonalnost, najveća u usporedbi s europskim mediteranskim zemljama, koja je u direktnoj korelaciji s glavnim proizvodom sunca i mora, kao i strukturom smještajnih kapaciteta.

U glavnoj sezoni (lipanj – rujan) u 2009. ostvareno je 80% noćenja dok je u 2019. u istom razdoblju ostvareno 84% noćenja. Potrebno je učiniti značajne korake kako bi se ova krivulja ipak pomaknula u održivijem smjeru. Ona prikazuje da tijekom vrhunca sezone prevladava *leisure* koncept odmora prvenstveno vezan za duže stacionarne boravke u destinacijama uz more. U razdoblju izvan sezone znatno je zastupljeniji koncept tura i kraćih boravaka motiviranih specifičnim razlozima putovanja (*city break*, poslovni razlozi) što uzrokuje nešto povoljniju sezonalnu distribuciju dolazaka, u odnosu na noćenja.²⁷ Promatramo li uže lokacije, nakon Zagreba značajno manje izražena sezonalnost ostvaruje se i u Dubrovniku, Splitu i Opatiji.

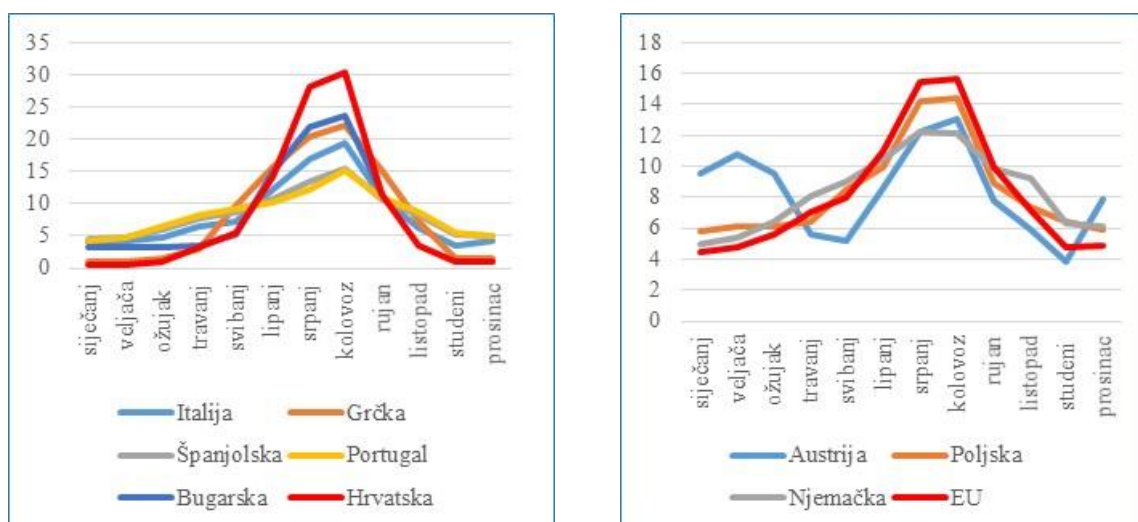
Grafikon 2: Noćenja turista po mjesecima u 2009. i 2019. godini u Hrvatskoj (sezonalnost)



Izvor: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2010), *Turizam u 2009* i izračun autora.

Ako se sezonalnost hrvatskog turizma uspoređuje s drugim zemljama u Europskoj uniji, može se primijetiti da su krivulje različite ovisno o turističkim proizvodima koji se nude na tržištu. Kako bi se usporedila sezonalnost na razini odabranih zemalja Europske unije, napravljena su dva grafikona s dvjema skupinama zemalja. U prvu skupinu ulaze zemlje koje nude turističke proizvode sličnih obilježja kao i Hrvatska, poput Italije, Grčke, Španjolske, Portugala i Bugarske. Drugu skupinu čine zemlje koje se ne oslanjaju na turizam baziran na moru, i to: Austrija, Poljska i Njemačka. Grafikon 3 prikazuje sezonalnost u prvoj i u drugoj grupi zemalja.

Grafikon 3: Sezonalnost po grupama zemalja EU u 2019. godini (u %)



Izvor: Eurostat, Statistics Explained (n.d.), *Nights spent in tourist accommodation establishments, distribution per month*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Nights_spent_in_tourist_accommodation_establishments_distribution_per_month_2019.png (23.6.2021).

Ako se sezonalnost turizma Hrvatske usporedi sa zemljama poput Italije, Grčke, Španjolske, Portugala i Bugarske, evidentno je da je u Hrvatskoj krivulja sezonalnosti najizraženija.

Domaći i strani turisti ostvaruju različite pokazatelje u smislu realiziranih prosječnih noćenja po dolasku, ali s druge strane bilježe iste trendove u smislu smanjenja broja noćenja po dolasku. Takvi se trendovi bilježe i na međunarodnom tržištu gdje turisti češće putuju, a kraće ostaju u destinaciji. Tako su domaći turisti u 2009. godini ostvarili 3,6, a u 2019. godini 3,2 noćenja po dolasku. Strani turisti borave duže, naime, oni su u 2009. godini ostvarili 5,4, a u 2019. 4,8 noćenja po dolasku. Dakako da se taj broj razlikuje po mjesecima u godini i u promatranom razdoblju može se vidjeti da se najviše noćenja po dolasku ostvaruje u srpnju i kolovozu prvenstveno zbog korištenja proizvoda vezanih za sunce i more, ali i ukupno bogatiju turističku ponudu. Za usporedbu, prosječan broj dolazaka po noćenju koje ostvaruju strani turisti u Cipru je 6,2, na Malti 5,2, a u Irskoj 5 noćenja po dolasku stranih turista. U Grčkoj se ostvaruju identični rezultati kao i u Hrvatskoj, odnosno 4,8 noćenja po dolasku, slijede Španjolska s 4,4, Bugarska s 4,3, Danska s 4,2 i Italija s 3,4 noćenja po dolasku stranih turista.

Sukladno rezultatima istraživanja, koje je proveo Institut za turizam, TOMAS o stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj 2019., prosječna potrošnja turista po osobi i noćenju u Hrvatskoj 2019. godine bila je 98 eura te se bilježi njen rast, iako nedostatno. Oko pola izdatka, točnije 54%, odnosi se na uslugu smještaja, 17% na uslugu hrane i pića izvan smještajnog objekta, a 29% na sve ostale usluge. Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreću se u rasponu od 67 eura, koliko prosječno dnevno izdvajaju gosti iz Bosne i Hercegovine, do 206 eura, koliko izdvajaju gosti iz Japana.

Prema Državnom zavodu za statistiku, u 2019. godini struktura smještajnih kapaciteta Hrvatske je sljedeća: odmarališta i slični objekti za kraći odmor (sobe, apartmani, kuće za odmor i slično) 66 %, hoteli i sličan smještaj 13 %, kampovi i prostor za kamping 20,4 %, ostali smještaj 0,3 %. U prethodnom periodu nije došlo do planiranih promjena strukture smještajnih objekata kako je bilo planirano prethodnom strategijom, štoviše rastao je broj i udio soba, apartmana i kuća za odmor. Istodobno, upravo ta vrsta smještaja ima nisku stopu popunjenosti, od 27,6%, dok najveću popunjenost kapaciteta bilježi kategorija hoteli i sličan smještaj s 48,2%. Navedeno implicira visoku sezonalnost turističkog poslovanja, a uz činjenicu da se bilježi koncentracija smještajnih objekata na područje Jadranske Hrvatske, gdje je locirano čak 92,5% ukupnih smještajnih objekata, navedeno doprinosi i visokom pritisku na prostor, okoliš i infrastrukturu u priobalju. Ipak, potrebno je naglasiti da su u posljednjem desetljeću izvršena ulaganja u unapređenje kvalitete smještajnih objekata, kako hotela, kampova, tako i soba, apartmana i kuća za odmor.

Nautički turizam predstavlja jedan od najprepoznatljivijih i najbolje tržišno pozicioniranih turističkih proizvoda Hrvatske. Iznimno atraktivna obala, dobri uvjeti za plovidbu i jedrenje tijekom većeg dijela godine, dobra turistička infrastruktura te duga tradicija neki su od važnijih razloga razvijenosti i atraktivnosti ovog oblika turizma. Luke nautičkog turizma, kao glavna infrastruktura za odvijanje ovog oblika turizma u razdoblju 2009. – 2019. bilježe pozitivne trendove u smislu porasta njihova broja (s 98 u 2009. godini na 167 u 2019. godini).²⁸ No radi boljeg razumijevanja ovog porasta, važno je za napomenuti da se promijenilo statističko praćenje broja luka te jedinim dijelom i zbog toga proizlazi velik porast u razdoblju 2018. – 2019. Broj vezova se povećao s 16.848 u 2009. godine na 18.179 vezova u 2019. godini, što bi značilo da je broj vezova rastao s prosječnom godišnjom stopom od 0,7%. Sukladno zahtjevima

tržišta, raste broj vezova za plovila duža od 12 metara.²⁹ S obzirom na sve veći razvoj nautičkog turizma, potrebno je uspostaviti regulaciju sidrenja kako bi se izbjegao i ublažio negativni učinak na morska staništa, posebno naselja posidonije.

U 2019. godini Hrvatska je ostvarila 918 mil. kuna prihoda od luka nautičkog turizma (bez PDV-a). Taj prihod ostvaruje se od iznajmljivanja vezova na što otpada 71 % ukupnih prihoda, servisnih usluga (7,5%) te ostalih prihoda (21,5%). Županije s najvećim udjelom u ukupnim prihodima su: Šibensko-kninska s 25,4%, Splitsko-dalmatinska s 22,5% te Zadarska županija s 19,9%.

Riječna krstarenja u posljednjih nekoliko godina bilježe pozitivne trendove u Europi pa tako i u Hrvatskoj. Počeci razvoja tog oblika turizma javljaju se u 2004. godini na rijeci Dunavu i 2009. godine na rijeci Dravi. Najvažnije i najveće luke nalaze se u Vukovarsko-srijemskoj županiji (Vukovar, Ilok) te u Osječko-baranjskoj županiji (Batina, Aljmaš i Osijek). Osim tih luka, postoje luke u Sisku i Slavonskom Brodu na rijeci Savi. Međutim, zbog problema s plovnošću i neuređene infrastrukture tih dviju luka na rijeci Savi, nemaju značajnije posjete riječnih kruzera. Trenutno se međunarodna riječna krstarenja u Hrvatskoj odvijaju u najvećem dijelu na rijeci Dunav na kojoj se u prosjeku realizira 90% od ukupnog broja pristajanja dok se preostalih 10% prometa odvija na rijeci Dravi.³⁰ Uvažavajući raspoložive resurse na područjima Hrvatske uz plovne rijeke i postojeću atrakcijsku osnovu, riječ je o perspektivnom segmentu za oživljavanje turizma na kontinentu.

Turističke investicije i poslovno okruženje

Turističke investicije ključna su poluga za održavanje konkurentnosti i oživljavanja pred i post sezone. Za potrebe izrade Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine izvršena je detaljna analiza investicijskih turističkih pokazatelja Hrvatske kao i usporedba s odabranim konkurentskim zemljama. Navedena analiza ukazala je na potrebu unapređivanja modela i metodologije praćenja investicija kako bi se efikasno pratila realizacija postavljenih ciljeva i donosile adekvatne strateške odluke. U proteklom periodu kretanje investicija nije bilo usklađeno s postavljenim strateškim smjerom te je neophodno kroz novu strategiju adresirati alate s kojima će se povećati učinkovitost provedbe.

Temeljni problemi u realizaciji investicija dominantno se mogu vezati na nepovoljno investicijsko okruženje, suboptimalan sustav upravljanja te potrebno unapređenje zakonodavnog okvira i njegove provedbe.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. godine pozicionira Hrvatsku na 123. od ukupno 140 mjesta u domeni kvalitete poslovnog okruženja. Unutar navedene ljestvice istaknuta je problematika utjecaja poreznog sustava na poticanje investicija (122. mjesto) i učinkovitost okvira za rješavanje sporova (139. mjesto). Rješavanje tog problema doprinijet će rastu konkurentnosti hrvatskog turizma na međunarodnoj ljestvici i omogućiti realizaciju investicija od značaja za održivi i kvalitativni iskorak u razdoblju do 2030. godine.

World Bank ljestvica *Doing business* postavila je Hrvatsku na 51. mjesto od ukupno 190 mjesta. Od ključne problematike izdvojeno je 150. mjesto u rješavanju građevinskih dozvola, 104. mjesto u dobivanju kredita i 114. mjesto u pokretanju poslovanja. U prilog navedenog ukazuju i istraživanja stavova ključnih poslovnih dionika u privatnom sektoru Hrvatske gdje je identificiran problem sporosti i kompleksnosti reakcije sustava za pripremu investicija, zakonski okvir i provedba na terenu te smanjenje isplativosti smještaja visoke dodane vrijednosti.

Posebno je iz analiza podataka o investicijama u periodu od 2011. do 2019. godine potrebno ukazati na:

- blagi porast ukupnih investicija (prosječna stopa rasta od 2% godišnje);
- značajni rast privatnih investicija od 2011. (14% godišnje) uz tendenciju pada od 2017. (-6% godišnje);
- značajan rast privatnih investicija u 2017. godini kao rezultat provedbe velikih investicijskih ciklusa turističkih poduzeća;
- u slučaju primjene WTTC kvantifikacije investicija do 2020. godine premašen je cilj postavljen strategijom;
- identificirano je značajno zaostajanje u razini investicija u odnosu na mediteranske konkurente – od 2,5 puta do 5 puta niža razina investicija po noćenju u odnosu na Grčku, odnosno Španjolsku.

Realizacija investicija u prethodnom periodu zaostajala je za strateškim smjernicama postavljenim Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske 2014. – 2020., odnosno izostala je tendencija značajne promjene strukture smještaja prema hotelskom smještaju i višoj dodanoj vrijednosti te investicija u turističke sadržaje koje omogućuju konkuriranje s ostalim turističkim proizvodima.

S ciljem unapređenja uvjeta poslovanja, u skladu s politikom i Programom Vlade Republike Hrvatske u proteklom mandatnom razdoblju provedeno je pet krugova porezne reforme, a izmjenama poreznih propisa omogućeno je rasterećenje gospodarstva i građana u visini od preko 10 milijardi kuna. Kako bi se porezna reforma provodila sustavno i cjelovito, kontinuirano se provode analize i sa svih relevantnih aspekata sagledavaju učinci prijedloga za porezne promjene, pa tako i prijedloga za proširenje primjene snižene stope PDV-a, uzimajući pritom u obzir porezna rasterećenja planirana Programom Vlade Republike Hrvatske za mandat 2020.-2024., čija će dinamika ovisiti o fiskalnim mogućnostima državnog proračuna.

Ljudski potencijali

Turizam izravno i neizravno doprinosi stvaranju radnih mjesta (posebno za mlade i žene) te potiče rast mikro, malih i srednjih poduzeća. UN Agenda 2030 ističe važnost turizma u otvaranju novih radnih mjesta i promicanju lokalnoga gospodarskoga razvoja te lokalne kulture i proizvoda.

Turizam karakterizira kompleksnost i premreženost. Osim izravnog zapošljavanja u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te putničkih agencija, organizatora putovanja i djelatnosti povezane s njima, postoji velik broj poslova koji su indirektno povezani s njim. U turizmu je 2019. zaposleno više od 12,5 milijuna ljudi u EU-u. Gotovo 7,4 milijuna tih ljudi radilo je u djelatnosti pružanja hrane i pića. U djelatnosti smještaja (ne uključujući nekretnine) zaposleno je više od 2,5 milijuna ljudi u EU-u, a u putničkim agencijama i turoperatorima gotovo pola milijuna. Tri djelatnosti koje se gotovo u potpunosti oslanjaju na turizam (smještaj, putničke agencije/turistički prijevoznici, zračni prijevoz) zapošljavaju gotovo 3,4 milijuna ljudi u EU-u. Iste godine turistička industrija u Hrvatskoj ima 148.196 radnih mjesta, od čega u djelatnosti smještaja 41.197, hrane i pića 73.711 te putničkih agencija i turoperatora 8033 radna mjesta.³¹

Upravljanje ljudskim potencijalima u turizmu suočeno je s nizom izazova, kao što je nedostatak zaposlenika za sezonske poslove, zaposlenici bez adekvatnih kompetencija, s malo iskustva za direktno uključivanje u procese rada, nemotivirani i slabo angažirani zaposlenici, visoka fluktuacija zaposlenika te nizak interes mladih za razvoj karijere. Pridodamo li tome i izazove koje pred turizam stavljaju demografska kretanja u Hrvatskoj i trendovi migracije stanovništva, postaje jasno da će održivost i razvoj turizma uvelike ovisiti o sustavnom i održivom planiranju upravljanja i razvoja ljudskih potencijala (predviđa se da će broj stanovnika Hrvatske do 2050. godine pasti na 3,4 milijuna, a prosječna starost stanovništva narast će na 51,3 godine u odnosu na 43,7 u 2018.).³²

Hrvatska se suočava s neravnomjernim regionalnim razvojem; veći broj stanovnika u riziku od siromaštva i socijalne isključivosti živi u krajevima s manjim turističkim prometom te stoga manjim mogućnostima koje pruža turizam u pogledu stvaranja novih kvalitetnih radnih mjesta, generiranja samozapošljavanja i poticanja uključivog rasta. Uslijed toga, dolazi i do neravnomjerne stope zaposlenosti, pa tako udio zaposlenih u turizmu u Jadranskoj Hrvatskoj iznosi 46% od ukupno zaposlenih, dok je na razini RH ukupno 8%.³³

Poboljšanje kvalitete života i jačanje društvene kohezije te smanjenje rizika od siromaštva, socijalne isključivosti i smanjenja nejednakosti u društvu podrazumijeva i osiguravanje jednakih mogućnosti za uključivanje u turističke aktivnosti i tržište rada, posebno ranjivih skupina kao što su osobe s invaliditetom, žene, mladi, starije osobe i drugi. Hrvatska se susreće s visokom stopom neaktivnosti i nezaposlenosti mladih i žena za koje teško stvara dovoljno radnih mjesta. Stopa zaposlenosti žena (20 – 64 godine) znatno je niža od prosjeka EU za 2019. godinu (61,5%, a prosjek EU je 67,1%).³⁴ Žene čine 64,9% nezaposlenih u 2019. godini u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.³⁵ Stopa je mladih koji se ne obrazuju, ne rade niti se stručno usavršavaju (NEET) 13,6% u 2018., smanjuje se i stopa nezaposlenosti mladih (23,7% u 2018.), ali su te stope i dalje iznad prosjeka Europske unije.³⁶ Promatramo li nezaposlenost po dobi, udio nezaposlenih od 15 do 30 godina u ukupnoj nezaposlenosti u 2019. godini iznosio je 33,3%. Došlo je do porasta nezaposlenih osoba s invaliditetom za 20,4% u odnosu na 2009. godinu (HZZ – djelatnost prethodnog zaposlenja: I).³⁷

Neuključivanjem ranjivih skupina na tržište rada, posebno onih obrazovanih, rezultira gubitkom njihovih kompetencija te raste izloženost riziku od siromaštva. Turizam može doprinijeti stvaranju novih kvalitetnih radnih mjesta, generirati samozapošljavanje i potaknuti uključiv rast.

Tržište rada, radna mjesta i ljudski potencijali u turizmu Hrvatske, gdje se prvenstveno misli na djelatnost (I) pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, obilježava:

- Zaposlenost i nezaposlenost pod utjecajem su sezonskog poslovanja u turizmu Hrvatske.
- Zapošljavanje na neodređeno vrijeme je dominantna vrsta radnog odnosa iako je vidljiv trend povećanja broja ugovora na određeno vrijeme u 2019. godini.
- Prosječne neto plaće i djelatnosti (I) nalaze se ispod prosjeka za Hrvatsku. Žene su znatno slabije plaćene od muškaraca, što proizlazi iz zapošljavanja istih na manje složenim poslovima (domaćinstvo i dr.). Promatra li se posebno smještaj, a posebno priprema i posluživanje hrane, prosječne neto plaće u djelatnosti smještaja više su i nešto su iznad prosjeka u Hrvatskoj.

- Ponuda i potražnja za ljudskim potencijalima na tržištu rada u turizmu je neusklađena. Potražnja za zaposlenicima nadmašuje ponudu, a posebno se to odnosi na poslove kuhar, konobar, domaćica i druge pomoćne poslove.
- Turizam zapošljava znatni udio žena. 2019. godine od ukupnog broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane 53,8% bile su žene. Nešto je veći udio žena u djelatnosti smještaja (56,6%) nego u djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića (50,4%).³⁸
- Turizam privlači mlade ljude koji se prvenstveno zapošljavanju na sezonskim poslovima (35,4% od ukupno registriranih osiguranika prema podatku Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje je u 2019. godini bilo između 15 i 30 godina).
- Specifično je zapošljavanje na temelju drugih oblika zapošljavanja pa je tako najzastupljeniji drugi oblik rada onaj preko učeničkog ili studentskog servisa.
- Hrvatska ima tradiciju obrazovanja ljudskih potencijala za potrebe turizma. Obrazovanje provodi 105 strukovnih srednjih škola, sedam sveučilišta i sedam veleučilišta i visokih škola.
- U cilju prilagođavanja obrazovnog sustava u turizmu i ugostiteljstvu za potrebe i u skladu sa zahtjevima dinamičkog tržišta rada uspostavljeno je šest regionalnih centara kompetentnosti u strukovnome obrazovanju za turizam i ugostiteljstvo.
- Zbog sezonalnosti zaposlenja, niskih plaća i teških uvjeta rada, turizam je manje privlačan za potencijalno zapošljavanje.
- Anketom poslodavaca iz 2019. utvrđene su brojne poteškoće pri pronalasku radnika, pri čemu su u najvećoj mjeri navedeno izrazili poslodavci iz djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (primarno u sektoru turizma i ugostiteljstva). Prema percepciji poslodavaca, najzastupljenija poteškoća pri zapošljavanju bila je „nedostatak kandidata s traženim radnim iskustvom“ (ističe 46% ispitanih poslodavaca), a 38% ispitanih poslodavaca navodi „nedostatak kandidata s traženim obrazovanjem“. Udio poslodavaca koji su tražili radnike narastao je sa 73% u 2016. na 79% ispitanih poslodavaca u 2019. godini.³⁹

Potrebno je istaknuti da prema različitoj metodologiji varira i evidentirani broj zaposlenih u turizmu Hrvatske – za 2019. godinu EUROSTAT: 105.700 (15 – 64 godine, djelatnost I); DZS 115.108 (godišnji prosjek, djelatnost I); MINT 108.000 (djelatnost I); 377.200 (WTTC, direktno i indirektno).

Unatoč činjenici da ukupna konkurentnost turizma Hrvatske lagano raste u 2019. godini (27. mjesto na ljestvici) u odnosu na 2015. (33. mjesto na ljestvici) prema *Travel & Tourism Competitiveness Report*, konkurentnost ljudskih potencijala i tržišta rada je u padu. Problem se očituje u slaboj obuci zaposlenika, nedostatku kvalificiranih zaposlenika, lošoj praksi zapošljavanja, niskoj plaći i produktivnosti rada te nefleksibilnom tržištu rada po pitanju zapošljavanja stranaca.

Održiv razvoj ljudskih potencijala u turizmu potrebno je planirati na mikro i makro razini. U održivom planiranju ljudskih potencijala za potrebe budućega razvoja turizma treba sudjelovati vlada, gospodarstvo, javne institucije, obrazovne institucije, ali i sve druge organizacije koje svojim aktivnostima mogu utjecati na kvalitetan i održiv razvoj ljudskih potencijala. Samo integrirana suradnja svih dionika u turizmu može dati odgovore na ključne izazove. Ljudski potencijal u ovome trenutku predstavlja ograničavajući čimbenik održivog razvoja turizma u Hrvatskoj.

Promet u funkciji turizma

Temeljni razvojni dokumenti, poput Strategije prometnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2030. godine, Strategije niskougljičnog razvoja Republike Hrvatske do 2030. godine s pogledom na 2050. godinu te inicijative i projekti na lokalnoj razini prepoznaju važnost razvoja ekološki održivih oblika prometa vezano za turizam. Posebni oblici turizma zasnovani na očuvanom okolišu ne mogu se razvijati bez ekološki održivog prometa. Naime, turisti koji preferiraju neki od održivih oblika turizma očekuju raspoloživost takvih oblika prometa do i na području destinacija.

Razvoj prometnog sustava Republike Hrvatske i bolja povezanost s europskim prometnim sustavom u posljednjem je desetljeću odigrao ključnu ulogu u razvitku turizma. Potencijal cestovnog prometa, temeljen na suvremenoj mreži autocesta, do punog je izražaja došao 2020. godine, kada je upravo zbog toga turizam Republike Hrvatske, u pandemijskim okolnostima, ostvario bolji rezultat od ostalih država na Mediteranu. Turisti dolaze u Republiku Hrvatsku najčešće koristeći se cestovnim i zračnim prijevozom, koji najviše zagađuju okoliš, a po destinacijama se najviše kreću koristeći osobne automobile, koji su, s obzirom na veliki broj, najveći zagađivači. Povećani cestovni promet nerijetko je praćen zakrčenošću cesta, bukom, prisutnošću štetnih plinova i tvari u zraku, nedostatkom parkirnih mjesta te u konačnici nezadovoljstvom turista i lokalnog stanovništva stanjem prometa u destinacijama. Rješenja se pronalaze gradnjom parkirališta u blizini pješačkih zona, čime se pojačavaju prometni tokovi na pristupnim cestama koje su limitirane propusne moći. U skladu s navedenim, potrebno je unaprijediti upravljanje prometom uzimajući u obzir sve veći priljev turista.

Željeznički promet je u procesu obnove te su potrebna značajna ulaganja kako bi se poboljšala kvaliteta željezničkog prijevoza putnika te kako sustav ne bi zaostajao za željezničkim prometnim sustavom EU u području infrastrukture i prijevoza putnika. Primjećuje se trend porasta interesa turista za ovaj vid prijevoza tako da je potrebno kontinuirano koordinirati aktivnosti u području turizma s aktivnostima u području željezničkog prometa.

Pomorski i riječni promet vezan uz turizam potrebno je dodatno razvijati i iskoristiti uzimajući u obzir da Hrvatska ima iznimne uvjete za razvitak obiju prometnih grana. Iako Hrvatska raspolaže kvalitetnom mrežom autocesta na TEN-T koridorima na svom teritoriju, potrebno je i dalje raditi na boljoj cestovnoj povezanosti između pojedinih regija i na lokalnoj razini. Javni gradski promet potrebno je dalje razvijati, poglavito u manjim sredinama, u kojima bi, uz uporabu vozila na ekološki prihvatljiv pogon, mogao biti nositelj mobilnosti, posebice u turističkim destinacijama.

Temeljem prethodnog moguće je zaključiti:

- uz rast turizma potrebno je što učinkovitije upravljanje prometnim sustavom Hrvatske kako bi se izbjegla zakrčenost cesta, buka, prisutnost štetnih plinova i tvari u zraku, kao i nezadovoljstvo turista i lokalnog stanovništva stanjem prometa prema i u turističkim destinacijama.
- potrebno je željeznički promet čim prije podići na razinu da bude atraktivan za putnike, a samim time i turiste;

- za potrebe razvoja turizma potrebno je razvijati pomorski i riječni promet koji se trenutno nedovoljno koriste;
- Hrvatska raspolaže kvalitetnom mrežom autocesta na TEN-T koridorima na svom teritoriju, međutim prisutan nerazmjer u kvaliteti i gustoći cestovne infrastrukture između pojedinih regija i na lokalnoj razini te takva situacija zahtijeva adekvatno upravljanje kako bi se osigurao nesmetan promet putnika;
- s obzirom na načine dolaska do hrvatskih destinacija te organizaciju prometa u njima pojačava se pritisak na prometne tokove na pristupnim cestama koje su ionako limitirane propusne moći, a radi toga je neophodno kontinuirano upravljanje propusnom moći pristupnih cesta i prometom u mirovanju;
- u turističkim destinacijama potrebno je poticati korištenje ekološki prihvatljivih oblika individualnog prometa, poput biciklističkog prometa, pješaćenja, vozila na električni pogon, e-bicikala i e-romobila;
- potrebno je razvijati koncept multimodalnosti i pametne mobilnosti uz razvoj informacijsko-komunikacijskih sustava temeljenih na brzom internetu i dobroj pokrivenosti prostora kvalitetnim signalom;
- javni gradski promet je potrebno dalje razvijati kako bi se zadovoljile potrebe građana Republike Hrvatske i turista te time smanjila upotreba osobnih vozila.

Ipak, treba istaknuti i pozitivne pomake u održivoj mobilnosti koje se očituju u sljedećem:

- modernizaciji magistralne željezničke infrastrukture,
- porastu broja turističkih vlakova između Srednje Europe i hrvatskih gradova na relacijama Bratislava/Beč – Split, Prag – Bratislava – Zagreb – Rijeka/Split, Budimpešta – Split, Rijeka – Ljubljana – Budimpešta i Pula – Ljubljana i obrnuto,
- uvođenju sezonskih vlakova u unutarnjem prijevozu na relaciji Osijek/Vinkovci – Bjelovar – Zagreb Glavni Kolodvor (GK) – Split te na relaciji Čakovec – Zagreb GK – Split kojima putnici ostvaruju i veze prema Šibeniku.,
- otvaranju novih punionica za električna vozila,
- na razini destinacija uvode se sustavi najma bicikala, e-bicikala, romobila, *segweya*, vozila električnog pogona za razgledavanje te brojne aplikacije za pametne telefone koje pridonose kvalitetnijem prometu.

Prirodne i antropogene atrakcije

Posebno značajnu osnovu za turistički razvoj čine prirodne vrijednosti i kulturno-povijesna baština koja se nalazi na određenom prostoru. Hrvatska kao zemlja nastala na različitim povijesnim putevima i raznolikom području posjeduje brojne i vrijedne resurse i atrakcije kako one prirodne tako i one kulturno-povijesne među kojima značajan dio njih nije do sada dovoljno turistički valoriziran.

Hrvatska obilježava izniman prirodni krajolik koji je očuvan uz mnoštvo različitosti na relativno malom prostoru; od mora i razvedene obale, krških reljefa preko gorskih dijelova, rijeka do nizinskih ruralnih dijelova. Na prostoru Hrvatske postoje brojna zaštićena područja (9,22% ukupnog teritorija; www.bioportal.hr) između kojih je 8 nacionalnih parkova te 12 parkova prirode koji pridonose očuvanosti prirode i biljnih i životinjskih vrsta, a koja su posebno privlačna turistima. Promatrajući nacionalne parkove Hrvatske, broj posjetitelja kontinuirano raste (2009. godine bilo ukupno 2.060.353, a 2019. godine 3.876.152)⁴⁰, radi se o gotovo dvostrukom porastu broja posjetitelja u 10 godina. Kvaliteta mora, podmorja i razvedenost

obale te osobito mnogobrojni plažni prostori osigurali su kontinuirani i dugogodišnji razvoj ljetnog odmorišnog turizma. U stvaranju prepoznatljivih prirodnih atrakcija potrebno je urediti, osigurati prometnu dostupnost i signalizirati prirodne vrijednosti koje su turistima zanimljive te u konačnici njima održivo upravljati. Osobito je važno staviti u turističku funkciju prirodne resurse na područjima Panonske i Sjeverne Hrvatske, a koja su do sada bila u nedovoljnoj mjeri turistički valorizirana (npr. ljekoviti termalni i mineralni izvori, rijeke, planine, itd.).

Područje Hrvatske dio je ekološke mreže očuvanih područja EU-a Natura 2000, a čine je područja očuvanja značajna za ptice (POP) i područja očuvanja značajna za vrste i stanišne tipove (POVS). Hrvatska je u vrhu EU-a po postotku teritorija unutar ekološke mreže Natura 2000, dok postotak zaštićenih područja uključujući i Natura 2000 mrežu pokriva 38,1% kopnenog teritorija i 12,60% mora pod nacionalnom jurisdikcijom (uz uključenje posebnog režima upravljanja ribolovnog područja Jabučke kotline).⁴¹ Hrvatska na svom prostoru ima različite antropogene atrakcije i svaka turistička destinacija posjeduje značajne elemente koji je čine specifičnom, drugačijom i posebnom. Na takvu raznolikost antropogenu baštinu utjecala su povijesna razdoblja i utjecaji različitih kultura koje su bile prisutne na ovim prostorima.

Osobito pažnju turista privlače dobra koja se nalaze na UNESCO-ovom Popisu svjetske baštine: 10 nepokretnih kulturnih dobara i ukupno 18 nematerijalnih kulturnih dobara upisano na UNESCO-ovim popisima nematerijalne kulturne baštine (16 nematerijalnih kulturnih dobara upisano na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva, 1 kulturno dobro upisano na UNESCO-ov Popis nematerijalne kulturne baštine kojoj je potrebna hitna zaštita, 1 kulturno dobro upisano u UNESCO-ov Registar dobrih praksi očuvanja nematerijalne kulturne baštine svijeta).⁴² Također su evidentirana i dva geoparka UNESCO-a.

Za razliku od gradova u priobalju, gradovi Panonske i Sjeverne Hrvatske manje su prepoznati kao turistička središta te su slabije turistički interpretirani. Iako je kulturno-povijesna baština u određenim destinacijama snažno promovirana i istaknuta, ipak na prostoru Hrvatske evidentno ima mnogo kulturno-povijesne baštine koja nije stavljena u turističku funkciju (npr. dvorci, utvrde, mali povijesni gradovi i sl.) usprkos svojem nedvojbenom potencijalu.

Obnovljena, zaštićena i turistički valorizirana kulturno-povijesna baština nije temelj samo za razvoj održivog kulturnog turizma, nego je i integralni dio svih posebnih oblika turizma, a osobito je ponos i vrijednost za lokalnu zajednicu i sve druge dionike.

Bogata je muzejska ponuda evidentna, no nisu svi muzeji dovoljno promovirani u turističkoj ponudi i opremljeni suvremenim načinom prezentacije. Turističke destinacije organiziraju cijeli niz manifestacija od kojih se mogu istaknuti: glazbeni festivali, povijesne manifestacije, filmski festivali, različita hodočašća i vjerska događanja, folklorne manifestacije, adventske manifestacije, karnevali, itd. Diljem Hrvatske prezentira se eno i gastro ponuda temeljena na tradicionalnoj pripremi hrane i autohtonim namirnicama te raste broj turističkih destinacija koje organiziraju najrazličitije manifestacije usmjerene gastro i eno ponudi.

U kojoj mjeri su prirodni i antropogeni resursi važni za hrvatski turizam kazuju rezultati istraživanja TOMAS 2019⁴³; najomiljenija aktivnost turista u Hrvatskoj je plivanje/kupanje, slijedi razgledavanje gradova, odlazak u restorane, posjet povijesnim građevinama, izleti u nacionalne parkove/zaštićena prirodna područja, kupovina, organizirani izleti brodom te niz drugih sportskih, rekreativnih, zabavnih i kulturnih aktivnosti. Ovo istraživanje pokazuje važnost prirodnih i antropogenih atrakcija na aktivnosti turista tijekom boravka u Hrvatskoj. Istraživanje stavova ispitanika s emitivnih tržišta provedeno 2021. godine u okviru izrade

analize stanja Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine pokazalo je da se Hrvatska dobro pozicionira u nizu aspekata koje su ispitanici naveli kao važne pri izboru inozemne destinacije, i to kao destinacija ugodne klime (80%), čistog mora (76%) i odličnih plaža (72%) dok je važnost kulturne baštine kao motiv dolaska odabralo 54% anketiranih turista emitivnih tržišta.⁴⁴

U sagledavanju važnosti prirodne i kulturne baštine važni su i stavovi lokalnog stanovništva pa je tako primarnim istraživanjem stavova lokalnih stanovnika ukazano da ispitanici snažnije percipiraju pozitivne ekološke i socio-kulturološke učinke koje turizam generira u njihovim županijama; 59% ispitanika se slaže kako turizam potiče na povećanje svijesti o važnosti očuvanja okoliša, dok njih 55,8% smatra da turizam utječe i na zaštitu i unapređenje kvalitete okoliša. Osim toga, čak 75,5% ispitanika smatra da turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića, a njih 75,3% slaže se da turizam potiče očuvanje kulturne baštine.⁴⁵

Kvalitetna i održiva integracija resursa i atrakcija u turističku ponudu osigurava održivi, konkurentan i prepoznatljiv turizam Hrvatske te prepoznavanje i turističku valorizaciju jedinstvenosti pojedinih regija.

Opterećenost prostora

Model turizma u kojem je 92,5% svih smještajnih kapaciteta locirano na području Jadranske Hrvatske i gdje se razvoj turizma dominantno događa na obali, povećavajući pritisak na spomenuta područja Hrvatske, nije održiv, niti društveno, niti okolišno. Posljednjih se godina gradovi sa zaštićenim kulturno-povijesnim cjelinama u ljetnim mjesecima susreću sa sve većim brojem turista i posjetitelja te se javlja prekomjerni turizam. Posljedično, uslijed rastuće turističke potražnje i rasta cijena nekretnina u (staro)gradskim jezgrama kao i otežanih uvjeta za svakodnevni život lokalnog stanovništva, javlja se trend iseljavanja lokalnog stanovništva i pretvaranja (staro)gradskih jezgri u prostore prepuštene isključivo turistima, a tradicionalni način stanovanja zamjenjuje rastuća apartmanizacija. Navedeno percipira i lokalno stanovništvo, naime rezultati istraživanja upozoravaju kako 41,8% ispitanika u turizmu vidi razlog gužvama na javnim prostorima, a njih 44,5% (u najvećoj mjeri radi se o ispitanicima iz Jadranske Hrvatske) smatra kako nekontrolirana izgradnja ugrožava prostor njihove županije. Nadalje, više od polovice ispitanika (55%) drži da su se uslijed turističkog razvoja povećali troškovi života lokalnog stanovništva.⁴⁶ Trgovina nekretninama i rasprodaja zemljišta dio su neobuzdanog i euforičnog razvoja turizma Jadranske Hrvatske koja je uznapredovala do glavnog posla u turizmu, što traži nužnu i hitnu regulativu.

Navedeno ugrožava održivost hrvatskog turizma zbog posljedičnog izuzetnog pritiska na prostor i obalu. U četirima ljetnim mjesecima Republika Hrvatska ima najvišu prosječnu opterećenost prostora među usporedivim mediteranskim zemljama (+41% noćenja po m²).⁴⁷ Problematika prostornog opterećenja dodatno je naglašena u Jadranskoj Hrvatskoj u sezoni s obzirom na to da ista ima 15 puta veću opterećenost od kontinenta na razini godine te 3,2 puta veću opterećenost u sezoni u odnosu na cjelogodišnji prosjek Jadranske Hrvatske.⁴⁸ Posebno se ističe opterećenost plaža; Hrvatska ima 6,7m² plažnog prostora⁴⁹ po kupaću s procijenjenim pritiskom od 1 mil. kupaća dnevno, a gužva na plažama ključan je razlog nezadovoljstva turista tijekom boravka. Promatrajući nacionalne parkove Hrvatske, broj posjetitelja kontinuirano raste (tako je npr. 2009. godine bilo ukupno 2.060.353, a 2019. godine 3.876.152 posjetitelja),⁵⁰

odnosno gotovo je dvostruki porast broja posjetitelja u posljednjih 10 godina. Kako bi se ublažio potencijalni negativni učinak rasta broja posjetitelja, uspostavljen je sustav upravljanja posjetitelja u najposjećenijim parkovima. Uvedeni su sustavi *online* kupovine ulaznica s ograničenjima broja posjetitelja, a posjetitelje se nastoji vremenski i prostorno disperzirati, kako bi se postiglo što učinkovitije i održivo upravljanje zaštićenim područjima.

Ključni turistički proizvodi

Prema stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj TOMAS istraživanja 2019., more i priroda su primarni motiv dolaska u Hrvatsku. Specifično, more iznosi 86% motivacije turista, a priroda iznosi 58%. Motivi poput manifestacija, planinarenja, zdravstvenih razloga koji su vezani na posebne turističke proizvode veoma su slabo zastupljeni.

Sukladno projektu Hrvatske turističke zajednice – *Brand tracking* istraživanje (2019.) imidž Hrvatske nije se značajnije promijenio u promatranom periodu 2015. – 2019. godine. Primarne asocijacije baziraju se na netaknutoj prirodi, raznovrsnim aktivnostima, sigurnosti destinacije, dostupnosti i pristupačnosti za obitelji. Dobra vrijednost za novac, jednostavnost organizacije, destinacija za mlade neke su od sekundarnih asocijacija Hrvatske kao turističke destinacije. Važno je istaknuti da vrijednost za novac prati i imidž Hrvatske kao jeftine destinacije što nije u skladu s ciljanim pozicioniranjem. Tercijarne asocijacije sačinjavaju dobru gastro ponudu, masovni turizam i prikladnost za starije osobe. Lokalno stanovništvo kao posebno značajne elemente za turističku valorizaciju ističe eno-gastronomiju, kulturu, sportsko-rekreacijske sadržaje i sadržaje zdravstvenog turizma te ruralne i uopće očuvane prostore prirode.

Dva ključna strateška dokumenta u razdoblju do 2020. godine (Strateški marketing plan hrvatskog turizma 2014. – 2020. i Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine) pokazuju razlike u prioritizaciji turističkih proizvoda. S druge strane, očita je djelomična usklađenost prioritizacije proizvoda po regijama te je u tom kontekstu u proteklom strateškom razdoblju povećan broj turističkih proizvoda po regijama, ali je izostala implementacija.

Nalazi strateške analize turističkih proizvoda služe kao podloge za stratešku prioritizaciju u budućem razvojnom razdoblju pri definiranju okvira prioritizacije budućih strateških turističkih proizvoda. Sažetak provedene analize po proizvodima:

- Obalni turizam („sunce i more“) – Dominantan turistički proizvod koji počiva na prirodnim resursima: ugodnoj klimi, velikom broju prirodnih ljepota, razvedenoj obali i velikom broju sunčanih dana te je u skladu s primarnim motivima gostiju pri odlasku na odmor. Pri definiranju budućeg stanja važno je razmotriti aspekt održivosti i potencijal promjene strateškog smjera prema visokoj dodanoj vrijednosti.
- Nautički turizam – Hrvatska ima prirodne povoljne preduvjete za razvoj nautike (razvedena, pristupačna obala, čisto more i atraktivan arhipelag) te najbrojniju charter flotu na svijetu, međutim uz nedostatak upravljanja i adekvatne infrastrukture odnosno razvijene ponude, što rezultira manjim realiziranim prihodima od potencijala ovog turističkog proizvoda. S obzirom na visoku lukrativnost ovog proizvoda i dobro polazište za daljnji razvoj, u Fazi 2 staviti će se fokus na definiranje poluga razvoja i uspješnu implementaciju u razdoblju do 2030. godine.

- Eno-gastronomski turizam – Potencijalno atraktivna eno-gastronomija, ali nedovoljno međunarodno etablirana. Nedostatak razvijenog koncepta hrane i pića odnosno strateškog pristupa, uz izostanak realizacije sinergije s drugim dionicima u turističkom lancu vrijednosti (npr. s vinarima). Uzimajući u obzir da je hrana i piće na globalnom turističkom tržištu jedan od glavnih motiva putovanja, identificiran je veliki potencijal za iskorištavanje sinergija i planski razvoj.
- Gradski turizam (eng. *city break*) – Analiza na razini cijele Hrvatske, pokazuje da Hrvatska nije prepoznata kao destinacija gradskog turizma. Dubrovnik i Zagreb su vodeće destinacije gradskog turizma koje upravo kroz taj proizvod mogu kroz cijelu godinu ponuditi različita turistička iskustva. Prilikom definiranja budućeg stanja važno je sagledati i važnost razvoja gospodarstva i poslovnih aktivnosti s obzirom na to da su poslovne aktivnosti primarni motiv dolaska.
- Kulturni turizam – Bogata kulturnom baštinom i dobro očuvanim povijesnim nasljedom s potencijalom dodatne turističke utilizacije i valorizacije, no trenutno uz velike oscilacije kroz destinacije u promociji, upravljanju i razine kvalitete isporuke iskustva. Identificirana snažna resursna osnova predstavlja značajan potencijal koji se može aktivirati kroz investicijski ciklus. Potrebno je turistički valorizirati ključne atrakcije i to korištenjem modernih tehnologija za interpretaciju, očuvanje, marketiranje i isporuku jedinstvenih iskustava, a u cilju ostvarivanja konkurentskih prednosti na međunarodnom tržištu. U većinu aktivnosti na planiranju potrebno je jače uključiti lokalnu zajednicu kako bi se osigurala kvaliteta planova i njihove provedbe, kao i ispravna interpretacije kulturne baštine.
- Zdravstveni turizam – Ključna problematika zdravstvenog turizma zasniva se na nedostatku ponude odnosno kvalitetne zdravstvene infrastrukture, problemima domaćeg zdravstvenog sustava, te manjku investicija i izostanka proaktivnog razvoja usklađenog između svih ključnih dionika. S obzirom na to da se radi o već prioritiziranom strateškom turističkom proizvodu, a koji može biti u funkciji rješavanja problema sezonalnosti i povećanja razine dodane vrijednosti kao i razvoja turizma na kontinentu, ovaj proizvod odnosno poluge razvoja i osiguranje uspješne implementacije posebno su značajne.
- Aktivni turizam – Visoki potencijal koji počiva na prirodnim predispozicijama (dostupne planine, atraktivan krajolik, ugodna klima), ali trenutno neutiliziran, uz nedostatak strateškog pristupa razvoju i upravljanju proizvodom (npr. planinarenje do sada na leđima entuzijasta planinarskog saveza, uz nedostatak značajnijih infrastrukturnih ulaganja u staze i planinarske domove). Jaka pozicija hrvatskog sporta, postavlja imperativ sagledavanja sinergija između svih oblika aktivnog odmora, amaterskog i profesionalnog sporta. Kako bi se spriječilo nanošenje štete na prirodu, ne bi trebalo poticati aktivnosti vožnje vozilima na motorni pogon u turističke svrhe (test vožnje, *cross* vožnje, *off-road* vožnje, sportske, takmičarske i promidžbene vožnje, te njima slične oblike korištenja) u područjima izvan naselja i izvan svih vrsta cesta, poljskih puteva, uređenih staza i poligona za vožnju.
- Ruralni turizam – Nisko percipiran i nedovoljno profiliran te dominantno vezan za kontinentalnu Hrvatsku i zaleđe u primorskim županijama. Na razini Hrvatske turistička ponuda za ruralni turizam je slabo razvijena, dok potencijal postoji s obzirom na to da samo neke destinacije rade u smjeru međunarodne konkurentnosti. Upravo primjeri dobre prakse pojedinih destinacija u Republici Hrvatskoj mogu poslužiti kao *benchmark* za podizanje prosječne razvijenosti ovog proizvoda koji može značajno pridonijeti razvoju blagostanja ruralnih predjela kontinentalne Hrvatske.
- Poslovni turizam – Nedostatak kongresne infrastrukture i nedovoljne prepoznatosti na emitivnim tržištima; nedovoljna prometna povezanost; postoji prostor za napredak uz

objektivizaciju ranga ambicija sukladno gospodarskoj aktivnosti i budućem gospodarskom razvoju Hrvatske.

Digitalni aspekti turizma

Hrvatski turizam je u proteklih nekoliko godina ostvario značajne iskorake iz područja digitalne transformacije. Do 2014. godine tome je doprinijela Hrvatska turistička zajednica sa središnjim turističkim web-sjedištem Croatia.hr i popratnim drugim web-sjedištima, kao i privlačenjem turista ulaganjem u digitalna oglašavanja, ali i ostali pružatelji usluga u turizmu sa svojim web-sjedištima i pružanjima ICT usluga u svojim objektima kao što su Wi-Fi i pametne kartice za pristup sobama.

Od 2014. pokretanjem projekta Hrvatski digitalni turizam započinju značajniji iskoraci na nacionalnoj razini. Pokreće se informacijski sustav za prijavu i odjavu turista – eVisitor, a kreću i aktivnosti Središnjeg registra za ugostiteljsku djelatnost i usluge u turizmu s ciljem potpune digitalne transformacije u interakciji s javnom upravom. Izrađen je i niz drugih sustava u cilju podizanja kvalitete turizma, a veliki iskoraci postižu se automatiziranim razmjenama podataka između različitih informacijskih sustava čime su se najviše rasteretili pružatelji usluga smještaja, ali i učinila bolja i brža dostupnost podataka u cilju boljeg upravljanja turizmom. Skraćenje procedure pokretanja poslovanja u turizmu, smanjenje troškova i učinkovitije i održivo poslovanje poduzetnika uvelike donosi poboljšanje poslovne klime.

Hrvatska je po gospodarskim digitalnim indeksima pozicionirana nisko u usporedbi s najboljim svjetskim i europskim praksama. Prema *Digital Economy and Society Index (DESI)*⁵¹ 2020. Hrvatska je rangirana na 20. mjestu od 28 država te ostvaruje 47,6 bodova, pri čemu je prosjek 52,6, a vodeća Finska ostvaruje 72,3 boda. Nisko je pozicionirana i prema *Global Soft Power Indeks 2020.*⁵² gdje je rangirana na 43. mjestu od 60 država s ostvarena 32,4 boda pri čemu su vodeće Sjedinjene Američke Države sa 61,1 bodom. U izdanju za 2021. godinu Hrvatska se spustila za 6 mjesta, te se nalazi na 49. mjestu iako je ukupni rezultat povećan za 1,4 boda. Iz navedenih primjera vidljiv je značajan prostor za unapređenje iz područja digitalne transformacije.

Sama kategorija turizma istovremeno ostvaruje vrlo visok stupanj digitalne transformacije. Prema analizi *Digital Country Index*⁵³ '17 Hrvatski turizam pozicioniran je na visokom 22. mjestu od 243 država u svijetu dok je u Europi pozicioniran na 10. mjestu od 55 država. To znači da iz perspektive turizma, sljedeći iskorak treba ići u smjeru dostizanja najboljih praksi među kojima su i konkurentske destinacije (npr. Španjolska na prvom mjestu, Turska šestom i Grčka sedmom).

Ovi iskoraci ne predstavljaju kraj procesa digitalne transformacije turizma, već temelj nacionalne digitalne turističke strategije. Prema Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030. godine⁵⁴ tema digitalne transformacije prepoznata je i kao jedan od izazova koje će obilježiti naredno desetljeće i jedan od četiri odrednice razvoja i razvojnih smjerova Hrvatske. I Nacionalni plan oporavka i otpornosti u razdoblju 2021. – 2026.⁵⁵ prepoznaje važnost digitalne transformacije pri čemu se svaka od reformi i investicija, uz ostalo, promatra i kroz digitalnu transformaciju pojedine komponente, a previđa se ulaganje najmanje 20% sredstava plana u digitalnu transformaciju. Europska komisija kao dio Višegodišnjeg financijskog okvira za razdoblje 2021. – 2027. programa Digitalna Europa isto podržava izgradnju strateških digitalnih kapaciteta i omogućavanje širenja primjene digitalnih

tehnologija kroz ulaganja u super-računarstvo, umjetnu inteligenciju, kibernetičku sigurnost i napredne digitalne vještine.

Za ostvarenje potpune digitalne transformacije hrvatskog turizma potrebno je izraditi sveobuhvatnu digitalnu strategiju turizma koja bi uz ostalo mogla obuhvatiti aktivnosti iz ovih skupina: 1) Povećanje razine upotrebe digitalnih kanala kroz faze putovanja; 2) Povećanje razine digitalnih znanja i vještina; 3) Povećanje razine digitalne pristupačnosti i sinergije.

Prva predviđa značajne iskorake u sadržajima postojećih web-sjedišta, povećanje prisutnosti na društvenim mrežama i napredniju upotrebu mobilnih aplikacija. Digitalna znanja i vještine omogućit će pružateljima turističkih usluga ponudu tehnološki najnaprednijih i personaliziranih usluga. Digitalna pristupačnost stavlja naglasak na dostupnost svih sadržaja osobama s invaliditetom te značajno smanjenje interakcije s javnom upravom. Pristupačnost se odnosi i na mogućnosti razmjene podataka s drugim računalnim sustavima čime se otvara mogućnost primjene znanja o podacima, naprednih analitičkih sustava sa svojstvima predviđanja te puna dostupnost informacija tražilicama u cilju veće vidljivosti na njima. Sinergija Interneta stvari i računalnih sustava temelj je budućih modernih usluga, kao što su pametni objekti i pametno upravljanje gradovima.

Digitalna transformacija uz održivo upravljanje destinacijama te razvoj sustava poslovne inteligencije podržan upotrebom naprednih tehnologija kao što su Znanosti o podacima (eng. *Data Science*), konceptima velikih podataka (eng. *big data*) te umjetne inteligencije i strojnog učenja (eng. *Artificial intelligence and Machine learning*) podržavaju stvaranje pametnog, zelenog i digitalnog turizma.

Analizom turizma Hrvatske identificirano je deset ključnih izazova hrvatskog turizma:

1. Vremenska i prostorna neujednačenost

Republika Hrvatska ima najizraženiju sezonalnost turističkog prometa među usporedivim mediteranskim zemljama, a vremensku koncentraciju turističkog prometa prati i izrazita prostorna koncentriranost budući da se 92,5% ukupnih postelja nalazi u Jadranskoj Hrvatskoj. Navedeno rezultira najvišom prosječnom opterećenošću prostora u vršnim mjesecima među mediteranskim zemljama.

2. Nepovoljan utjecaj turizma na prostor, okoliš i prirodu

Izrazita koncentracija turističkih kretanja u priobalju, uz posebno osjetljive resurse, rezultira nepovoljnim utjecajima turizma na prostor, okoliš i prirodu, što je dugoročno od iznimne važnosti sprječavati budući da upravo prirodu turisti ističu kao važan motiv dolaska. Intenzivni rast posjetitelja prijetnja je turističkim destinacijama Hrvatske, osobito područjima mreže NATURA 2000 te područjima ostalih 9 nacionalnih kategorija zaštite, u kojima se zasad uspješno provode mjere očuvanja ugroženih vrsta i stanišnih tipova u skladu sa zahtjevima zakonodavstva Europske unije. Iako se u području politike morskog okoliša uspješno poduzimaju mjere za postizanje ili održavanje dobrog stanja morskog okoliša, o čemu svjedoči i činjenica da je Hrvatska u samom vrhu europskih zemalja po kvaliteti mora na morskim plažama, visoka sezonalnost hrvatskog turizma može dugoročno ugroziti taj status. Smanjenju nepovoljnih utjecaja treba doprinijeti i daljnji razvoj komunalne infrastrukture.

3. Nepovoljan međuodnos turizma i klimatskih promjena

Prilagodba turizma klimatskim promjenama zahtijeva multidisciplinarni pristup i učinkovitiju suradnju kako na nacionalnoj tako i na lokalnim i regionalnim razinama uvažavajući posebnosti njihovih klimatskih obilježja.

Rastuće klimatske promjene već utječu na porast ekstremnih vremenskih događaja u Hrvatskoj, na porast razine mora i na eroziju morske obale što među ostalim uništava infrastrukturu plaža i utječe na njihovu privlačnost. Bilježi se i porast broja tropskih noći i broja dana s toplinskim stresom što svakako može imati neželjeni učinak na privlačnost turističke ponude. To uključuje jačanje otpornosti turističke infrastrukture na različite vremenske ekstreme. Turizam u Hrvatskoj značajno doprinosi emisijama stakleničkih plinova s obzirom na veliku potrošnju energije i na promet. Uzimajući u obzir ciljeve Europske unije i Hrvatske o postizanju klimatske neutralnosti do 2050., razvoj turizma treba snažno usmjeriti na smanjenje emisije stakleničkih plinova

4. Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu

Novi trendovi pokazuju da turisti sve više očekuju primjenu digitalnih sadržaja te se hrvatski turizam mora prilagođavati ubrzanim tehnološkim promjenama. Nedovoljna prilagodba tehnološkim promjenama može dovesti do pada konkurentnosti, osobito u pogledu korištenja promotivnih i prodajnih kanala. U analitičkom smislu praćenja kretanja u turizmu, nedovoljno korištenje ili nedostatak alata za analize podataka o turističkim kretanjima i navikama turista znatno umanjuju mogućnost pravovremenog odgovora na potrebe i potražnju.

5. Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva

S obzirom na izniman značaj turizma za gospodarstvo Hrvatske i činjenicu da turizam u područjima gdje ima visoku razvijenost zadire u sve elemente života, njegov doprinos kvaliteti života i dobrobiti lokalnog stanovništva vrlo je značajan. Visoka sezonalnost utječe na neodrživost velikog dijela poslovnih modela i investicijskih planova te rezultira otežanim zapošljavanjem i smanjenjem mogućnosti otvaranja stalnih radnih mjesta, a rastom sezone zaposlenosti. Preopterećenost komunalne infrastrukture, rast troškova života, napose stanovanja u određenim gradovima i preopterećenost destinacije, negativno se odražavaju na kvalitetu života lokalnog stanovništva te u visokoj sezoni umanjuje kvalitetu života lokalnog stanovništva.

6. Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti

Sezonalnost turističkog prometa nepovoljno utječe na sigurnost radnih mjesta u turizmu. Nedostatak velikog broja zaposlenika u turizmu rezultira visokom potražnjom ljudskih potencijala u turizmu, što potvrđuje i podatak da je u 2019. godini nedostajalo 42.927 radnika. Privlačenje inozemne radne snage za turizam stoga se nametnulo kao nužnost. Otežan pristup tržištu rada, posebno ranjivim skupinama, izlaže osobe riziku od siromaštva i socijalnoj isključenosti. Nekonkurentnost na tržištu rada u turizmu i nekonkurentnost ljudskih potencijala u Republici Hrvatskoj u 2019. godini bila je izrazita, osobito uzevši u obzir da, sukladno Indeksu globalne konkurentnosti putovanja i turizma u području ljudskih potencijala i tržišta rada, RH zauzima 103. mjesto na ljestvici od 140 zemalja – pad za 23 mjesta u odnosu na 2015. godinu.⁵⁶

7. Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta

U strukturi smještajnih kapaciteta Republike Hrvatske dominira obiteljski smještaj koji raste najvećom prosječnom stopom rasta (4,5%) u odnosu na ostale vrste smještajnih kapaciteta. Kao rezultat toga, udio noćenja u hotelima u Hrvatskoj je 2–3 puta manji u usporedbi s drugim EU destinacijama na Mediteranu. Dodatno, bilježi se izrazito veliki nerazmjer ponude smještajnih kapaciteta između kontinentalnog i priobalnog dijela Hrvatske.

8. Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje

Prema Indeksu globalne konkurentnosti putovanja i turizma u segmentu ocjene poslovnog okruženja Republika Hrvatska se u 2019. godini nalazila na 123. mjestu od 140 globalnih tržišta⁵⁷, što nedvojbeno kazuje o nepovoljnom poslovnom i investicijskom okruženju u Republici Hrvatskoj. U odnosu na druge mediteranske zemlje, razina investicija zaostaje 2,5–5 puta, a ostvaruje se niži povrat ulaganja kod izgradnje novih smještajnih kapaciteta visoke dodane vrijednosti u turistički razvijenim područjima kao i nedostatna zainteresiranost privatnih ulagača za ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju.

9. Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir

Kompleksnost zakonodavnog okvira utječe na investicije i poslovanje u turizmu te je utvrđen nedostatak okvira za praćenje i analizu podataka o relevantnim pokazateljima turističke održivosti. Neučinkovita kontrola provedbe zakonom propisanih odredbi i nerealizirane mjere i aktivnosti utvrđene strateškim dokumentima uzrokuju sporadične pojave degradacije okoliša.

U uvjetima visoke globalne konkurentnosti turizma u međunarodnom okruženju, visoka fragmentacija resursa (proračuna) u sustavu turističkih zajednica ne doprinosi kvaliteti upravljanja destinacijama.

10. Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista

Posljednja dva desetljeća obilježio je niz globalnih i regionalnih kriza različitih tipova (klimatske, geopolitičke, financijske, zdravstvene). Krize izazivaju promjene na razini cijelog sustava turističke ponude i potražnje, a nedostatak prikladnog modela upravljanja umanjuje mogućnost uspješnog odgovora i prilagodbe na promjene. Pandemija virusa COVID-19 ukazala je na potrebu proaktivnog planiranja kako bi se povećala otpornost.

²⁶ Državni zavod za statistiku (2022). *Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2019. godini*, Priopćenje, broj 12.1.7.

²⁷ Hrvatska turistička zajednica (2020). *Analiza sezonalnosti turističkog prometa na području Republike Hrvatske - izdanje 2020.*

²⁸ Hrvatska turistička zajednica (2020), *Nautički turizam Hrvatske: nautički charter – izdanje 2020.*

²⁹ Državni zavod za statistiku (2020), *Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2019.*

³⁰ Hrvatska gospodarska komora (2021), *Zajednica riječnog turizma*, <https://www.hgk.hr/zajednica-rijecnog-turizma> (24.06.2021).

³¹ Eurostat, *Turistička industrija – zapošljavanje*, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_employment&action=statep-seat&lang=hr#Zna.C4.8Dajke_radnih_mjesta_u_turisti.C4.8Dkoj_industriji (20.6.2022)

³² European Commission (2020). *European Semester: Assessment of progress on structural reforms, prevention and correction of macroeconomic imbalances, and results of in-depth reviews under Regulation (EU) No 1176/2011*, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020SC0510> (15.8.2021.).

³³ European Commission, „DG REGIO Study, 2014–2020“, https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/studies/2020/synthesis-study-on-dg-regio-communication-actions (10.6.2022)

- ³⁴ Eurostat, *Zaposlenost – godišnja statistika*, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Employment_statistics/hr&oldid=505433#Stopa_zaposlenosti_.C5.BEena_postupno_se_pove.C4.87ava (10.6.2022.)
- ³⁵ Hrvatski zavod za zapošljavanje – statistika, registrirana nezaposlenost, <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> (16.7.2021.).
- ³⁶ European Commission (2020). European Semester: Assessment of progress on structural reforms, prevention and correction of macroeconomic imbalances, and results of in-depth reviews under Regulation (EU) No 1176/2011, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020SC0510> (15.8.2021.).
- ³⁷ Hrvatski zavod za zapošljavanje – statistika, registrirana nezaposlenost, <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> (16. 7. 2021.).
- ³⁸ Državni zavod za statistiku. Statistika u nizu: Zaposlenost – pregled za RH (1.5), Zaposlenost i plaće u 2009. (31. 3. 2009.), <https://www.dzs.hr/> (20. 6. 2021.).
- ³⁹ Vlada RH, Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. - 2026., <https://planoporavka.gov.hr/dokumenti-113/113>, str. 445 (20. 6. 2022.).
- ⁴⁰ Ministarstvo turizma i sporta, Turizam u brojkama, <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> i Državni zavod za statistiku, Posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u 2011.i 2010. godini, <https://www.dzs.hr/> (13.8.2021.).
- ⁴¹ Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja RH, www.mingor.gov.hr
- ⁴² UNESCO, <https://ich.unesco.org> (13. 6. 2022.)
- ⁴³ Institut za turizam (2020), *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj: TOMAS, Hrvatska 2019*. str. 39.
- ⁴⁴ Istraživanje stavova ispitanika s emitivnih tržišta. (2021). Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija & Blue Rock Consulting, Zagreb
- ⁴⁵ Istraživanje stavova lokalnog stanovništva. (2021). Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija & Blue Rock Consulting, Zagreb
- ⁴⁶ *ibid.*
- ⁴⁷ Eurostat, *Nights spent at tourist accommodation establishments by residents/non-residents*, <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00175/default/table?lang=en2019>. (14.9.2021.); Eurostat, Area by NUTS 3 region, https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-115325_QID_589140CA_UID_-3F171EB0&3 (14.9.2021.).
- ⁴⁸ Državni zavod za statistiku (2019). *Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta*, Republika Hrvatska, županije, po mjesecima; Državni zavod za statistiku (2021). *Statističke informacije 2021*.
- ⁴⁹ Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama primorskih županija (Istarske županije (2015.), Primorsko-goranske županije (2015.), Ličko- senjske županije (2017.), Zadarske županije (2015.), Šibensko- kninske županije (2014.), Splitsko-dalmatinske županije (2015.) Dubrovačko- neretvanske županije (2015.)); Državni zavod za statistiku
- ⁵⁰ Ministarstvo turizma i sporta, Turizam u brojkama, <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> i Državni zavod za statistiku, Posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u 2011.i 2010. godini, <https://www.dzs.hr/> (13. 8. 2021.).
- ⁵¹ European Commission, *Croatia in the Digital Economy and Society Index*, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-croatia> (25. 7. 2021.).
- ⁵² BrandFinance, *Nation Brands 2020 – The annual report on the most valuable and strongest nation brands*, <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-nation-brands-2020-preview.pdf> (25. 7. 2021.)
- ⁵³ Bloom Consulting, *The Digital Country indeks – Country Index Results*, <https://www.digitalcountryindex.com/resultscontinent.php> (25. 7. 2021.).
- ⁵⁴ Narodne novine, Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine (NN 13/2021), https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html (25. 7. 2021.).
- ⁵⁵ Vlada Republike Hrvatske (2021). *Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026. – Prijedlog 29. travnja 2021“*, <https://planoporavka.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/55%20-%201%20NPOO.pdf> (25. 7. 2021.).
- ⁵⁶ World Economic Forum – *Travel and Tourism Competitiveness Report, 2019*
- ⁵⁷ *ibid.*

6. OPIS RAZVOJNIH POTREBA I RAZVOJNIH POTENCIJALA

Stremeći ostvarenju kvalitativnog pomaka iz neodrživog koncepta turističkog razvoja prema održivom turizmu visoke dodane vrijednosti i uvažavajući analizu stanja te izazove hrvatskog turizma, identificirane su razvojne potrebe i potencijali turizma Hrvatske.

Razvojne potrebe

Ublažiti sezonalnost turističkih aktivnosti

Hrvatski turizam obilježava izrazita sezonalnost iz koje proizlazi niz negativnih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka. Vremenski uravnoteženiji razvoj turizma generirat će višestruke učinke na gospodarstvo i društvo u cjelini. Cjelogodišnjem turističkom prometu, kao i smanjenju prostornog opterećenja pojedinih dijelova Hrvatske, posebno će doprinijeti daljnji snažniji razvoj posebnih oblika turizma. Ublažavanjem sezonalnosti povećat će se održivost poslovnih modela i investicijskih planova, ali i unaprijediti mogućnosti zapošljavanja i sigurnosti radnih mjesta u turizmu.

Osigurati ravnomjerniji regionalni turistički razvoj

Iako se za poticanje ravnomjernije i uravnoteženije regionalne raspodjele turističkog prometa kontinuirano provode različite aktivnosti zasad nema značajnijih pomaka. Prostor Jadranske Hrvatske će zasigurno i u daljnjem periodu dominirati u kontekstu turističke razvijenosti, no diferenciranim mjerama turističke politike, jačanjem razvoja posebnih oblika turizma i unapređenjem prometne povezanosti potrebno je osigurati ravnomjerniji regionalni turistički razvoj i značajnije aktiviranje manje turistički razvijenih područja. Naime, postoji sve veći interes i turista za neopterećene turističke destinacije, ali i lokalnog stanovništva za integracijom turizma i ostalih djelatnosti u cilju podizanja kvalitete života i rada na cijelom području Hrvatske.

Kreirati ponudu visoke dodane vrijednosti i ojačati lanac vrijednosti u turizmu i povezanim djelatnostima

Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta s visokom razinom sezonalnosti i nizak stupanj diversifikacije turističkih proizvoda izravno je utjecala na model turizma koji ne generira visoku razinu dodane vrijednosti. Fokus budućeg razvoja treba biti na kvaliteti u svim segmentima – kvaliteti smještajnih kapaciteta i ostalih ugostiteljskih objekata kao i pratećih sadržaja i ljudskih potencijala sve u cilju osiguranja turističke ponude visoke dodane vrijednosti. Stoga je potrebno razviti okvir koji će poticati ulaganje u inovativne i atraktivne diverzificirane turističke proizvode više dodane vrijednosti i koji ima snagu snažnije integrirati ostatak turističkog lanca vrijednosti i povezane djelatnosti. U tom je kontekstu prepoznata potreba za značajnijom suradnjom i umrežavanjem dionika i njihovim vertikalnim povezivanjem po načelima kružnog gospodarstva kako bi se realizirala dodana vrijednost u svakom dijelu lanca vrijednosti turizma Hrvatske (NPOO). Neophodno je osvijestiti važnost ekološkog certificiranja turističkog smještaja vjerodostojnim znakovima što unapređuje poslovanje a ujedno podiže konkurentnost na tržištu koje sve više traži zelene usluge i proizvode.

Unaprijediti domaću i međunarodnu prometnu povezanost

U cilju osiguranja konkurentnosti turizma, potreban je razvoj informacijsko-komunikacijskih sustava za učinkovito upravljanje prometnim kapacitetima i tokovima, posebice u gradovima i naseljima, odnosno turističkim destinacijama, te brzo i kvalitetno informiranje emitivnih tržišta, od lokalnog do globalnog, o mogućnostima prometne ponude do i na području hrvatskih destinacija. Kada je riječ o lokalnom prometu, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave trebat će oblikovati model pametne mobilnosti temeljen na valorizaciji primjerenih oblika održivog prometa – električnih i hibridnih automobila, frekventnog i jeftinog javnog gradskog prometa, povezanog u jedinstvenu tehnološko-organizacijsku cjelinu primjereno potrebama turista, lokalnog stanovništva i ostalih korisnika u destinaciji.

Kako bi prometni sustav mogao u punoj mjeri pridonijeti održivom turizmu Hrvatske, nužno je ustrajati na izuzetno važnom procesu izgradnje i modernizacije željezničke infrastrukture radi podizanja kvalitete prometne usluge i akvizicije dijela prometno-turističke potražnje koja danas gravitira cestovnom prometu. S ciljem smanjenja sezonalnosti potrebno je unaprijediti prometnu povezanost u manje opterećenom vremenu i prostoru te poticati uvođenje cjelogodišnjih zračnih linija s vodećih emitivnih tržišta.

Unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama

Održivi razvoj nužno implicira maksimalizaciju pozitivnih i minimalizaciju negativnih ekonomskih, društvenih i okolišnih učinaka turizma što će osigurati unapređenje razine kvalitete života lokalnog stanovništva. Navedeno ukazuje kako će o odgovorima na sve identificirane izazove turizma Hrvatske ovisiti i unapređenje razine kvalitete života. Naime, adresiranjem definiranih potreba poput ublažavanja sezonalnosti, osiguranja ravnomjernijeg regionalnog razvoja, jačanja svih karika u lancu vrijednosti, unapređenja prometne povezanosti, stvaranja boljih uvjeta rada i slično, nedvojbeno će rezultirati unapređenjem kvalitete života lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama.

Osigurati kvalitetna i održiva radna mjesta lokalnom stanovništvu u cjelokupnom lancu vrijednosti turizma

Lokalni ljudski potencijali ključni su za održiv razvoj turizma, stoga su potrebna ciljana ulaganja u ljudski potencijal u cjelokupnom lancu vrijednosti turizma. Osiguranjem boljih uvjeta života i rada, aktivnim poticanjem samozapošljavanja te uključivanja lokalnih malih i srednjih poduzetnika osigurat će se kvalitetna i održiva radna mjesta, jačanje lanaca vrijednosti kao i povećanje multiplikativnih učinaka turizma na ostale gospodarske grane.

Smanjiti opterećenja iz turizma na prostor, sastavnice okoliša i prirodu uz poticanje kružnog gospodarstva

Hrvatski turizam temelji se na izrazitoj rasprostranjenosti zaštićenih područja uključenih devet kategorija nacionalne zaštite koji u različitim kategorijama zaštite čine 9,3% ukupnog teritorija države, kao i zaštićenih područja uključenih u europsku ekološku mrežu NATURA 2000 koji čine 29,3% ukupne površine Hrvatske. Navedeno upozorava na potrebu održavanja ovog temeljnog resursa turizma kroz održivu turističku valorizaciju. Potrebno je smanjiti opterećenja koja turizam generira na sastavnice okoliša usmjeravanjem ulaganja prema okolišno prihvatljivijim rješenjima izgradnje turističke infrastrukture i poslovanja svih uključenih dionika, odnosno poticanjem kružnog gospodarstva te razvoja zelene i plave infrastrukture uz podršku implementaciji eko-inovacija usmjerenih k smanjenju onečišćavanja i neracionalnog upravljanja. Naglasak je i na odgovornom planiranju i provedbi aktivnosti u skladu sa

zahtjevima zaštite okoliša i prirode te prostornog planiranja, s adekvatnim upravljanjem turističkim tokovima (eng. *visitor management*), čime će se umanjiti posljedice neodrživih praksi i izrazite sezonalnosti, kao što su opterećenje na vodne i morske resurse, rast količina komunalnog otpada i otpadnih voda ili smanjenje kvalitete zraka u turističkim urbanim središtima. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti gospodarenju otpadom te sprječavanju zagađenja jer su destinacije koje ostvaruju veći turistički promet izložnije različitim oblicima onečišćenja, kako kopna, tako i mora kao izrazito vrijednog i za turizam značajnog resursa. Važno je odmjereno korištenje prostora te razvojne aktivnosti prioritarno treba usmjeravati prema već korištenom prostoru. Osim navedenog, važno je osigurati kontinuirano informiranje i edukaciju dionika u turizmu, kao i razvoj svih onih posebnih oblika turizma i turističkih proizvoda koji imaju neznatan utjecaj na okoliš.

Smanjiti međusobni negativan utjecaj turizma i klimatskih promjena

Kako bi sačuvala temeljne turističke resurse – očuvanu prirodu i okoliš – te osigurala dugoročnu održivost i otpornost turizma, Hrvatska sudjeluje u ublažavanju klimatskih promjena, odnosno smanjenju emisija stakleničkih plinova iz turizma, kao i prilagodbi turizma na posljedice klimatskih promjena. Dugoročno planiranje i smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime prije svega treba postići provedbom zaštitnih mjera iz područja prostornog uređenja, mjera energetske učinkovitosti, snažnijom implementacijom obnovljivih izvora energije te mjerama prilagodbe klimatskim promjenama. Turizam je potrebno usmjeravati niskougljičnim i klimatski adaptivnim rješenjima, uz naglasak na izgradnju turističke infrastrukture i snažniji razvoj onih oblika turizma sa značajno smanjenim ugljikovim otiskom.

Osigurati kvalitetne ljudske potencijale u turizmu

Turizam je radno intenzivna aktivnost koja, osim izravnog zapošljavanja u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, putničkih agencija, organizatora putovanja i djelatnostima povezanim s njima, indirektno zapošljava velik broj ljudi. Evidentan je nedostatak ljudskih potencijala za potrebe turizma kao i nedostatak ljudskih potencijala primjerenih kompetencija (vještina, znanja). Navedeno upozorava na potrebu unapređenja sustava cjeloživotnog obrazovanja za održivi turizam te drugih znanja i vještina potrebnih za zelenu i digitalnu transformaciju. Nužno je osigurati sustavno i održivo planiranje i razvoj ljudskih potencijala za potrebe turizma u pogledu kvalitete i kvantitete istih. Stvaranjem okruženja u kojem je olakšan ulazak na tržište rada, posebno ranjivim skupinama, nužno je privući i angažirati sve raspoložive ljudske potencijale. Posebno je važno privući postojeću radnu snagu (studentski ugovori, opcije part time poslova, organizirani smještaj sezonskih radnika te zadovoljavanje stambenih i drugih potreba stalnih radnika s primjenom poreznih olakšica...).

Unaprijediti strukturu i kvalitetu smještajnih kapaciteta

Zahtjevi turističke potražnje i visoko konkurentno turističko tržište nameću kontinuirano osnaživanje kvalitete u turizmu. Uslijed neadekvatne strukture smještajnih kapaciteta javlja se potreba poticanja ulaganja posebno u segmentu luksuznih i malih obiteljskih hotela. Istovremeno je potrebno težiti unaprjeđenju sustava kategorizacije i rekategorizacije te poticanju unaprjeđenja kvalitete smještajnih objekata, ali i svih ostalih ugostiteljskih objekata. Nadalje, potrebno je poticanje dobivanja oznaka kvalitete, odnosno snažnije uvažavanje standarda ekološki prihvatljivog i društveno odgovornog poslovanja.

Osigurati poticajno poslovno i investicijsko okruženje

Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje predstavlja jedan od temeljnih izazova hrvatskog turizma. Zaostajanje u razini investicija u odnosu na mediteranske konkurente i nepovoljan okvir za realizaciju projekata više dodane vrijednosti izravno doprinosi padu turističke konkurentnosti Hrvatske, rastu kvantitete u odnosu na kvalitetu i manjku integracije ostalih gospodarskih grana u turističku djelatnost (nastavak dosadašnjeg rasta kroz proizvode i smještaj niže dodane vrijednosti). Potrebne su izmjene zakonodavnog okvira u svim područjima koja pozitivno utječu na poslovanje i ulaganja u turizmu (administrativno opterećenje, fiskalna politika, smanjenje parafiskalnih nameta, poticanje ulaganja, zapošljavanje, mobilnost radne snage, uvoz radne snage).

Osigurati inovativnu i digitalnu transformaciju turizma

U cilju osiguranja konkurentnosti hrvatskog turizma i poticanje razvoja pametnih destinacija neophodno je pratiti ubrzane tehnološke promjene. Navedeno zahtijeva intenziviranje procesa digitalizacije u cjelokupnom lancu vrijednosti, kako bi se uskladili s očekivanjima gostiju, povećali djelotvornost i učinkovitost sustava te poticali tehnološke inovacije koje će osigurati konkurentnost i održivost turizma Hrvatske. Digitalna transformacija ključnih dionika u turističkom lancu vrijednosti trebala bi se osigurati potporama i poticanjem inovacija i digitalizacije poduzetnika i drugih dionika u turizmu s ciljem razvoja novih inovativnih turističkih proizvoda i usluga, razvoja turističke infrastrukture sigurnosti i upravljanja turističkim tokovima.

Unaprijediti model upravljanja razvoja održivog turizma

Nedovoljno djelotvoran i učinkovit sustav upravljanja turizmom u Hrvatskoj kao takav ne podržava razvoj održivog turizma i nalaže potrebu njegova unapređenja na nacionalnoj, regionalnoj i destinacijskoj razini. Preduvjet za unapređenje postojećeg modela upravljanja turizmom leži u redefiniranju zakonodavnog okvira te unapređenju prateće zakonske regulative koja se direktno odnosi na turizam, ali i one povezane koja je u nadležnosti ostalih ministarstava. Nadalje, unaprijeđen model integralnog upravljanja turizmom zahtijeva sinergijsko djelovanje, djelotvornu i učinkovitu suradnju na svim razinama te horizontalno i vertikalno povezivanje u generiranju nove dodane vrijednosti hrvatskog turizma.

Uključivati lokalne zajednice u procese donošenja odluka o razvoju održivog turizma

S obzirom na to da i lokalno stanovništvo i dionici javnog sektora upravo u lokalnom stanovništvu vide jednog od najznačajnijih dionika turističkog razvoja, no istovremeno upozoravaju i na problematiku njegove niske razine uključenosti, nužno je poticanje značajnije participacije lokalne zajednice (rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva pokazuju da čak 70 % ispitanika iskazuje interes za uključivanje u turističke razvojne procese⁵⁸). Aktivnije uključivanje lokalnog stanovništva doprinijet će povećanju njihova zadovoljstva turizmom i kvalitetom života, a time i osigurati daljnju potporu razvoju turizma. Visoka razina potpore i uključenost lokalnog stanovništva ključni su za dugoročnu održivost ne samo turizma nego i gospodarstva, društva i kulture u cjelini.

Razviti sustav prikupljanja podataka i planiranja

U kontekstu svih aspekata održivosti, upravljanje razvojem turizma treba biti temeljeno na jasno definiranim setovima podataka iz kojih će se moći izraditi pokazatelji održivog turizma, koji su zasad samo parcijalno dostupni. Taj proces je u tijeku na EU i međunarodnoj razini i važno ga je kontinuirano pratiti te implementirati njegove ishode. Tako će se uspostaviti sustav prikupljanja i praćenja podataka nužnih za sagledavanje učinkovitosti mjera održivog razvoja turizma. U tu je svrhu potrebno primarno izraditi Satelitski račun održivog turizma, koji bi mogao, uz postojeći Satelitski račun turizma, dati osnovne smjernice upravljanja razvojem turizma u Hrvatskoj. Osobito je važno upravljanje kriznim situacijama koje bi mogle utjecati na turizam, pri čemu je nužno uspostaviti sustav ranog upozoravanja i odgovora, utemeljenih na relevantnim, provjerenim i pravovremenim podacima.

Očuvati i unaprijediti poziciju Hrvatske kao sigurne turističke destinacije

Šokovi koji su obilježili prva dva desetljeća 21. stoljeća (terorizam, financijska kriza, migrantske krize, COVID-19, ratna zbivanja) utjecali su na promjenu načina života i turističkog ponašanja. Imajući u vidu volatilnost turizma koja je usko vezana za neanticipirane vanjske šokove na tržištu, nužnim se nameće očuvati poziciju Hrvatske kao sigurne turističke destinacije. Hrvatska će nastaviti s dosadašnjim aktivnostima vezanim za sigurnost boravka i njenu promociju kao sigurne destinacije, no potrebno je unapređenje sigurnosnih sustava na svim razinama (na nacionalnoj i destinacijskoj razini, ali i na razini gospodarskih subjekata), koji uključuju i uspostavu sustava upravljanja kriznim situacijama u cilju jačanja spremnosti na sve oblike sigurnosnih izazova.

Razvojni potencijali

Neosporni potencijali Hrvatske koji do sada nisu u dovoljnoj mjeri prepoznati ni valorizirani otvaraju mogućnost kvalitetnom i aktivnom pristupu suočavanja s izazovima koje turizam nosi. Dugogodišnja **tradicija u turizmu, povoljna klima i geoprometni položaj, bogatstvo kulturnih i prirodnih resursa te raznolikost i jedinstvenost regija kao i prepoznatljivost Hrvatske** na turističkom tržištu predstavljaju ključna polazišta za značajniji iskorak u ublažavanju kako vremenske, tako i prostorne neujednačenosti turističkih aktivnosti.

Iznimna vrijednost **bogate i raznovrsne kulturne baštine** (kulturna dobra upisana u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske, kao i ona dobra koja se nalaze na UNESCO-ovu popisu svjetske baštine, brojnost muzeja, galerija, drugih kulturnih institucija te interpretacijskih centara i centara za posjetitelje) samo je dijelom turistički valorizirana, a predstavlja podlogu za diverzifikaciju turističkih proizvoda i **razvoj cjelogodišnjeg turizma na cijelom području Hrvatske**.

Pored nedovoljno valoriziranog bogatstva i različitosti kulturnih atrakcija i resursa, a u kontekstu sve **većeg interesa turista za održivim i eko turističkim destinacijama**, potencijali razvoja održivog turizma uključuju i izrazitu privlačnost morskog okoliša, **očuvane i raznovrsne prirodne resurse** te veliku **rasprostranjenost zaštićenih dijelova prirode**, pri čemu je Hrvatska u samom europskom vrhu po udjelu površina uključenih u ekološku mrežu NATURA 2000. Hrvatska obiluje i izvorima čiste vode, riječnim i močvarnim područjima, očuvanim šumama i obalom koji zajedno s umjerenom klimom s trima različitim klimatskim područjima (sredozemno, planinsko i kontinentalno) i očuvanim svim sastavnicama okoliša

predstavljaju značajan čimbenik održivog razvoja turizma. Adekvatna valorizacija prirodne baštine, posebice one na područjima Panonske i Sjeverne Hrvatske (npr. **ljekoviti termalni i mineralni izvori, rijeke, planine**, itd.) doprinijet će ublažavanju sezonalnosti i regionalno uravnoteženijem turističkom razvoju kroz snažnije iskorištavanje potencijala **ruralnog i kontinentalnog prostora**. Očuvanju prirodnih resursa pridonijet će aktivnije korištenje postojećih **dobrih praksi kružnog gospodarstva** koje je potrebno pretočiti i u turizam, kao i značajnije korištenje **nacionalnih i EU programa** usmjerenih na obnovljive izvore energije i prilagodbu klimatskim promjenama.

Kulturni i prirodni resursi, diverzificiranje turističke ponude te **kvalitetna prometna infrastruktura** (autoceste, zračne luke, luke nautičkog turizma) predstavljaju osnovicu razvoja **posebnih oblika turizma koji bilježe rast turističke potražnje**. Hrvatska, **prateći globalne turističke trendove**, razvija niz različitih posebnih oblika turizma, poput ruralnog, zdravstvenog, kulturnog, eno-gastronomskog, nautičkog (riječnog i morskog), sportskog, *outdoor* i drugih oblika turizma, no njihovim će se snažnijim razvojem omogućiti revitalizacija nedovoljno turistički razvijenih područja i kontinenta, kao i pomak Hrvatske s pozicije izrazito sezonalne destinacije k destinaciji gdje se turistička kretanja ravnomjernije ostvaruju tijekom cijele godine. Dodatno, prostorno i sadržajno diverzificirana ponuda potencijal je za snaženje potražnje domaćih turista.

Domaći turisti predstavljaju značajan potencijal kako na turistički razvijenim područjima i u glavnoj turističkoj sezoni tako i na turistički slabije razvijenom područjima i kontinentu te u razdoblju izvan glavne turističke sezone. Naime, blizina mjesta stanovanja i poznavanje povijesno kulturne baštine glavni su motivi domaćim turistima i za kraća putovanja, vikend putovanja, jednodnevne izlete, ali i turizam kao sastavni dio odgoja i obrazovanja. Uz navedeno, poticanjem putovanja domaćih turista i uključivanjem lokalnog stanovništva u turistički promet jača se svijest o vrijednosti i važnosti hrvatskog turizma, a time i pozitivan stav prema turizmu i turističkim aktivnostima.

Hrvatska je prepoznala i globalni trend digitalnih nomada. Naime, dobar geoprometni položaj i prometna povezanost, adekvatna telekomunikacijska tehnologija, **prepoznatljivost Hrvatske kao sigurne destinacije** te zakonski reguliran privremeni boravak predstavljaju povoljne **uvjete i za digitalne nomade** koje privlače destinacije diljem Hrvatske.

Nadalje, istraživanja ukazuju na to da ponuda lokalne gastronomije predstavlja vrlo važan faktor izbora inozemne destinacije za odmor kao i na to da velika većina turista s naših najznačajnijih emitivnih tržišta (74%) želi da im se u destinaciji nudi lokalna hrana i piće kad god je to moguće.⁵⁹ Stoga, **prepoznatljiva i autentična eno i gastronomska ponuda** predstavlja nedovoljno iskorišten potencijal koji upućuje i na osnaživanje ekološke proizvodnje i **plasmana lokalno proizvedene hrane** i ekoloških poljoprivrednih proizvoda i proizvoda s oznakama kvalitete kroz turizam čime se **jača cjelokupni lanac vrijednosti**.

Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama ogleda se u vidljivim pozitivnim efektima procesa **digitalne transformacije** hrvatskog turizma (primjerice Hrvatski digitalni turizam – e-Turizam, e-visitor i dr.) koji će se usmjeriti i na digitalnu transformaciju ključnih dionika u turističkom lancu vrijednosti. Tradicija poslovanja u turizmu rezultirala je velikim brojem dionika koji prepoznaju važnost ulaganja u unapređenje kvalitete svoje ponude u svim segmentima i oni su ti koji predstavljaju pokretače inovacija i promjena u smjeru kvalitete i

konkurentnih proizvoda. No, za takve promjene neophodni su ljudski potencijali koji predstavljaju najveći izazov održivog razvoja turizma, u tom kontekstu prepoznate su **mjere poticanja zapošljavanja i samozapošljavanja** (koje je potrebno dalje osnaživati) kao i **prilagođavanje zakonodavnog okvira i navedenih mjera novonastalim promjenama na tržištu rada** sve u cilju osiguranja veće fleksibilnosti na tržištu rada i mobilnosti radne snage. Prepoznata je važnost i ulaganja u **unapređenje kvalitete smještajnih kapaciteta**, prvenstveno u segmentu visoko kvalitetnog hotelskog smještaja koji najznačajnije doprinosi cjelogodišnjem poslovanju, osigurava zapošljavanje i formiranje proizvoda visoke dodane vrijednosti. Poseban je naglasak i na potencijalu **aktiviranja postojeće neiskorištene državne imovine** u turističke svrhe te značajnijem korištenju raspoloživih **fondova Europske unije** koje treba usmjeriti na unapređivanje kvalitete i inoviranje turističkih proizvoda i usluga te kreiranje cjelovitog turističkog doživljaja. I **ulazak Hrvatske u Eurozonu** rezultirat će dostupnošću novih izvora financiranja i osigurati poticajnije poslovno okruženje jer će se umanjiti financijska neizvjesnost u smislu otklanjanja rizika od promjene tečaja što trenutno predstavlja rizik kako za gospodarstvo tako i za stanovništvo.

Značajnija participacija lokalne zajednice također predstavlja važnu komponentu održivog razvoja turizma. Lokalno stanovništvo daje snažnu potporu daljnjem razvoju turizma i istovremeno naglašava interes za snažnije uključivanje u turističke razvojne procese što je posebno važno kapitalizirati u procesu upravljanja destinacijama. Polazišna točka unapređenja modela upravljanja turizmom leži u **uspostavljenom sustavu turističkih zajednica na principu destinacijskih menadžment organizacija** i uspostavljenim **bazama podataka za vođenje turističke politike (e-Turizam)**.

U procesu poticanja poduzetničkih aktivnosti u cilju razvoja inovativnih turističkih proizvoda i osiguranja cjelogodišnjeg poslovanja više dodane vrijednosti, moguće je **značajnije povezivanje i umrežavanje turizma s ostalim sektorima** poput poljoprivrede, ribarstva, digitalizacije, prometa, energije i okoliša, zdravstva te sporta, kulture i kreativnih industrija što također otvara mogućnost prostorno ravnomjernijeg i cjelogodišnjeg turizma. Tako koncipiran integrirajući i održivi turizam poticajan je za demografiju, razvoj poduzetništva i nove inovativne poslovne projekte kako u turizmu tako i djelatnostima koji su za njega direktno ili indirektno vezani čime se jačaju multiplikacijski učinci turizma. Jačanje umreženosti turizma i ostalog gospodarstva rezultirat će unapređenjem **kvalitete života**, osnaživanjem društvene uključenosti i smanjivanjem socijalnih nejednakosti.

S obzirom na kvalitetan cestovni promet na suvremenoj mreži autocesta, Hrvatska može značajnije koristiti potencijal **blizine vodećih emitivnih turističkih tržišta**, ali i potencijal zračnih luka u kontekstu privlačenja turista iz dalekih destinacija i financijski najsnažnijih tržišta. Na turističkom tržištu Hrvatska je prepoznata kao sigurna destinacija, a osjećaj sigurnosti danas je jedan od osnovnih preduvjeta izbora destinacije za odmor. Pored navedenog, **pristup Schengenu** dodatno će olakšati ulazak i kretanje turista u Hrvatskoj kao i nadograditi imidž Hrvatske kao sigurne destinacije.

Hrvatska treba snažnije iskoristiti svoje razvojne potencijale u cilju nadvladavanja ključnih izazova turizma, pri čemu se kao najznačajniji potencijali posebno ističu izvanredni i očuvani prirodni i kulturni resursi, prepoznatljivost Hrvatske kao sigurne destinacije te gostoljubivost lokalnog stanovništva koje snažno podržava razvoj turizma diljem Hrvatske. Stoga se kao imperativ nameće očuvanje i zaštita i adekvatna prezentacija prirodne i kulturne baštine uz

aktivno sudjelovanje lokalnih zajednica kada je to moguće te osiguranje njene dostupnosti stanovništvu, ali i unapređenje kvalitete života i rada u Hrvatskoj što u konačnici predstavlja ključan preduvjet održivog razvoja turizma.

⁵⁸ Istraživanje stavova lokalnog stanovništva. (2021). Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija & Blue Rock Consulting, Zagreb

⁵⁹ Istraživanje stavova ispitanika s emitivnih tržišta. (2021). Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija & Blue Rock Consulting, Zagreb

7. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA U HRVATSKOJ

Vizija predstavlja pogled u budućnost. Razvoj turizma sagledavan u kontekstu održivosti treba unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva, jačati direktne i indirektne gospodarske efekte u cilju ravnomjernijeg gospodarskog razvoja Hrvatske. Sukladno postojećim obilježjima i budućem pozicioniranju održivog razvoja turizma Republike Hrvatske, poseban je naglasak na očuvanju resursa, isticanju jedinstvenih identiteta regija i specifičnih obilježja Hrvatske kao turističke destinacije.

Vizija je razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. godine:

Poštujući prirodno i kulturno naslijeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske.

Vizija održivog turizma Hrvatske do 2030. godine u cijelosti je usuglašena i podržava realizaciju Nacionalne razvojne strategije do 2030. godine i realizaciju nacionalnih klimatskih i energetske ciljeve te je usklađena s temeljnim politikama Europske unije i u skladu s očekivanim trendovima po predviđanjima Svjetske turističke organizacije (UNWTO).

8. STRATEŠKI CILJEVI

Analizom razvojnih potreba i razvojnih potencijala i u cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam,
4. Otporan turizam.

Strateški ciljevi umreženi su, međusobno se podupiru i ostvaruju sinergijski učinak usmjeren ka dosizanju definiranih pokazatelja učinaka.

8.1. Strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“

Jedan od ključnih izazova hrvatskog turizma je vremenska i prostorna neujednačenost turističkih aktivnosti te izrazita sezonalnost poslovanja, koja u razvijenim turističkim destinacijama rezultira pojavom prekomjernog turizma. Ovaj fenomen nastaje kada turističke destinacije i poduzetnici u turizmu temelje svoj razvoj na paradigmi beskonačnog rasta, zanemarujući ekološke i društvene aspekte turizma. Problem prekomjernog turizma predstavlja egzistencijalnu prijetnju razvijenim turističkim destinacijama. Negativne posljedice naročito se manifestiraju kroz devastaciju kulturne i prirodne baštine te preopterećenost komunalne i prometne infrastrukture u turističkim destinacijama. Sve to utječe na smanjenu kvalitetu života i rada u lokalnim zajednicama, smanjenom kvalitetom doživljaja posjetitelja te na kraju nedovoljnim ekonomskim učincima turizma.

Kako bi se ravnomjernije rasporedile turističke aktivnosti tijekom cijele godine u turistički razvijenim područjima, fokus mora biti na unaprjeđenju kvalitete postojećih turističkih proizvoda te stvaranje uvjeta za daljnji razvoj posebnih oblika turizma uz što aktivnije uključivanje lokalne zajednice u te procese. U turistički slabije razvijenim područjima i u kontinentalnoj Hrvatskoj fokus je stavljen na razvoj kvalitetne ugostiteljske ponude, novih turističkih atrakcija te posebnih oblika turizma.

U cilju što boljeg korištenja mogućnosti za razvoj turizma, nužno je unapređenje međunarodne, nacionalne i lokalne prometne povezanosti turističkih destinacija, ali i repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma.

Strateški cilj 1. „CJELOGODIŠNJI I REGIONALNO URAVNOTEŽENIJI TURIZAM“	Prioritetna područja		
	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma		
	1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet		
	1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda		
	1.4. Unapređenje domaće i međunarodne prometne povezanosti		
	1.5. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma		
	1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada		
Pokazatelji učinka		Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.

	Udio komercijalnih noćenja u Kontinentalnoj Hrvatskoj u ukupnom broju noćenja	5,4 %	10,1 %
	Sezonalnost – udio noćenja izvan perioda od 1.6. do 30.9.	16,0 %	28,3 %
	<i>Rast komercijalnih noćenja u kontinentalnoj Hrvatskoj rezultat je predviđenog ukupnog rasta noćenja od 2% te intenzivnijih stopa rasta na kontinentu sukladno povijesnim pokazateljima u periodu od 2016. – 2018. godine. Nastavak viših stopa rasta na kontinentu dodatno je potkrijepljeno s mjerama strategije i NPOO-a na razvoj područja niže turističke razvijenosti. Rast udjela noćenja izvan perioda od 1.6. do 30.9. rezultat je ciljanog iskoraka prema cjelogodišnjem turizmu. Ciljana vrijednost postiže se kroz fokus rasta broja noćenja u pred i post sezoni.</i>		

Prioritetno područje 1.1. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: **Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma**

Razvoj uravnoteženog i uključivog turizma započet će javnim ulaganjima koja mogu potaknuti razvoj funkcionalnih cjelina i stvaranje proizvoda više dodane vrijednosti. Ponudom cjelovitog turističkog doživljaja, u cilju valorizacije zdravstvenih dobrobiti lokalnih prirodnih resursa, stvorit će se inovativne destinacije koje će moći zaštititi, razviti i promovirati prirodnu baštinu, ali i osigurati gospodarski razvoj cijelog kraja stvaranjem lanaca vrijednosti uvažavajući načela kružnog gospodarstva.

Naglasak će se staviti na zdravstveni turizam kroz razvoj termalnih rivijera na kopnu te klimatsko-zračnih termi i talasoterapiju na obali s razvijenim lancima vrijednosti, kvalitetnom ponudom i uslugom koje će utjecati na razvoj cjelokupnog gospodarstva.

Kako bi se to postiglo, ulaganjima će se poticati razvoj turističkih proizvoda, osobito javne turističke infrastrukture, koji će doprinositi digitalnoj i zelenoj tranziciji, a poticat će se i novi poslovni modeli koji će osigurati prilagodbu novim navikama potrošača te tako osigurati otpornost i održivost. Stvaranje funkcionalnih cjelina usmjerit će i privatni kapital u ulaganja u izravne i neizravno povezane djelatnosti kao i u zelenu i digitalnu tranziciju. Tako će se koordiniranim pristupom javnog i privatnog sektora optimizirati učinci povezani s razvojem turizma.

Poticat će se stvaranje turističkih proizvoda više dodane vrijednosti na cijelom području Hrvatske kako bi se osigurali preduvjeti za: razvoj inovativne destinacijske ponude prilagođene klimatskim i prostornim značajkama, povijesnom i kulturnom naslijeđu te eno-gastro osobitostima, utemeljene na načelima autentičnosti i visoke dodane vrijednosti, smanjenje sezonalnosti i ublažavanje učinaka povezanih s prekomjernim turizmom u najrazvijenijim turističkim destinacijama. U Jadranskoj Hrvatskoj, osobito u okolici mjesta koja imaju prekomjerni turizam u ljetnim mjesecima, poticat će se razvoj proizvoda koji mogu doprinijeti razvoju cjelogodišnjeg turizma, proizvoda koji mogu smanjiti pritisak gostiju na destinaciju, i koji doprinose podizanju kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta. Poticat će se razvoj proizvoda temeljenih na autentičnoj eno i gastro ponudi čime se jača cjelokupni lanac vrijednosti.

U procesu razvoja turističkih proizvoda posebno je važno poštivati načela autentičnosti i inovativnosti uz tehnološka rješenja koja doprinose teritorijalnoj i socijalnoj koheziji te zelenoj i digitalnoj tranziciji. Osim toga, izuzetno je važno osigurati pristupačnost turističkih atrakcija i infrastrukture osobama s invaliditetom. Poticat će se uključivanje osoba s invaliditetom u korištenje turističkih usluga kroz prilagodbu infrastrukture njihovim potrebama (osiguranje pristupačnosti), kao i kroz aktivnosti koje imaju u cilju podizanje svijesti među zaposlenima kako bi se i na taj način osigurala njihova uključenost. Težit će se provođenju aktivnosti koje pružaju jednake mogućnosti za uključivanje u turističke aktivnosti zacrtane i Strategijom o pravima osoba s invaliditetom za razdoblje 2021. – 2030. koju je donijela Europska komisija u ožujku 2021. godine. Također, poticat će se socijalno uključivanje djece i mladih te osoba s invaliditetom i u riziku od socijalne isključenosti kroz osiguravanje preduvjeta za uključivanje u sportske programe.

Odabir investicija temeljit će se na Indeksu turističke razvijenosti, povezanosti s funkcionalnom cjelinom, doprinosu mogućnosti produljenja sezone i distribuciji turista na slabije razvijena turistička područja, održivosti i uključivosti, doprinosu digitalizaciji, mogućnosti stvaranja kvalitetnih radnih mjesta, a osobito važan bit će doprinos zelenoj tranziciji.

Pružiti će se i podrška ulaganjima malim i srednjim poduzetnicima (MSP-ova) za razvoj održivog turizma koja rezultiraju diverzifikacijom turističke ponude, produljenjem turističke sezone, smanjenjem prekomjernog turizma i većom kvalitetom turističke ponude.

Kod razvoja svih proizvoda, poticat će se stvaranje kratkih lanaca opskrbe i uključivanje što većeg broja lokalnih proizvođača kojim se postiže multiplikativni učinak na cijelo gospodarstvo, kao i jače uključivanje lokalnog stanovništva.

Prioritetno područje 1.2. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“:
Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet

Prostorno uravnoteženiji turizam ostvarit će se investiranjem u kvalitetne i tematski definirane ugostiteljske objekte, kreativnost u osmišljavanju turističkih atrakcija, aktivniji i inovativniji pristup u osmišljavanju turističkih proizvoda turističkih agencija, intenzivnije uključivanje pratećih industrija kao sastavnice turističke ponude te redefiniranje poslovnog modela turističkih zajednica na subregionalnoj razini.

U turistički slabije razvijenim područjima i kontinentalnoj Hrvatskoj poticat će se razvoj proizvoda za koje postoji interes turista i utvrđena nedostatna ponuda, osobito razvoj kvalitetne ugostiteljske ponude i smještajnih kapaciteta, novih turističkih atrakcija te posebnih oblika turizma. U Jadranskoj Hrvatskoj, osobito u okolini mjesta koja imaju prekomjerni turizam u ljetnim mjesecima, poticat će se razvoj proizvoda koji doprinose podizanju kvalitete postojećih smještajnih kapaciteta, proizvoda koji mogu smanjiti pritisak gostiju na destinaciju i proizvoda koji mogu doprinijeti razvoju cjelogodišnjeg turizma.

Primarno je važno povezivati najposjećenije destinacije s okolicom i zaleđem, tako da posjetitelj u vremenu boravka konzumira što veći broj usluga i na što širem području, posebno eno-gastro ponudu i razne atrakcije poput događanja i manifestacija, sajмова, izložbi te uključivanje u postojeće i stvaranje novih turističkih ruta. Ovakve manifestacije, osobito su bitne u dijelu sezone i na područjima koja nisu pokrivena motivom sunca i mora te kao takve,

uz postojeću prirodnu baštinu, nacionalne parkove i kulturne atrakcije, UNESCO baštinu, kao i ostalu kulturnu baštinu, mogu predstavljati i samostalni motiv za dolazak i boravak turista. Poticat će povezivanje manje poznatih lokaliteta s najposjećenijim lokalitetima u tematske cjeline.

Kroz ciljana ulaganja poticat će se razvoj raznovrsne i kvalitetne turističke ponude tijekom cijele godine, a turistički nerazvijena područja i kontinent poticat će se da razvijaju svoje postojeće potencijale i dopunjuju ih onim elementima koji nedostaju za cjelovitu subregionalnu turističku destinaciju.

Prioritetno područje 1.3. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“:
Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda

Razvojem posebnih oblika turizma, odgovorit će se na trendove u turizmu i potražnju, s naglaskom na unaprjeđenju kvalitete postojećih turističkih proizvoda te stvaranje uvjeta za daljnji razvoj cjelogodišnjeg i prostorno ujednačenog turizma.

Osobito će se poticati:

- zdravstveni (medicinski, lječilišni, *wellness*) turizam temeljen na prirodnim resursima, prirodnim ljekovitim čimbenicima, stručnom osoblju i zdravoj prehrani,
- eno-gastronomski turizam temeljen na autentičnoj ponudi hrane i pića,
- sportski turizam koristeći preduvjete pogodne klime i prateće infrastrukture, uključujući zdravstvenu,
- aktivni (rekreativni) turizam temeljen na prirodnim preduvjetima (planine, rijeke, i sl.), sportsko- rekreativnoj, adrenalinskoj infrastrukturi te svim drugim sadržajima,
- kulturni turizam temeljen na valorizaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine (osobito UNESCO) te razvojem kulturnih tematskih cesta i putova (kulturne rute, hodočasnički putovi i sl.),
- seoski-agro turizam temeljen na poljoprivredi i kvalitetnim lokalnim proizvodima kao značajnom pokretaču njegovog razvoja, pri čemu poljoprivredna gospodarstva ostvaruju ključnu ulogu kao proizvođači i pružatelji turističkih usluga,
- poslovni turizam (MICE) temeljen na privlačnosti Hrvatske kao destinacije za kongrese, seminare, konferencije, sajmove i sl.,
- gradski turizam (*city break*) temeljen na novim trendovima i potrebi turista za raznolikom ponudom kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, društvenih i prirodnih doživljaja i sadržaja za razonodu i poslovne aktivnosti,
- turizam na rijekama i jezerima (kružna putovanja, izletnička plovidba) temeljen na netaknutoj prirodi, krškim oblicima te očuvanim rijekama i jezerima,
- nautički turizam temeljen na očuvanju okoliša, kvalitetnim marinama i ostaloj infrastrukturi,
- obalni turizam („sunce i more“) temeljen na tradiciji, prepoznatljivosti i kvaliteti.

Poticat će se razvoj turističkih proizvoda više dodane vrijednosti uz snažnu ulogu turističkih zajednica kao okosnice sinergije svih pružatelja usluga na lokalnoj razini (malog i srednjeg poduzetništva, institucija koje upravljanju prirodnom i kulturnom baštinom, turističkih vodiča

i interpretatora), lokalnog stanovništva i njihova suradnja s turističkim agencijama kao destinacijskim menadžment kompanijama čime će se razvoj turističkih proizvoda usmjeriti kako je predviđeno politikom upravljanja pojedinom turističkom destinacijom.

Poseban naglasak stavit će se na poticanje razvoja inovativnih turističkih proizvoda kojima će se turistima osigurati raznovrsna ponuda tijekom cijele godine, pa tako i domaćim turistima i izletnicima, kao tržišnom segmentu sa značajnim potencijalom.

Prioritetno područje 1.4. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Unapređenje domaće i međunarodne prometne povezanosti

Razvoj turizma, oslonit će se na proširivanje dosega javnog prijevoza te sprječavanje i značajno umanjeње zagađenja morskih resursa svih vrsta, provest će se reforma prometnog sektora u svim vidovima prometa pa su njome obuhvaćene reforme željezničkog, cestovnog i zračnog sektora, kao i reforma pomorstva i unutarnjih plovnih putova.

Ujednačena prometna mreža s razvijenom željezničkom infrastrukturom i infrastrukturom za javni promet te intermodalnost, rezultat će smanjenjem udjela osobnih automobila s pogonom na fosilna goriva i općenito smanjenjem emisija stakleničkih plinova u prometnom sektoru, kao i eliminiranjem prepreke za mobilnost ljudi i dobara.

Poticat će se oblici multimodalnog planiranja putovanja i kupnja karata putem IT alata.

Kroz marketinšku suradnju s avioprijevoznicima, touroperatorima i turističkim agencijama, poticat će se otvaranje većeg broja avionskih linija i uvođenja sezonskih i cjelogodišnjih zračnih linija s vodećih emitivnih turističkih tržišta. Isto tako, poticat će se i otvaranje željezničkih linija.

Prioritetno područje 1.5. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma

Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam potaknut će se ulaganjem u pozicioniranje Hrvatske na inozemnim tržištima kao visokokvalitetne destinacije, ali i kao dijela Destinacije Europa. EU je strategijom do 2010. istaknula važnost brendiranja Europe kao jedinstvenog tržišta, uvažavajući trendove dolazaka turista s dalekih destinacija koji u svom boravku žele vidjeti što više. Stoga će se poticati uključivanje u međunarodne mreže i udruženja te turističke rute posebno na razini EU (primjerice Kulturne rute Vijeća Europe).

Blizina vodećih europskih emitivnih turističkih tržišta uz povoljan geoprometni položaj je potencijal na kojem će se graditi položaj Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma kako za EU tako i za ne EU građane.

Ulazak Hrvatske u šengenski prostor učinit će putovanja za EU građane još sigurnijim, lakšim i bez prepreka, dok će za pozicioniranje na tržištima izvan EU doprinijeti boljoj vidljivosti

Hrvatske kao dijela Destinacije Europa. Nastavak digitalizacije putnih isprava, učinit će prolazak putnika lakšim.

Kao osnovni alat za pozicioniranje na stranim tržištima, izradit će se Strateški marketinško-operativni plan hrvatskog turizma.

Strateški marketinški operativni plan hrvatskog turizma predviđet će aktivnosti usmjeravanja stranih, ali i domaćih turista i na druge motive putovanja, osim prevladavajućeg motiva sunca i mora. Plan će omogućiti da se posjetiteljima osvijeste i ponude sadržaji izvan sezone, na turistički nedovoljno razvijenim područjima i kontinentu kao i cjeloviti turistički proizvodi više dodane vrijednosti te da se Hrvatska promovira kao održiva, sigurna i zdrava destinacija koja nudi visokokvalitetnu i raznovrsnu turističku uslugu. Uz taj krovni marketinški alat, razvit će se i regionalni i lokalni marketinški planovi, a temeljem njih će se provoditi aktivnosti u cilju promoviranja turističkih atrakcija koje mogu doprinijeti smanjenju sezonalnosti i ravnomjernijem teritorijalnom razvoju turizma. Poticat će se povezivanje turističkih zajednica kao kreatora preduvjeta za turističke proizvode i organizatora putovanja koji ih realiziraju i plasiraju na tržište.

Zakonodavnom reformom te programima i poticajima, doprinijet će se razvoju ponude te kreiranju brand i marketinških kampanja u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Prioritetno područje 1.6. za strateški cilj 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“: Stvaranje boljih uvjeta života i rada

U mjestima s pojačanom turističkom aktivnošću vidljivi su brojni pozitivni učinci na lokalno stanovništvo poput stvaranja radnih mjesta, unapređenja infrastrukture i gospodarskog napretka.

Ako se turizam nekontrolirano razvija u smjeru prekomjernog turizma i ne vodeći brigu o održivosti, osim pozitivnih, može uzrokovati i brojne negativne posljedice, a neke od njih su preopterećenost komunalne infrastrukture, viši troškovi života, prometni problemi, nekontrolirana gradnja i devastacija prostora.

Kako bi se osigurala ravnomjerna raspoređenost pozitivnih učinaka turizma, poticat će se razvoj proizvoda više dodane vrijednosti, a osobito u kontinentalnom dijelu Hrvatske i u mjestima s nižim Indeksom turističke razvijenosti (ITR). Izravan poticaj ovakvom razvoju bit će ulaganje u projekte razvoja javne turističke infrastrukture koja može biti poticaj poduzetnicima na daljnja ulaganja.

Posebno se ističu projekti lječilišnog turizma, budući da pružaju cjelogodišnju uslugu i nisu podložni izrazitoj sezonalnosti. Osim utjecaja na prostornu i vremensku raspoređenost turizma, poticanjem razvoja lječilišnog turizma, omogućit će se brži pristup lječilišnim, SPA, *wellness* i ostalim uslugama lokalnom stanovništvu, što značajno doprinosi kvaliteti života. Dostupnost navedenih usluga očekivano djeluje na smanjenje pritiska na zdravstveni sustav i doprinosi boljoj zdravstvenoj usluzi za lokalno stanovništvo.

Ulaganjima u proizvode poput aktivnog turizma, kulturnog i ostalih, lokalnom stanovništvu će se osigurati pristup infrastrukturi i brojnim sadržajima (sportskim, kulturnim, zabavnim), što će također pozitivno utjecati na kvalitetu života. Navedena turistička ponuda treba značajnije potaknuti jačanje segmenta domaćih turista.

Ova ulaganja doprinose socijalnoj uključenosti, dobrom zdravlju i dobrobiti lokalnog stanovništva te smanjenju i prevenciji siromaštva.

Sustavno će se podizati svijest lokalnog stanovništva o bogatstvu turističkih resursa te važnosti turizma u gospodarstvu kroz edukaciju od najranije dobi organiziranim poticanjem dostupnosti turističkih sadržaja učenicima i studentima te snažnije usmjeravanje k domaćim turistima.

Održivim razvojem turizma, podržanim navedenim ulaganjima, potaknut će se ravnomjeran i održiv razvoj gospodarstva i stvoriti kvalitetna radna mjesta.

Zbog visoke sezonalnosti turizam karakterizira i visok postotak ugovora o radu na određeno vrijeme kao i sezonsko zapošljavanje, što će se nastojati smanjiti ulaganjima u razvoj cjelogodišnjih proizvoda.

Jedan od prioriteta za ulaganje bit će i uključivanje lokalnih malih i srednjih poduzetnika u lanac vrijednosti, što će dodatno povećati prihode i stvoriti nova radna mjesta.

Mjere za smanjenje preopterećenosti komunalne infrastrukture i turističkih atrakcija u nadležnosti su jedinica lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava, no kako bi se potaknuo održiv razvoj turizma osigurat će se sinergija planiranja turističkih tokova na razini turističkih zajednica s mjerama koje se poduzimaju za smanjenje preopterećenosti. Kako bi se to osiguralo, omogućit će se korištenje podataka za planiranje i alata za poslovnu inteligenciju (*Business intelligence/ BI* alata) za donošenje odluka. Osigurat će se ulaganja u razvoj IT alata za upravljanje posjetiteljima, kao i drugih prikladnih za smanjenje preopterećenosti.

Temeljem prikupljenih podataka i poduzetih mjera lokalna zajednica će moći planirati ulaganja u razvoj komunalne infrastrukture (vodovod, ceste, parkirališta, i sl.) koja će biti optimalno opterećena i koja će osigurati kvalitetan život lokalnog stanovništva tijekom cijele godine.

8.2. Strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“

More i priroda (prirodni resursi) temeljni su motivi dolaska turista u Hrvatsku, no zbog intenzivne turističke aktivnosti i neprimjerene turističke infrastrukture, prirodni resursi su ugroženi. Dvosmjernan je i odnos turizma i klimatskih promjena – turizam negativno utječe na klimatske promjene, osobito putem ugljikova otiska prometa, a ujedno klimatske promjene suštinski mijenjaju destinacije. Opterećenja koja proizlaze iz turizma mogu rezultirati smanjenjem kvalitete sastavnica okoliša, kao i nastavkom neželjenih klimatskih promjena, što posljedično može dovesti do smanjene atraktivnosti Hrvatske kao turističke destinacije. Stoga je razvoj turizma nužno usmjeriti prema okolišnoj i resursnoj održivosti te smanjenju međusobnih negativnih utjecaja turizma i klimatskih promjena.

Strateški cilj 2. „TURIZAM UZ OČUVAN OKOLIŠ, PROSTOR I KLIMU“	Prioritetna područja		
	2.1. Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu		
	2.2. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na prostor		
	2.3. Smanjenje negativnog utjecaja turizma na klimu		
	Pokazatelji učinka	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
	Indeks konkurentnosti putovanja i turizma – okolišna održivost	14. / 140	≤ 10. mjesta
	Emisije CO ₂ u zrak prema NACE (revizija II) aktivnostima u turizmu	46196 t	43000 t
<i>U cilju ostvarivanja ciljeva iz Agende 2030, ciljeva iz Europskog zelenog plana i Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine potrebno je snažiti okolišne propise ali i osigurati bolje provođenje istih. Turizam je na globalnoj razini odgovoran za udio od 8 % ukupnih svjetskih emisija CO₂. U Republici Hrvatskoj emisije CO₂ u turizmu iznosile su 2019. godine 46196 t. Zbog međunarodne, EU i nacionalne okolišne politike, koje Hrvatska konzistentno provodi, potrebno je do 2030. poduzeti dodatne napore kako bi se smanjile emisije CO₂ te time podigla održivost hrvatskog turizma na višu razinu. U tom su kontekstu definirane strateške smjernice koje će u konačnici rezultirati smanjenjem opterećenja na okoliš i prirodne resurse te na klimu uz prilagodbu turizma na klimatske promjene, s krajnjim ciljem jačanja okolišne održivosti radi konkurentske prednosti i dugoročne otpornosti ove vrlo važne gospodarske aktivnosti države.</i>			

Prioritetno područje 2.1. za strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“: Smanjenje opterećenja iz turizma na sastavnice okoliša i prirodu

Provođenjem integralnog upravljanja obalnim područjem, kao i razvojnim integriranjem turistički slabije razvijenih područja i kontinenta s jadranskim područjem ostvarit će se smanjenje opterećenja na priobalni prostor uz ublažavanje posljedica izrazito visoke sezonalnosti. Podupirat će se aktivnosti usmjerene na ostvarenje multiplicirajućih pozitivnih učinaka turizma s ostalim sektorima, kao npr. s ribarstvom i poljoprivredom kroz razvoj posebnih oblika turizma.

U skladu s globalnim, EU i nacionalnim politikama u području zaštite okoliša i prirode te potrebom učinkovitijeg korištenja i zaštite prirodnih resursa podupirat će se mjere zaštite i očuvanja okoliša i prirode, s osobitim naglaskom na zaštićena područja i područja Natura 2000, kako u priobalju, tako i na kontinentu.

Poticat će se smanjivanje pritiska proizašlih iz turizma na sve sastavnice okoliša (zrak, vode, more, tlo, krajobraz, biljni i životinjski svijet te zemljina kora), smanjivanje količine otpada uz odgovarajuće provođenje mjera za sprječavanje i smanjivanje unosa morskog otpada u more i morske ekosustave, kao i minimiziranje ostalih nepovoljnih utjecaja. Poticat će se aktivnosti

koje doprinose implementaciji rješenja za smanjenje emisija onečišćujućih tvari, uključivanje naprednih sustava upravljanja okolišem, osnaživanje održive proizvodnje i potrošnje te podupiranje aktivnosti usmjerenih k primjeni koncepta kružnog gospodarstva i ekoloških inovacija, osobito u području proizvoda i usluga.

Poticat će se održive prakse smanjenja otpada od hrane i jednokratne plastike te održivo gospodarenje otpadom uz štednju energije i vode. Tako će se doprinijeti okolišnoj, ali i ekonomskoj održivosti.

Zbog sve veće svjesnosti turista o potrebi zaštite okoliša te koncepta održive proizvodnje i potrošnje, proces implementacije kružnog gospodarstva intenzivirat će se i poticati u poslovanju svih turističkih subjekata te će se omogućiti bolja promocija i vidljivost održivih praksi.

Kontinuirano će se unaprjeđivati svijest i kompetencije dionika o potrebi razvoja okolišno održivog turizma, što će se postići informiranjem i edukacijom o mogućnostima i načinima upravljanja poslovanjem i destinacijom na održivi način.

Prioritetno područje 2.2. za strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na prostor

Održivi razvoj turizma sa smanjenim negativnim utjecajem turizma na prostor osigurat će se sustavnim prostornim planiranjem na svim razinama. Iako održiva distribucija turističkih aktivnosti u vremenu i prostoru nije isključivo problematika prostornog planiranja, ona se ipak nameće kao jedan od najvažnijih alata u uspostavi ravnoteže odnosa turizma i prostora. Planiranjem će se voditi računa o prihvatnim kapacitetima, ključnim infrastrukturnim ograničenjima i o dosljednoj primjeni propisa kojim se štiti zaštićeni obalni pojas kao i druga, posebno zaštićena područja. Uz prethodno definiranje prihvatnog kapaciteta turističke destinacije, prostorno planiranje te prostorni planovi kao instrumenti prostornog planiranja imaju razvojnu i korektivnu ulogu u oblikovanju turističkog prometa destinacije i doživljaja posjetitelja. Uspostava ovakvog sustava planiranja moguća je uz stvarnu, a ne samo deklarativnu primjenu principa destinacijskog menadžmenta.

Racionalnim upravljanjem prostorom i ostalim prirodnim resursima podići će se i razina kvalitete života lokalnog stanovništva, osobito u najopterećenijim turističkim destinacijama gdje se moraju osigurati uvjeti za kvalitetno stanovanje, život i rad lokalnog stanovništva.

Sprječavat će se pojava prekomjernog turizma koji je vezan za ekonomsku ovisnost turističke destinacije o prihodima od turizma i udaljavanje od interesa lokalne zajednice, koji uz to ima dominantno negativan utjecaj na prostor, utječući na njegovu trajnu transformaciju. Kako bi se izbjegla kaotična urbanizacija i devastacija prostora nekontroliranim razvojem nekomercijalnih kapaciteta sekundarnog smještaja i ostalih oblika smještaja niske dodane vrijednosti iznad prihvatnog kapaciteta destinacija, potrebno je provesti sustavne analize postojećih kapaciteta te odrediti buduće potrebe kao osnovu za planiranje u prostornim planovima.

**Prioritetno područje 2.3. za strateški cilj 2. „Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu“:
Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime**

Međuodnos turizma i klimatskih promjena ogleda se u činjenici da turizam značajno utječe na klimatske promjene, ali i klimatske promjene snažno utječu na turizam. Niskougljični razvoj turizma i intenziviranje procesa prilagodbe turizma na klimatske promjene provodit će se sukladno Strategiji niskougljičnog razvoja Republike Hrvatske do 2030. godine s pogledom na 2050. godinu i Strategiji prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu.

Poticat će se aktivnosti koje će rezultirati većim korištenjem obnovljivih izvora energije te većom energetsom učinkovitosti u smještajnim kapacitetima i turističkoj infrastrukturi, kao i u prometu koji je najveći generator emisija stakleničkih plinova iz turizma.

Mobilnost turista usmjeravat će se prema okolišno prihvatljivijim oblicima prometa, kao što je željeznički promet. Podržavat će se uvođenje održivih oblika mobilnosti i izgradnja pripadajuće infrastrukture u turističkim destinacijama. Poboljšanjem interne mobilnosti putem uvođenja i razvoja intermodalnog javnog gradskog i međugradskog prijevoza putnika uz stimuliranje korištenja vozila na alternativni pogon smanjit će se emisije stakleničkih plinova. Radi snažnog razvoja nautičkog turizma i njegova utjecaja na klimu, osobiti je fokus na elektrifikaciji plovila i uspostavljanje potrebne infrastrukture otporne na klimatske ekstreme.

Poticat će se preobrazba smještajnih kapaciteta u one s niskim ili „nultim“ ugljikovim otiskom te razvoj posebnih oblika turizma uz uvjet smanjenja emisija stakleničkih plinova.

U cilju smanjenja ugljikova otiska koji nastaje turističkom aktivnošću, a osobito od ispušnih plinova iz automobila, provest će se sadnja dodatnih stabala u šumskim, urbanim i periurbanim područjima.

Osobito će se poticati turistički proizvodi, koji s pratećom turističkom infrastrukturom predstavljaju odmak od koncepta „sunce i more“ i koji su otporniji na klimatske promjene.

Osim podrške i promocije dekarbonizaciji turizma, poticat će se prilagodba javne i privatne turističke infrastrukture na klimatske promjene u cilju zaštite ljudi, okoliša i imovine.

Podržavat će se aktivnosti koje će omogućiti prilagodbu turizma na izmijenjene uvjete poslovanja radi utjecaja klimatskih promjena, odnosno jačati otpornost turističke infrastrukture na različite vremenske ekstreme, jačajući pritom i otpornost lokalnih zajednica u turizmu.

Također, u cilju osvježavanja negativnih međuodnosa klime i turizma provest će se educiranje i informiranje dionika u turizmu, posebice stručnjaka uključenih u turizam te šire javnosti, uključujući učenike srednjih škola i studente.

8.3. Strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“

Razvoj konkurentnog i inovativnog turizma jedan je od koraka u razvoju održivog turizma. Konkurentnost ovisi o brojnim čimbenicima, a ono što je identificirano kao prioritetno područje koje se treba unaprijediti jest poslovno okruženje, ljudski potencijali i tržište rada, unapređenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta, osiguranje poticajnog poslovnog okruženja te poticanje inovacija i digitalne transformacije turizma.

Strateški cilj 3. „KONKURENTAN I INOVATIVAN TURIZAM“	Prioritetna područja		
	3.1. Jačanje ljudskih potencijala u turizmu		
	3.2. Unapređenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta		
	3.3. Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja		
	3.4. Poticanje inovacija i digitalne transformacije turizma		
	Pokazatelji učinka	Početna vrijednost 2021. i 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
	Ukupni indeks razvoja putovanja i turizma (TTDI – WEF) – 2021.	46. mjesto	≤ 35. mjesta
	Prihod po stranom noćenju – 2019. u odnosu na prosjek EU	57 %	67 %
<i>Ciljana pozicija u ukupnom poretku TTDI temelji se na kontinuiranom poboljšanju upravljanja turističkim razvojem u ostvarenju održivog i otpornog, globalno konkurentnog turizma Hrvatske. U tom su kontekstu posebno važni reformski procesi koji će omogućiti rast na ljestvici u segmentu poslovnog okruženja i ljudskih resursa u kojima prema posljednjim podacima značajno zaostaje, a za čije unapređenje su predviđena i osigurana sredstva u okviru Nacionalnog plana oporavka i otpornosti. Održivi turizam integrira i komponentu ekonomske održivosti i rasta ekonomskih učinaka te se unapređenjem svih elemenata turističke ponude stvaraju uvjeti za rast prihoda po stranom noćenju u Republici Hrvatskoj i približavanje prosjeku Europske unije.</i>			

Prioritetno područje 3.1. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: **Jačanje ljudskih potencijala u turizmu**

Ljubaznost i gostoljubivost lokalnog stanovništva jedna je od najbolje ocijenjenih karakteristika hrvatskog turizma, i jedna od najprepoznatljivijih. Gostoljubivost je i ono čega se turisti sjećaju po povratku svojim domovima i, nerijetko, razlog za ponovni dolazak. Upravo je gostoljubivost važan dio autentičnog doživljaja Hrvatske. Velik doprinos ovim pokazateljima daju upravo zaposleni u djelatnostima pružanja usluga u turizmu. No, iako je udio zaposlenih u turizmu u Hrvatskoj jedan od najviših u EU, Hrvatska se suočava s velikim nedostatkom radne snage. Taj nedostatak je s jedne strane uzrokovan visokom potražnjom za radnom snagom, a s druge strane visokom nekonkurentnošću zanimanja u turizmu na tržištu rada.

Sezonalnost turizma u RH nepovoljno utječe na sigurnost radnih mjesta u turizmu, čime se potiče fluktuacija radne snage u druge djelatnosti. Osim toga, sezonalnost generira i velik broj

ugovora o radu na određeno vrijeme. Očekuje se da će u budućnosti zbog nepovoljnih demografskih kretanja i migracijskih procesa izazovi s radnom snagom biti još više izraženi. Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti mogu značajno utjecati na razvoj turizma. Zadržavanje i privlačenje kvalitetnih ljudskih potencijala u turizmu predstavlja važan preduvjet za realizaciju cilja konkurentnog i otpornog turizma. Stoga je razvoj ljudskih potencijala jedan od ključnih elemenata reforme sustava upravljanja razvojem turizma. Dva su osnovna smjera u kojima će se ova reforma razvijati. Jedan je osigurati dovoljan broj zaposlenih koji će moći odgovoriti na potrebe tržišta rada, a drugi je osigurati da kompetencije zaposlenih odgovore na nove izazove s kojima se turizam suočava, poput digitalne i zelene tranzicije te novih trendova u turizmu.

Kako bi se osiguralo uključivanje na tržište rada za potrebe turizma, provodit će se mjere promocije zanimanja, predstavljanja kvalitetnih radnih mjesta i uvjeta rada, aktivnih mjera za zapošljavanje i primjera dobre prakse u samozapošljavanju.

Unapređenjem radno-pravnog i poreznog okvira u smislu veće fleksibilnosti tržišta rada, njegova očuvanja i veće mobilnosti ljudskih potencijala te jačanjem mjera aktivne politike zapošljavanja kojima se potiče uključivanje ljudskih potencijala na tržište rada i samozapošljavanje, stvorit će se uvjeti za uspostavu modernog tržišta rada usmjerenog na zelenu i digitalnu tranziciju turizma. Poboljšanjem pristupa zaposlenju za sve tražitelje posla, posebno ranjive skupine, povećat će se broj kvalitetnih radnih mjesta, smanjiti broj osoba izloženih riziku od siromaštva i socijalne isključenosti te doprinijeti sezonskoj i prostornoj koherentnosti i posljedično omogućiti pozitivan učinak na lokalne zajednice.

Programi i mjere fokusirane na tržište rada za potrebe turizma posebnu podršku će pružati poduzetničkim aktivnostima žena, malim i srednjim poduzećima, osobama s invaliditetom i osobama u nepovoljnom položaju na tržištu rada, povećanju standarda uvjeta života i stanovanja.

U cilju uključivanja nezaposlenih osoba u poslove u turizmu razvit će se kraći obrazovni programi koji će omogućiti stjecanje djelomične kvalifikacije i brži pristup poslovima u turizmu.

Razvoj vještina i radnih mjesta u sklopu zelene i digitalne tranzicije imaju ključnu ulogu u osiguravanju konkurentnosti i inovativnosti turizma. Kako bi se odgovorilo na izazove tranzicije i pružanje usluga održivog turizma, posebno u malim i srednjim poduzećima, fokus će se staviti na stjecanje i jačanje kompetencija ljudskih potencijala u turizmu, poglavito putem regionalnih centara kompetentnosti koji će u suradnji s poslodavcima razviti programe relevantne za tržište rada. To će biti programi kojima se dionicima turističkog sustava jačaju kompetencije potrebne za pružanje kvalitetnih usluga u turizmu i uvođenje održivih načina poslovanja – u skladu s očuvanjem okoliša i prirode, praksama kružnog gospodarstva te u skladu sa zahtjevima za smanjenje utjecaja na klimu i za prilagodbu klimatskim promjenama.

Nužnost većeg usklađivanja kompetencija s potrebama tržišta rada naglasak stavlja na prilagodbu obrazovnih programa potrebama turističkog tržišta i razvoj programa cjeloživotnog obrazovanja usmjerenih na prekvalifikaciju i usavršavanje. Osnaživat će se aktivnosti vezane za relevantnost obrazovanja, profesionalno usmjeravanje ljudskih potencijala, osiguranje potpore odraslima za uključivanje u obrazovanje i osposobljavanje te unapređenje vještina i

znanja radno sposobnog stanovništva, posebno mladih i onih u statusu NEET (mladi između 18 i 24 godine koji nisu zaposleni, ne obrazuju se niti usavršavaju).

Ove aktivnosti bit će usmjerene kako na nezaposlene, tako i na osobe zaposlene u turizmu koje će postići veću razinu kompetentnosti, a time i veću konkurentnost turizma, ali i još važnije osigurat će kvalitetna radna mjesta te kvalitetan život i rad lokalnog stanovništva.

Prioritetno područje 3.2. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: Unapređenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta

Hrvatski turizam karakterizira niska dodana vrijednost, i jedna od najnižih stopa potrošnje po gostu. Dijelom je uzrok tome struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta s velikim postotkom smještajnih kapaciteta niže kategorije i smještaja u domaćinstvu.

Iako smještaj u domaćinstvu čini preko 60% ukupnog smještaja, što Hrvatsku čini jednom od država s najvećim udjelom privatnog smještaja u EU, Hrvatska je jedna od rijetkih država koja je kategorizirala ovu vrstu smještaja i pravno uredila njegovo poslovanje te porezno i parafiskalno opterećenje. No, platforme za oglašavanje i dijeljenu ekonomiju uvele su izazove. Usklađivanjem propisa provest će se uravnoteženje uvjeta za sve pružatelje usluga smještaja.

Kako bi se unaprijedila struktura smještajnih kapaciteta, modernizirat će se sustav kategorizacije smještajnih objekata te razine usluge sukladno novim trendovima u turizmu, kao i postavljanje adekvatnog sustava kontrole.

Uz unapređenje kvalitete smještajnih objekata sukladno nacionalnoj kategorizaciji ugostiteljskih objekata učinit će se i dodatni iskoraci u kvaliteti, posebno u kontekstu uvažavanja standarda ekološki prihvatljivog i društveno odgovornog poslovanja (oznake kvalitete).

Poticat će se uspostava sustava poticanja investicijskih projekata u turizmu visoke dodane vrijednosti koji obuhvaćaju samostalne i/ili prateće projekte ugostiteljsko-turističkog, zdravstvenog, poslovno-kongresnog, ekološkog, nautičkog, kulturnog, sportsko-rekreativnog, zabavno-tematsko-edukativnog sadržaja te drugog inovativnog sadržaja u turizmu visoke dodane vrijednosti, koji uključuju ulaganja u svrhu formiranja i unapređenja turističke ponude. Tako će se olakšati i ubrzati procedure za aktivaciju neiskorištene državne imovine.

Osigurat će se sustav poticanja rasta inovativnog smještaja i smještaja više dodane vrijednosti, poglavito u domeni konverzije obiteljskog smještaja u tržišno prihvatljive objekte više dodane vrijednosti, razvoja obiteljskih i boutique hotela, revitalizacije i razvoja hotelskih i kamp projekata više kategorije na *brownfield* i *greenfield* osnovi te razvoja obiteljskih i *boutique* kampova, primarno na turistički nerazvijenim područjima i na kontinentu, gdje postoji prostor za adresiranje neiskorištenog tržišnog potencijala te razvoja inovativnih oblika smještaja na principima održivosti.

Osim poticanja investicija u smještaje dodane vrijednosti, predviđa se i osiguranje sredstava za poticanje malih i srednjih poduzetnika u turizmu koji nisu izravno vezani na smještaj kako bi se unaprijedio cijeli turistički lanac vrijednosti (restorani, trgovine i sl.).

Jedan od osnovnih elemenata održivog turizma je upravo društvena održivost i osiguranje jednakih mogućnosti za sve, a inkluzivan pristup turizmu, kroz razvoj održivih i pristupačnih rješenja, donosi brojne prednosti posjetiteljima i lokalnom stanovništvu i bez sumnje doprinosi boljoj kvaliteti života za sve.

Potaknut će se i olakšati uključivanje osoba s invaliditetom na korištenje turističkih usluga kroz investicije u razvoj sadržaja turističke ponude namijenjene osobama s invaliditetom i osobama s posebnim potrebama, prilagodbu smještajnih kapaciteta i javne turističke infrastrukture, osiguravanje transporta unutar destinacije/objekta, prilagodbe poslovnih procesa i postizanje nekog od certifikata pristupačnosti.

Prioritetno područje 3.3. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: **Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja**

Poticajno poslovno okruženje, s posebnim fokusom na stvaranje okruženja poticajnog za investicijske aktivnosti više dodane vrijednosti, nužan je preduvjet gospodarski održivog turizma. Za njegovo stvaranje potrebno je unapređenje zakonodavnog okvira i sustava podrške investitorima, unapređenje poslovnih uvjeta za turističke projekte poglavito u domeni fiskalnih i parafiskalnih obveza kao i sustavno administrativno rasterećenje poduzetnika.

Kako bi se unaprijedile i potaknule investicijske aktivnosti više dodane vrijednosti u turizmu, Zakonom o turizmu definirat će se sektorski program poticanja ulaganja, osobito u malo i srednje poduzetništvo. Izmijenit će se propisi koji izravno utječu na konkurentnost i održivost turizma. Nadalje, unaprijedit će se i propisi koji imaju velik utjecaj na stvaranje poslovnog okruženja, a nisu izravno vezani za turizam – propisi koji reguliraju pomorsko dobro i morske luke, neprocijenjeno građevinsko zemljište, prostorno planiranje i gradnju. Poboljšat će se i harmonizirati zakonodavni okvir kojim će se unaprijediti sustav podrške investitorima, kao i poslovne uvjete za turističke projekte, te unaprijediti regulaciju kratkoročnog najma.

Nastavit će se proces parafiskalnog rasterećenja gospodarstva. U cilju osiguravanja poslovnog okruženja redefinirat će se ekonomske politike vezane za poslovanje u turizmu. Fokus novih ekonomskih politika bit će usmjeren prema povećanju konkurentnosti smještaja više dodane vrijednosti i onoga na područjima niže turističke razvijenosti te redefiniranje uvjeta pružanja ugostiteljskih usluga u domaćinstvu koji imaju značajniji doprinos cjelogodišnjem poslovanju.

Administrativne prepreke jedan su od čimbenika koji utječu na poduzetničku klimu i jedan od pokazatelja na ljestvici *Doing business*. Stoga će dodatno unapređenje poslovnih i investicijskih uvjeta obuhvatiti provedbu identifikacije administrativnih opterećenja turističkih projekata više dodane vrijednosti te proces njihove optimizacije prema realnim potrebama.

U cilju dodatnog smanjenja administrativnog opterećenja poduzetnika u turizmu planira se daljnje unapređenje informacijskog sustava razvijenog kroz projekt „Hrvatski digitalni turizam – e-Turizam“, odnosno aplikativno rješenje e-usluge za integrirane upravne i neupravne postupke.

Kako bi se olakšala komunikacija poduzetnika s javnom upravom, razvit će se e-usluge prema životnim situacijama, tako da se, gdje je to potrebno, povežu usluge više tijela u jednu e-uslugu.

Poslovno okruženje obuhvaća i pristup sredstvima financiranja, stoga će se aktivno poduzimati mjere za pristup sredstvima financiranja za razvoj poslovanja i podizanje konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika te pružiti podrška ulaganjima koja rezultiraju povećanjem produktivnosti i konkurentnosti s naglaskom na zelenu i digitalnu tranziciju. Poticati će se i internacionalizacija poslovanja i uključivanje u međunarodne lance vrijednosti.

Prioritetno područje 3.4. za strateški cilj 3. „Konkurentan i inovativan turizam“: **Poticanje inovacija i digitalne transformacije turizma**

Ključan čimbenik u jačanju konkurentnosti i inovacija u turizmu je bolje i inovativno korištenje podataka. Korištenje podataka omogućava predviđanje potreba za određenim uslugama, analiziranje profila potrošača i trendove potražnje te u konačnici i veće zadovoljstvo korisnika. Uloga države je potaknuti poduzetnike na korištenje naprednih tehnologija i podataka, što će započeti razvojem naprednih e-usluga i razvojem sustava poslovne inteligencije (*Business intelligence* / BI sustava) koji će i poduzetnicima omogućiti pristup podacima prikupljenim za potrebe praćenja razvoja održivog turizma, njihovu analizu i korištenje u donošenju poslovnih odluka. Tako će se podizati svijest te potaknuti i poduzetnici da razviju inovativne usluge koje podržavaju održivost, potiču potražnju turista ili omogućavaju učinkovitije poslovanje i donošenje poslovnih odluka. Navedeno će se poticati i kroz usmjerena ulaganja javnih sredstava u razvoj proizvoda i usluga koje koriste inovacije i digitalna rješenja.

Razvit će se alat za povećanje dostupnosti *online* podataka o turističkoj ponudi kao i alati koji će pomoći upravljanju destinacijom te upravljanju turističkim tokovima u stvarnom vremenu, čiji podaci će također biti dostupni poduzetnicima i pomoći im u donošenju poslovnih odluka.

Važan oblik inovacija je i kružno gospodarstvo u turizmu. Novi modeli koji će se poticati su razvoj tehnologija, procesa koji mogu doprinijeti smanjenju otpada od hrane, korištenju energije i resursa, uspostavi lokalnih lanaca opskrbe i drugih modela za razvoj održivog turizma.

8.4. Strateški cilj 4. „Otporan turizam“

Okolnosti uzrokovane pandemijom pokazale su ovisnost turizma o vanjskim utjecajima i moguće posljedice budućih kriza. Jednako tako, pandemija je pokazala važnost stvaranja preduvjeta za dugoročnu otpornost i mogućnost upravljanja razvojem tako da osigurava brz odgovor na potencijalne izazove. Uz sposobnost brzog reagiranja na promjene, postizanje otpornosti zahtijeva dugoročnu predanost održivijem načinu poslovanja i upravljanja. Kako bi se stvorili preduvjeti za dugoročnu otpornost turizma, potrebno je provesti sveobuhvatnu reformu sustava upravljanja turizmom (sustav koji brzo djeluje i reagira na krizne situacije) i unaprijediti zakonodavni okvir. Osim toga, jedan od značajnijih izazova s kojima se turizam suočava jesu brze promjene trendova i interesa turista, a s tim je povezana i potreba za diverzifikacijom proizvoda te potreba za planiranjem potrebnih kompetencija (znanja i vještina) zaposlenih u turizmu.

Uspostava sustava učinkovitog planiranja i upravljanja alat je koji će omogućiti razvoj turizma u smjeru održivosti, ali i njegovu dugoročnu otpornost. Preduvjet za učinkovito upravljanje je prikupljanje podataka i donošenje odluka temeljenih na tim egzaktnim podacima.

Hrvatska se percipira kao sigurna destinacija, stoga je neophodno nastaviti s dosadašnjim naporima u kontekstu jačanja i razvoja sigurnosti u svim turističkim destinacijama.

Strateški cilj 4. „OTPORAN TURIZAM“	Prioritetna područja		
	4.1. Unapređenje zakonodavnog okvira		
	4.2. Unapređenje sustava turističkih zajednica		
	4.3. Unapređenje sustava praćenja podataka		
	4.4. Odgovor na promjene trendova i potreba		
	4.5. Jačanje mehanizama za osiguravanje sigurnosti		
	Pokazatelji učinka	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
	Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Prioritizacija putovanja i turizma	57. / 140	< 50. mjesta
	Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Sigurnost	35. / 140	< 25. mjesta
Ciljane vrijednosti pokazatelja temelje se na poboljšavanju najlošije ocijenjenih i rangiranih sastavnica indeksa. Poboljšanje ciljanog ranga pokazatelja prioritizacija putovanja i turizma iziskuje unapređenje zakonodavnog okvira, unapređivanje sustava turističkih zajednica, uspostavu sustava praćenja podataka, podizanje svijesti o promjenama i dinamici tržišta, izradu Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma 2021. – 2025. u funkciji brendiranja i repozicioniranja hrvatskog turizma te povećanje izdataka države za turizam i putovanje jačajući time otpornost turističkog sustava. Poboljšavanje ciljanog ranga pokazatelja sigurnost uključuje veće povjerenje u sustav policije i sigurnosnih službi temeljeno na većoj efikasnosti djelovanja i uspješnijoj preventivi te smanjenje indeksa terorističkih incidenata.			

Prioritetno područje 4.1. za strateški cilj 4. „Otporan turizam“: **Unapređenje zakonodavnog okvira**

Zakonodavni okvir u kojem se odvija turistička aktivnost je jako širok, a osim „turističkih“ propisa, na razvoj turizma velik utjecaj imaju i brojni drugi propisi, a osobito vezani za fiskalnu i poreznu politiku, prostorno planiranje, poticanje ulaganja, radne odnose i brojni drugi. No, ne postoji propis koji bi osigurao učinkovito provođenje turističke politike i usmjeravanje razvoja turizma u smjeru održivosti.

Kako bi se to postiglo, donijet će se Zakon o turizmu kojim će se uspostaviti sustav praćenja i analize podataka, uspostaviti sustav poticanja, praćenja i analize ulaganja, definirati uloge dionika u razvoju turizma, definirati pokazatelje i standarde osiguravanja održivosti turizma (osobito zelenih i digitalnih standarda). Osim izrade novog zakona, provest će se analiza potrebnih promjena u postojećim propisima kako bi se uskladili s krovnim zakonom. Temeljem novog zakona predložit će se potrebne promjene u propisima vezane uz poreze, prostorno planiranje i sl.

Institucionalno će se ojačati suradnja među dionicima koja je ključna za razvoj održivog turizma više dodane vrijednosti. Budući da su turisti važan dionik, osobito će se pri uspostavi sustava praćenja podataka osigurati prikupljanje podataka izravno od posjetitelja

Prioritetno područje 4.2. za strateški cilj 4. „Otporan turizam“: **Unapređenje sustava turističkih zajednica**

Unaprjeđenje sustava upravljanja na svim razinama predstavlja preduvjet otpornog turizma. Područje obuhvaća sveobuhvatni sustav od unapređenja sustava turističkih zajednica (TZ) do preuzimanja novih odgovornosti pojedinih dionika u sustavu.

Fokus se odnosi na unapređenje sustava turističkih zajednica i transformaciju u destinacijske menadžment organizacije (DMO), izmjenu propisa s ciljem reorganizacije sustava TZ na principu DMO i integralnog upravljanja destinacijom, unapređenje sustava upravljanja kvalitetom, kao i sustava izvještavanja te pristupa turističkim podacima i izradu strategije pametnog i održivog turizma na razini destinacija.

Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, turističke zajednice ustrojene su po modelu destinacijske menadžment organizacije. Zakon detaljno propisuje i zadaće i sustav turističkih zajednica. Iako detaljan i sveobuhvatan, Zakon ostavlja prostor za napredak i usklađivanje djelovanja turističkih zajednica s pozitivnim trendovima i kretanjima te najnovijim znanstvenim promišljanjima.

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) destinacijski menadžment definira kao menadžment koordinacije svih onih elemenata koji čine destinaciju (atrakcije, dodatni sadržaji, suprastruktura, pristup, promocija i cijena). Takav sveobuhvatni strateški pristup destinacijskog menadžmenta treba ići u smjeru uspješnog povezivanja svih navedenih elemenata.

Prostor za napredak je svakako u ulozi turističkih zajednica u stvaranju održivog i poticajnog okruženja, što podrazumijeva razvoj proizvoda, strateško planiranje i istraživanje, osiguravanje infrastrukture kao i razvoj ljudskih potencijala, i upravo u tom smjeru će se pristupiti izmjeni zakona. Nastavno na to, jačat će se i uloga lokalne zajednice u procesu donošenja odluka, kroz članstvo u tijelima turističke zajednice, a isto tako i kroz predstavnička tijela građana.

Značajnija uloga turističkih zajednica treba osigurati održivi razvoj osiguravanjem uvjeta da se resursi koriste na održivi način, odnosno da se očuva autentičnost, ekološki i resursni integritet prostora.

Jačat će se uloga turističkih zajednica u ublažavanju pojave prekomjernog turizma. Navedeno je moguće uz određivanje prihvatnog kapaciteta destinacije, sudjelovanje lokalnog stanovništva u kreiranju turističke politike destinacije, modernizaciju i prilagođavanje javne i privatne turističke infrastrukture te prometne i komunalne infrastrukture prihvatnom kapacitetu destinacije te na kraju prikupljanjem i analizom podataka o turističkom prometu u destinaciji uključujući jednodnevne posjetitelje. Prihvatni kapacitet je maksimalan broj turista koji istodobno posjećuju destinaciju bez neprihvatljivog poremećaja fizičke, socio-kulturne i ekonomske okoline, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete i zadovoljstva turista. Obujam prisutnosti turista mora biti prihvatljiv za lokalno stanovništvo i održiv u budućnosti.

Osim toga, pružit će se veća potpora turističkim zajednicama u cilju digitalizacije njihova djelovanja, poticati će se razvoj IT alata za upravljanje destinacijom kao i jačanje digitalizacije u marketingu i promociji.

Unaprijedit će se sustav eVisitor na način da se iz alata za prikupljanje podataka unaprijedi u snažan izvještajni sustav.

Prioritetno područje 4.3. za strateški cilj 4. „Otporan turizam“: Unapređenje sustava praćenja podataka

Preduvjet za donošenje kvalitetnih javnih politika, ali i strateškog planiranja na razini destinacije, svakako je prikupljanje podataka. Sustav satelitskih računa Republike Hrvatske (SAT-ROT RH) održivog turizma stvorit će preduvjete za upravljanje i praćenje razvoja turizma pomoću definiranih pokazatelja održivosti turizma na nacionalnoj i regionalnoj razini. SAT-ROT RH bit će utemeljen na metodološkim okvirima nacionalnog računovodstva i okolišno-ekonomskog računovodstva, čime će doprinijeti boljem razumijevanju međutjecaja turizma i povezanih gospodarskih djelatnosti te turizma i okoliša. Na regionalnoj razini uspostaviti će se sustav regionalnih Satelitskih računa održivog turizma uz dodatak specifičnih obilježja turističke aktivnosti na destinacijskoj razini. Osim međupovezanosti turizma i gospodarstva te turizma i okoliša na nacionalnoj razini, SAT-ROT RH omogućit će i međunarodnu komparaciju i mjerenje napretka održivosti turizma RH. Međunarodna usporedivost postići će se usklađivanjem SAT-ROT RH s konceptima, definicijama, klasifikacijama i računovodstvenim pravilima sustava okolišno-ekonomskog računovodstva (SEEA), metodološkim pristupom izrade SAT-ROT RH koji počiva na Europskom sustavu nacionalnih i regionalnih računa, Europskim ekonomskim računima okoliša te metodologiji UNWTO -a (*World Tourism Organization*).

Osim kroz SAT-ROT RH, brojni temeljni podaci prikupljat će se kroz registre u okviru Hrvatskog digitalnog turizma kao i kroz sustav eVisitor. Kako bi se ti podaci što učinkovitije koristili, razvit će se sustav poslovne inteligencije (BI sustav) – analitički alat kao podrška poduzetnicima u donošenju poslovnih odluka, a javnom sektoru u donošenju odluka pri kreiranju javnih politika.

Uspostavom učinkovitog sustava za prikupljanje i obradu podataka stvorit će se preduvjeti i za uključivanje u EU *tourism data space*, što će omogućiti razmjenu podataka, a time i pristup široj bazi podataka.

Institucionalno će se ojačati suradnja među dionicima koja je ključna za razvoj održivog turizma više dodane vrijednosti.

Prioritetno područje 4.4. za strateški cilj 4. „Otporan turizam“: **Odgovor na promjene trendova i potreba**

Formalnim i neformalnim edukacijama i aktivnostima podizat će se svijest svih dionika (javni sektor, gospodarstvo, zaposlenici, lokalno stanovništvo, turisti) o važnosti održivog turizma u svim njegovim aspektima. Posebno je značajno podizati svijest o značaju uključivosti, pristupačnosti, odgovornom upravljanju svim resursima uključujući ljudske potencijale. Ovime se jača otpornost sustava te istodobno unapređuje kvaliteta destinacije i kvaliteta života lokalnog stanovništva.

Uslijed pandemije i užurbanog načina života, trendovi i potrebe turista mijenjaju se sve brže. Turisti sve više traže održivost, inovativnost i pristupačnost kao i zelenu i digitalnu tranziciju.

U procesu preobrazbe iz „klasičnih“ u pametne turističke destinacije, osim tehnoloških inovacija, neophodno je planirati i razvijati inovativna rješenja na području održivosti turističkih proizvoda i usluga te dostupnosti, odnosno pristupačnost turističkih atrakcija i infrastrukture. Taj proces mora se temeljiti na stvarnim i mjerljivim podacima i indikatorima.

Kako bi se razvoj hrvatskog turizma mogao prilagoditi tako brzim promjenama, provodit će se aktivnosti podizanja svijesti o novim trendovima na razini upravljanja destinacijom kroz uključivanje u umrežavanje, povezivanje, razmjenu najboljih praksi i transfer znanja. Osim toga, poticati će se unapređivanje kompetencija (znanja i vještina) zaposlenih u turizmu, razvit će se programi izobrazbe koji će omogućiti zaposlenima i onima koji se žele zaposliti u turizmu, da se što bolje pripreme na nove procese s kojima su suočeni.

Prioritetno područje 4.5. za strateški cilj 4. „Otporan turizam“: **Jačanje mehanizama za osiguravanje sigurnosti**

Hrvatska je prepoznata kao sigurna destinacija. Kako bi očuvala tu percepciju u uvjetima pandemije i postpandemije, ratnih sukoba te prirodnih nepogoda uslijed klimatskih promjena, poticati će se mjere koje mogu utjecati na sigurnost i otpornost.

Nastavit će se primjenjivati i unaprjeđivati epidemiološki protokoli, prilagođavati pravila za prelazak granice kao i razmjena i praćenje podataka o boravku turista te jasno komunicirati o svemu poduzetom. Osim toga, poticati će se unaprjeđenje sigurnosnih sustava na razini gospodarskih subjekata, destinacija i na nacionalnoj razini (krizno upravljanje, sigurnosni protokoli).

Nastavit će se osiguravanje dodatnih timova medicinske pomoći, osnivanje turističkih ambulanti, osiguravanje boravka stranih policajaca tijekom vršne sezone, poticanje efikasnijeg financiranja civilne zaštite i gorske službe spašavanja.

9. MEĐURESORNA SURADNJA U PROVEDBI STRATEGIJE RAZVOJA ODRŽIVOG TURIZMA DO 2030. GODINE

Složenost turizma kao ekonomske i društvene pojavnosti koja ima dominantan značaj u Republici Hrvatskoj te direktna involviranost turizma u gotovo sve aspekte života i rada, aktiviranje svih raspoloživih resursa zahtijeva iznimnu međuresornu suradnju kako na nacionalnoj razini tako i nižim razinama. Iz navedenog razloga, za uspješnu provedbu strateških ciljeva i prioriteta područja utvrđenih Strategijom potrebna je kako direktna suradnja resora turizma i drugih resora, tako i najšira i kontinuirana međuresorna suradnja i umreženost s ciljem realizacije strateških ciljeva održivog turizma. Dodatno, potrebno je koristiti prednosti snažnijeg uključivanja u međunarodne mreže i asocijacije.

Uz Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske kao glavnog nositelja realizacije Strategije, s obzirom na obuhvat planiranih aktivnosti, iznimnu važnost pri implementaciji imat će suradnja s ostalim nadležnim tijelima državne uprave, županijama, gradovima, općinama i sustavom turističkih zajednica. Složenost turizma kao ekonomske i društvene pojavnosti koja zadire gotovo u sve elemente razvoja zajednice uistinu zahtijeva visoku razinu koordinacije i usuglašavanja kako na nacionalnoj, jednako tako i na regionalnim i lokalnim razinama. Navedeno je posebno značajno za Hrvatsku kao zemlju izrazito ovisnu o turizmu u razvojnom kontekstu. Stoga turizam treba sagledati kao čimbenik integracije i umrežavanja stručnjaka, znanstvenika i administracije iz različitih područja koji svojim djelovanjem doprinose unapređenju turističke ponude Hrvatske i jačanju njegovih pozitivnih utjecaja na društvo, doprinoseći time ukupnom razvoju zemlje.

10. INDIKATIVNI FINANCIJSKI PLAN

Financijski okvir za provedbu ove Strategije sadržan je u **državnom proračunu**, svim izvorima financiranja koji se objedinjuju u državnom proračunu i proračunima koji čine dio proračuna opće države, iz **Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026 (NPOO)**., **Operativnog programa konkurentnosti i kohezije 2021. – 2027. (OPKK)**, **Integriranog teritorijalnog programa 2021. – 2027. (ITP)** te programa **EU fondova**.

Hrvatska će iz 750 milijardi eura vrijednog paketa pomoći za gospodarski oporavak država članica te kroz izmijenjeni **Višegodišnji financijski okvir, odnosno proračun Europske unije za razdoblje 2021. – 2027.**, na raspolaganju imati više od 23,5 milijarde eura (što je preko 40 % godišnjeg BDP-a Hrvatske), što predstavlja snažnu polugu za gospodarski rast i razvoj. Od toga će se dio sredstava odnositi na instrument *Next Generation EU* plana za oporavak i otpornost, čime će se financirati potpora zaposlenicima, malim i srednjim poduzećima, digitalna transformacija te potpore sektorima u potrebi, od turizma do kulture. Više od 30 % sredstava iz plana za oporavak i otpornost trebat će uložiti u niskougljični razvoj radi postizanja klimatske neutralnosti te povećanja otpornosti na klimatske promjene, a oko 20 % u digitalnu tranziciju.

Kroz ključan instrument oporavka, Europski mehanizam za oporavak i otpornost (*Recovery and Resilience Facility*), Hrvatska će dati velike financijske potpore javnim investicijama i reformama za jačanje otpornosti gospodarstva, poticanje zapošljavanja, razvoj vještina, obrazovanje, istraživanje, razvoj i inovacije te jačanje zdravstvenog sustava, javne uprave i financijskog sektora. Ulaganja u navedena područja uskladit će se s višegodišnjim strateškim ciljevima usmjerenima na promicanje gospodarske, društvene i teritorijalne kohezije i konvergencije podržavanjem zelenih i digitalnih prijelaza u obnovi gospodarskog potencijala.

Drugi važan element financijske omotnice dostupne Hrvatskoj jesu sredstva iz **Višegodišnjeg financijskog okvira za razdoblje 2021. – 2027.** u fondovima regionalne politike EU-a, ali i ruralnog razvoja, poljoprivrede i ribarstva te fondovima za sigurnost i migracije. Njima će se još intenzivnije financirati razvojne potrebe Hrvatske i ulagati u strateške ciljeve poput prepoznatljivog, konkurentnog, inovativnog i digitalnog gospodarstva i društva, zelenu i digitalnu tranziciju te ravnomjeran regionalni razvoj. Ta sredstva usmjerit će se i u jačanje kompetencija državne i javne uprave te učinkovitosti pravosuđa, u obrazovanje, demografsku obnovu, zdrav, aktivan i kvalitetan život, razvoj poljoprivrede te u očuvanje kulturne baštine.

Europska Komisija u svibnju 2020. godine donijela je prijedlog plana oporavka tako da on bude održiv, ravnomjeran, uključiv i pravedan za sve države članice te predložila stvaranje novog instrumenta za oporavak pod nazivom EU sljedeće generacije i Višegodišnji financijski okvir za razdoblje 2021. do 2027. godine čime su državama članicama omogućene 1.824 milijarde eura za oporavak svog gospodarstva. Komisija je također objavila prilagođeni program rada za 2020. godinu u kojem će se dati prioritetne radnje potrebne za poticanje oporavka i otpornosti Europe.⁶⁰ U okviru ovih ciljeva zemlje članice EU mogu planirati svoj budući turistički razvoj.

Uz nacionalna sredstva i aktivaciju privatnog kapitala primici iz europskih fondova na temelju financijske dodjele u financijskoj perspektivi 2014. – 2020, kao i oni definirani u novoj financijskoj perspektivi Europske unije 2021. – 2027., čine dio proračunskog potencijala za

financiranje prioriteta ove Strategije. S obzirom na važnost turizma u hrvatskom gospodarstvu, radi se o visokim sredstvima koja imaju značajan razvojni potencijal. Kroz Mehanizam oporavka i otpornosti EU za turizam je Republici Hrvatskoj odobreno 2,2 milijarde kuna. U okviru potkomponente Nacionalnog plana oporavka i otpornosti koja se odnosi na turizam, Ministarstvo turizma i sporta navelo je investicije koje doprinose oporavku, otpornosti te zelenoj i digitalnoj tranziciji turizma. Od 2,2 milijarde kuna čak će 60% sredstava biti namijenjeno poduzetnicima u cilju izravnih ulaganja u privatni sektor, dok će preostali dio biti namijenjen ulaganjima u javnu turističku infrastrukturu.

Prihodi od naknada za koncesije za korištenje turističkog zemljišta i prihodi od prodaje turističkog zemljišta, koji pripadaju Republici Hrvatskoj temeljem Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu neprocijenjenom u postupku pretvorbe i privatizacije, namjenska su sredstva **Fonda za razvoj turizma**, kao Aktivnosti 761044 – Fond za turizam u Razdjelu 090 – Ministarstvo turizma i sporta državnog proračuna Republike Hrvatske. Sredstva Fonda koriste se u svrhu razvoja turističke infrastrukture i očuvanja turističke resursne osnove, prema programu koji donosi ministar nadležan za turizam.

Prema proračunu Ministarstva turizma i sporta od 2022. do 2024. godine kao izvori financiranja za pojedine aktivnosti navedene su: A587055 Konkurentnost turističkog gospodarstva u iznosima od 25 – 25,650 mil. kn, A761044 **Fond za turizam** u iznosu 20,1 mil. kn za sve tri godine i A587001 Turistička promidžba RH koja se transferira **Hrvatskoj turističkoj zajednici** i ulazi u njihov proračun zajedno s njihovim izvornim prihodima. Financijski plan Hrvatske turističke zajednice vezan je za **Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma za razdoblje 2022. do 2026. godine**. Za unapređenje ponude, promociju i ostale marketinške aktivnosti značajna sredstva predviđena su kroz cijeli sustav **turističkih zajednica**.

Investicija „Jačanje održivosti te poticanje zelene i digitalne tranzicije poduzetnika u sektoru turizma“ procijenjene alokacije 1.250.000.000 kn odnosi se na ulaganja poduzetnika u lancu vrijednosti turizma u razvoj turističke ponude veće dodane vrijednosti. Ulaganja će također biti usmjerena na digitalnu tranziciju poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu, posebno kod malih i srednjih poduzetnika u cilju povećanja produktivnosti njihovih poduzeća i boljeg pozicioniranja na turističkom tržištu.

U okviru investicije predviđen je Poziv za dodjelu bespovratnih sredstava za razvoj turističkih proizvoda prihvatljivih za okoliš, učinkovitost resursa te zelenu i digitalnu tranziciju procijenjene alokacije 1.020.000.000 kn. Pritom će se voditi računa o financijskom kapacitetu pojedine jedinice kako bi se omogućilo što veće sufinanciranje iz državnih sredstava jedinicama kojima su sredstva iz državnog proračuna neophodna za financiranje europskih projekata, u skladu s kriterijima koje propisuje Vlada i mogućnostima državnog proračuna. Kako bi se ubrzala provedba europskih fondova, pojednostavnit će se i digitalizirati procedure te uspostaviti sustav upravljanja europskim fondovima po mjeri korisnika. Nastavit će se poticati održivost u provedbi europskih projekata jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave kroz Fond za sufinanciranje provedbe EU projekata na regionalnoj i lokalnoj razini.

Prema **Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021. – 2026. u okviru potkomponente C1.6. Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma u okviru reformske mjere C1.6.**

R1 Povećanje otpornosti i održivosti turističkog sektora procijenjeni je trošak 10.000.000 kn za razdoblje provedbe od veljače 2020. godine do lipnja 2026. godine.

Za reformsku mjeru **C1.6. R1-I1 Regionalna diverzifikacija i specijalizacija hrvatskog turizma kroz ulaganja u razvoj turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti** procijenjeni trošak iznosi 930.000.000 kn za razdoblje provedbe od veljače 2020. do lipnja 2026. godine.

Reformska mjera **C1.6. R1-I2 Jačanje održivosti te poticanje zelene i digitalne tranzicije poduzetnika u sektoru turizma** procjenjuje trošak od 1.250.000.000 kn za razdoblje provedbe od veljače 2020. do lipnja 2026. godine.

U okviru posljednje reformske mjere **C1.6. R1-I3 Jačanje kapaciteta sustava za otporan i održiv turizam** procijenjeni trošak iznosi 10.000.000 kn za razdoblje provedbe od lipnja 2020. do lipnja 2026. godine. Nositelj provedbi svih navedenih reformskih mjera je Ministarstvo turizma i sporta.

Prema **Operativnom programu konkurentnosti i kohezije 2021. – 2027. (OPKK)** planirano je sufinanciranje u iznosu od 80 do 85% ukupne vrijednosti projekata.

Iz tog programa mogu se financirati sljedeći turistički projekti:

- razvoj turističkih proizvoda
- poticanje poduzetnika u turizmu
- promicanje mjera energetske učinkovitosti i obnovljive energije,
- projekti iz zaštite okoliša i prometne infrastrukture,
- razvoj pametnih energetskih sustava,
- promicanje prilagodbe na klimatske promjene, sprečavanja rizika i otpornost na katastrofe,
- promicanje održivog upravljanja vodama,
- jačanje bioraznolikosti, zelena infrastruktura u urbanim sredinama, okoliš i smanjenje zagađenja.

Aktivnosti koje doprinose pojačanom rastu i konkurentnosti MSP-ova, osiguranjem pristupa financiranju MSP-ova za razvoj poslovanja i povećanje konkurentnosti, odnosno za investicije u materijalnu i nematerijalnu imovinu uključujući i obrtna sredstva, posebno u S3 područjima i područjima koja zaostaju u razvoju uključuju:

- Podršku ulaganjima MSP-ova za razvoj održivog turizma koja rezultiraju diverzifikacijom turističke ponude, produljenjem turističke sezone, smanjenjem prekomjernog turizma i većom kvalitetom turističke ponude,
- Podršku digitalizaciji poslovanja MSP u djelatnostima turizma, ugostiteljstva i sporta koja rezultiraju uvođenjem informacijskih i komunikacijskih tehnologija u poslovanje uključujući posredničke online platforme i tehnologije za razvoj novih oblika turističke ponude i upotrebu podataka provodit će se kao horizontalna aktivnost prilikom pružanja podrške MSP-ovima za razvoj održivog turizma. Alokacija: **690 milijuna kuna.**

Integrirani teritorijalni program 2021. – 2027. (ITP) fokusiran je na teritorijalni razvoj koji posebno adresira potrebe regionalne i lokalne razine, osobito:

- održivo regionalno gospodarstvo (510 mil. €)
- poticanje zelene tranzicije potpomognutih i brdsko planinskih područja (61 mil. €)

- unaprjeđenje biciklističke infrastrukture u potpomognutim područjima (16 mil. €)
- povećanje pristupačnosti socijalne, zdravstvene i obrazovne infrastrukture uz turističku revitalizaciju potpomognutih i brdsko planinskih područja (269 mil. €)
- razvoj urbanih područja kao pokretača regionalnog rasta i razvoja te održivi i zeleni razvoj otoka (830 mil. €)
- fond za pravednu tranziciju (180 mil. €)

Ukupna visina proračuna za financiranje svih provedbenih mehanizama bit će poznata nakon završetka pregovora s Europskom komisijom te nakon usklađenja s ostalim nadležnim ministarstvima. Određeni mehanizmi zahtijevaju definiranje pitanja poput obveznog minimalnog ili maksimalnog financiranja određenih mjera, stope sufinanciranja i drugih relevantnih elemenata.

⁶⁰ https://europa.eu/next-generation-eu/index_hr

11. OKVIR ZA PRAĆENJE I VREDNOVANJE

Uspješnost provedbe Strategije pratit će se na razini ostvarenja strateških ciljeva do 2030. godine te izvještavati kroz prikupljanje, analizu i usporedbu pokazatelja kako je definirano Pravilnikom o strateškom planiranju.

Kako bi ključni nositelji strateškog planiranja te šira javnost bili informirani o statusu provedbe Strategije, predviđen je proces pravovremenog i redovnog izvješćivanja. Ministarstvo turizma i sporta svake će godine tijelu nadležnom za koordinaciju cjelokupnog sustava strateškog planiranja i upravljanja razvojem Republike Hrvatske dostavljati izvješće o provedbi strateških ciljeva i ostvarenju pokazatelja učinka iz Strategije.

Strategija podliježe postupku vrednovanja tijekom izrade, tijekom provedbe i nakon provedbe.

Postupak vrednovanja Strategije je neovisna usporedba i ocjena očekivanih i ostvarenih rezultata, ishoda i učinaka provedbe Strategije. Rezultati, ishodi i učinci utvrđeni postupkom vrednovanja predstavljaju temelj za reviziju javnih politika i daljnje procese strateškog planiranja.

Vrednovanje tijekom izrade Strategije provedeno je kako bi se osiguralo neovisno stručno mišljenje da je Strategija u što većoj mjeri relevantna i koherentna te su zaključci ovog vrednovanja integrirani tijekom izrade same Strategije.

Vrednovanje tijekom provedbe Strategije provest će se tijekom 2026. godine kako bi se utvrdili nedostaci u provedbi te slijedom toga, u skladu s nalazima vrednovanja, poduzeli potrebni koraci ukoliko su potrebne njezine izmjene.

Tijekom 2031. godine je predviđeno vrednovanje Strategije u okviru kojeg će se sažeto ocijeniti cjelokupni učinak Strategije, odnosno njezina djelotvornost i učinkovitost.

Prilog 1. Analiza scenarija

1. Uvod

Analiza scenarija sastavni je dio procesa izrade *Strategije razvoja održivog turizma za razdoblje do 2030. godine* (u daljnjem tekstu: Strategija).

Izrada Strategije dio je reformskih procesa koje je pokrenulo Ministarstvo turizma i sporta u cilju sveobuhvatne reforme sustava upravljanja kojim se želi uspostaviti sveobuhvatan i učinkovit okvir, organizacijski i pravni, za upravljanje razvojem održivog turizma.

Strateško usmjerenje postavljeno je Nacionalnom razvojnom strategijom do 2030. godine, koja kao jedan od ciljeva ima i razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma.

Izradu Strategije prati i *Strateška procjena utjecaja na okoliš* (u daljnjem tekstu: SPUO) čiji će se zaključci/preporuke i odabir scenarija ugraditi u Strategiju. SPUO je usmjerena na zaštitu prirode i svih sastavnica okoliša, utjecaj, prilagodbu i jačanje otpornosti turizma i povezanih sektora na klimatske promjene. Izradom SPUO obuhvatit će se i odnos s drugim strategijama, planovima i programima, a posebno sa *Strategijom energetskog razvoja RH do 2030. godine s pogledom na 2025. godinu* i *Integriranim nacionalnim energetskim i klimatskim planom za RH za razdoblje od 2021. do 2023. godine*.

Kao srednjoročni strateški dokument, izradit će se i *Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine*.

Uz Strategiju, koja će odrediti ciljeve i mjere potrebne za ostvarenje tih ciljeva, reforma će obuhvaćati i

- mapiranje sustava turizma te izradu znanstvenih podloga i analiza kao temelj za upravljanje javnim politikama kroz:
 - izradu *Sustava Satelitskih računa održivog turizma* u okviru kojeg je predviđeno i definiranje indikatora održivosti turizma te izradu regionalnih satelitskih računa održivog turizma Hrvatske,
 - uspostavu IT alata za prikupljanje podataka kao nadogradnje već postojećeg sustava e-turizma koji će omogućiti redovito prikupljanje i analizu podataka od svih dionika u sustavu,
- izradu Zakona o turizmu koji će predstavljati okvir za praćenje i razvoj turizma.

Analiza scenarija predstavlja proces strateške ocjene potencijalnih alternativnih budućnosti i njihova utjecaja na hrvatski turizam te čini podlogu za određivanje razvojnih smjerova, ciljeva i mjera u Strategiji. Analiza scenarija ujedno predstavlja i podlogu za pokretanje investicija iz Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026. godine (u daljnjem tekstu: NPOO) jer će pozivi u okviru provedbe NPOO biti u funkciji ostvarenja vizije održivog razvoja turizma.

Poseban naglasak Analiza scenarija stavlja na utjecaj turizma na okoliš i klimatske promjene, kao i utjecaj klimatskih primjena na turizam. Izazovi i smjernice su stoga razmatrani u skladu s relevantnim europskim direktivama i preporukama te sukladno nacionalnoj regulativi, a osobito s:

- Direktivom 92/43/EEZ o zaštiti prirodnih staništa i divljih biljnih i životinjskih vrsta (SL L 206, 22. 7. 1992.),
- Direktivom 2009/147/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 30. studenoga 2009. o očuvanju divljih ptica (SL L 20, 26. 1. 2010.),

- Direktivom 2000/60/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. listopada 2000. o uspostavi okvira za djelovanje Zajednice u području vodne politike (SL L 327, 22. 12. 2000.),
- Direktivom 2008/98/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 19. studenoga 2008. o otpadu i stavljanju izvan snage određenih direktiva (SL L 184, 11. 7. 2015.).

Također su u obzir uzeti i međunarodno obvezujući propisi, a osobiti konvencije koje se tiču klimatskih promjena i mora (Okvirna konvencija Ujedinjenih naroda o klimatskim promjenama, Konvencija o zaštiti morskoga okoliša i obalnog područja Sredozemlja – Barcelonska konvencija).

Osim toga, Analiza scenarija razmatra i doprinos razvoja održivog turizma u svrhu ostvarenja zelene tranzicije u RH u skladu s razvojnim ciljevima s Nacionalnom razvojnom strategijom 2030., ali i ciljevima Zelenog plana za Europu i dokumentima proizišlima iz njega, uvažavajući pritom podjednako sve aspekte održivosti turizma – okolišni, društveni i ekonomski.

U obzir su uzete EU, međunarodne i nacionalne preporuke i primjeri dobre prakse, kako bi se sveobuhvatno i učinkovito pristupilo transformaciji RH turizma k održivosti.

U sve faze izrade Analize scenarija uključeni su ključni dionici turističkog sektora, predstavnici tijela državne vlasti i jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, predstavnici civilnog društva te znanstvenici i stručnjaci za pojedina područja. Identifikacija ključnih izazova te sagledavanje alternativnih budućnosti temeljena je na provedenim analizama, kao i na primarnim istraživanjima stavova lokalnog stanovništva.

2. Identifikacija ključnih izazova povezanih s razvojem održivog turizma

U sklopu procesa izrade Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine provedena je analiza postojećeg stanja temeljem koje je identificirano deset ključnih izazova hrvatskog turizma:

- 1) vremenska i prostorna neujednačenost,
- 2) utjecaj turizma na okoliš i prirodu,
- 3) međuodnos turizma i klimatskih promjena,
- 4) prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu,
- 5) kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva,
- 6) nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti,
- 7) neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta,
- 8) nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje,
- 9) nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir,
- 10) utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista.

Za bolje razumijevanje te potrebe daljnje analize scenarija svaki izazov ukratko je opisan u nastavku:

1. Vremenska i prostorna neujednačenost

- RH ima najvišu sezonalnost turističkog prometa među usporedivim mediteranskim zemljama (84 % prometa u 4 ljetna mjeseca).
- U 4 ljetna mjeseca RH ima najvišu prosječnu opterećenost prostora među usporedivim mediteranskim zemljama (+41 % noćenja po m²), uz veliki nesrazmjer u geografskoj distribuciji (92,5 % ukupnih postelja u Jadranskoj RH).

- Turistički potencijal Hrvatske, osim priobalnog područja, nedostatan je iskorišten. Neujednačenost rezultira niskom iskorištenošću smještajnih kapaciteta tijekom većeg dijela godine, negativnim okolišnim (ekosustav) i sociokulturnim učincima (rast troškova života za stalne stanovnike lokalne zajednice). Dugoročno, izrazita sezonalnost razvoja hrvatskog turizma povećava izloženost i ranjivost hrvatskog turizma krizama (pandemija, geopolitička situacija), a ujedno rezultira i negativnim učincima povezanim s klimatskim promjenama (rast razine mora, rast temperature, nedostatak pitke vode...).

2. Utjecaj turizma na okoliš i prirodu

- Hrvatska je trenutno po Environmental Performance Index (EPI) pokazatelju na 34. mjestu, što ukazuje na značajnu potrebu za daljnjom prilagodbom. U skladu s EU i nacionalnim zakonodavstvom, učinkovitije upravljanje otpadom te podizanje stupnja pročišćavanja otpadnih voda, kao i rast energetske učinkovitosti u turizmu te ravnomjernija razvijenost prometne infrastrukture destinacija, mogu znatno pridonijeti smanjenju ugljičnog intenziteta gospodarstva, očuvanju resursa i prirodnog kapitala te posljedično unaprjeđenju kvalitete života lokalnog stanovništva.
- Korištenje zemljišta i s tim u vezi integralno upravljanje obalnim područjem jedno je od najvećih izazova turističkog sektora. Strategija prostornog razvoja RH prepoznala je potencijal dunavske regije za razvoj posebnih oblika turizma, čime bi se osnažila njena gospodarska konkurentnost, smanjilo opterećenje na priobalno područje i posljedično doprinijelo ublažavanju sezonalnosti hrvatskog turizma.
- U Hrvatskoj je ovisnost turizma o prirodnim resursima vrlo visoka, što dokazuje i istraživanje TOMAS – stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 2019. prema kojem za 86 % turista koji dolaze u Republiku Hrvatsku na odmor u Jadransku Hrvatsku, najvažniji motiv dolaska je more (81,5 %) i priroda (56,2 %), dok je turistima koji dolaze u Kontinentalnu Hrvatsku najvažniji motiv priroda (31,7 %). To rezultira rastom opterećenja na morske ekosustave (od iznenadnih onečišćenja morskog okoliša do otpada i buke u moru), kao i sve izraženijim pritiscima na bioraznolikost. Obalna staništa posebice su ugrožena zbog izgradnje, nasipavanja, komunalnog otpada, te raznih rekreacijskih aktivnosti. Dodatno, naselja posidonije su iznimno ugrožena zbog sidrenja. Intenzivan rast posjetitelja prijatna je turističkim destinacijama Hrvatske, osobito područjima mreže NATURA 2000 te područjima ostalih 9 nacionalnih kategorija zaštite, u kojima se zasad uspješno provode mjere očuvanja ugroženih vrsta i stanišnih tipova u skladu sa zahtjevima zakonodavstva Europske unije. Iako se u području politike morskog okoliša uspješno poduzimaju mjere za postizanje ili održavanje dobrog stanja morskog okoliša, o čemu svjedoči i činjenica da je Hrvatska u samom vrhu europskih zemalja po kvaliteti mora na morskim plažama, visoka sezonalnost hrvatskog turizma može dugoročno ugroziti taj status.
- Usklađena vodna politika vodi računa o osjetljivosti vodnih ekosustava, kao i o kvaliteti voda. Ipak, opterećenje vodnih resursa očituje se kroz značajno povećanje potreba za pitkom vodom u ljetnim mjesecima turističke sezone, tj. u razdoblju hidroloških minimuma, osobito na jadranskom vodnom području.
- Nekontrolirani razvoj turizma vezuje se i za rast količine otpadnih voda, osobito u jadranskom vodnom području. Sezonalni karakter turizma na jadranskoj obali u velikoj mjeri utječe na uvjete i način razvoja javne odvodnje aglomeracija jadranskog vodnog područja. Dodatno je opterećenje proizvodnja mulja iz uređaja za pročišćavanje otpadnih voda, budući da su u turističkim područjima sezonske varijacije u proizvodnji mulja značajan izazov.

- Udio otpada od turizma u proizvedenoj količini komunalnog otpada iznosi oko 9 % i raste u svim županijama (HR NUTS 3) paralelno s porastom turističkog prometa.

3. Međuodnos turizma i klimatskih promjena

- Prema istraživanju TOMAS HRVATSKA 2019, 60 % turista u Hrvatsku dolazi automobilom, a 20 % avionom. Oba tipa prometa vezuju se za više razine emisija stakleničkih plinova, što je bitno sagledati u kontekstu planiranja smanjenja doprinosa turizma daljnjem razvoju klimatskih promjena kroz prizmu scenarija daljnjeg razvoja turizma.
- Turizam je izrazito „resursno intenzivna“ djelatnost, te ima tendenciju generiranja negativnih učinaka na okoliš i prirodne resurse.

Prilagodba turističkog sektora predstavlja ključan izazov jer zahtijeva izraziti multidisciplinarni pristup i učinkovitiju suradnju s konkretnim rezultatima kako na nacionalnoj tako i na lokalnim i regionalnim razinama karakterističnih klimatskih obilježja.

- Značajni su pritisci na morske ekosustave, primarno zbog opterećenja s kopna, ali i s mora uslijed aktivnosti nautičkog turizma. Od značajnih opterećenja na ostale prirodne resurse evidentan je i utjecaj na krška područja. Količine otpada iz turizma kontinuirano su u porastu.

4. Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu

- Prema indeksu DESI 2020 Hrvatska je rangirana na 20. mjestu od 28 promatranih država EU. Global Soft power indeks 2020. rangira Hrvatsku na 43. poziciju, a za 2021. godinu Hrvatska je na toj ljestvici na 49. mjestu promatranih država.
- Nedovoljna prilagodba tehnološkim promjenama može dovesti do pada konkurentnosti, osobito u pogledu korištenja promotivnih i prodajnih kanala.
- Novi trendovi pokazuju da turisti sve više očekuju primjenu digitalnih sadržaja.
- Nedovoljno korištenje ili nedostatak alata za analize podataka o turističkim kretanjima i navikama turista znatno umanjuju mogućnost pravovremenog odgovora na potrebe i potražnju a time dovode do smanjenja konkurentnosti.

5. Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva

- Turizam predstavlja 11,4 % izravnog udjela u BDP-u RH, ali se za njega vežu i brojne druge gospodarske djelatnosti, stoga se ukupan (direktni i indirektni) udio turizma kreće na razini od 19,5 % BDP-a (2019.), što je najveći udio u odnosu na druge države članice EU-a. Udio izravno zaposlenih u turizmu iznosi 8,2 % (2019.).
- Sezonska zaposlenost je velik problem budući da stvara nesigurnost i nemogućnost planiranja osoba zaposlenih u manjem dijelu godine.
- Visoka sezonalnost stvara neodrživost velikog dijela poslovnih modela i investicijskih planova te otežano zapošljavanje i mogućnost otvaranja stalnih radnih mjesta.
- Preopterećenost komunalne infrastrukture u visokoj sezoni dovodi do njezinog slabijeg funkcioniranja te smanjenja kvalitete života lokalnog stanovništva.
- Visoke cijene života i stanovanja dovode do raseljavanja određenih gradova.
- U najvećoj mjeri percipiraju negativne učinke turizma (rezultat istraživanja, ocjena: 3,59 od 5) povezane s preopterećenošću turističke destinacije, povećanjem troškova života, rastom cijena nekretnina, prometnim problemima i ugroženošću prostora zbog nekontrolirane izgradnje.
- Nedostatna uključenost lokalnog stanovništva u lance vrijednosti u turizmu.

6. Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti

- Sezonalnost turističkog prometa nepovoljno utječe na sigurnost radnih mjesta u turizmu.
- U djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hranom 2009. godine udio zaposlenih u ukupnom broju zaposlenih iznosio je 5,8 % dok je 2019. u istoj djelatnosti bilo zaposleno 8,2 %⁶¹, od ukupnog broja zaposlenih.
- Visoka potražnja za radnom snagom u turizmu rezultira time da nedostaje velik broj zaposlenika, što potvrđuje i podatak da je u 2019. godini nedostajalo 42.927 radnika.
- Nekonkurentnost na tržištu rada u turizmu i nekonkurentnost ljudskih potencijala u RH u 2019. godini bila je izrazita, osobito uzevši u obzir da RH zauzima 103. mjesto od 140 zemalja – pad za 23 mjesta u odnosu na 2015. godinu⁶².
- Kvaliteta i kvalifikacije radne snage u turizmu ne odgovaraju na potrebe tržišta rada.

7. Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta

- Obiteljski/privatni smještaj (eng. *short term vacation rentals*) predstavlja 61 %⁶³ ponude te raste najvećom prosječnom godišnjom stopom rasta (4,5 %) u odnosu na ostale vrste smještajnih kapaciteta.
- Udio noćenja u hotelima u Hrvatskoj je 2–3 puta manji u usporedbi s drugim EU destinacijama na Mediteranu.
- Veliki je nesrazmjer ponude smještajnih kapaciteta između kontinentalnog i priobalnog dijela Hrvatske.

8. Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje

- RH ima nepovoljno i nekonkurentno poslovno investicijsko okruženje (prema WEF T&T indeksu konkurentnosti, u kontekstu poslovnog okruženja, RH se u 2019. godini nalazila na 123. od 140 globalnih tržišta).
- U odnosu na druge mediteranske zemlje, razina investicija zaostaje 2,5 – 5 puta.
- Niži povrat ulaganja kod izgradnje novih smještajnih kapaciteta visoke dodane vrijednosti u turistički razvijenim područjima.
- Relativna nezainteresiranost privatnih ulagača za ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju.

9. Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir

- Nedostaje okvir za praćenje i analizu podataka o relevantnim pokazateljima turističke održivosti koji mogu utjecati na postupak donošenja odluka te investicija.
- Neučinkovita kontrola provedbe zakonom propisanih odredbi i nerealizacija mjera i aktivnosti utvrđenih strateškim dokumentima dovodi do sporadične pojave degradacije okoliša.
- Kompleksnost zakonodavnog okvira utječe na investicije i poslovanje u turizmu.
- Visoka fragmentacija resursa (proračuna) u sustavu turističkih zajednica ne doprinosi upravljanju destinacijama.

10. Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista

- Posljednja dva desetljeća obilježio je niz globalnih i regionalnih kriza i šokova različitih tipova (klimatske, geopolitičke, financijske, zdravstvene).
- Pandemija virusa COVID-19 ukazala je na potencijalne rizike hrvatskog turizma (64 %-tni pad u dolascima 2020./2019. godine) te na potrebu proaktivnog planiranja kako bi se povećala otpornost destinacije u slučaju novih kriznih situacija.

- Krize izazivaju promjene na razini cijelog sustava turističke ponude i potražnje, a nedostatak prikladnog modela upravljanja umanjuje mogućnost uspješnog odgovora i prilagodbe na promjene. U kontekstu utjecaja trenutne pandemije na promjene u potrebama i ponašanju turista, istraživanje je pokazalo kako je za 86 % ispitanika važno da u destinaciji nema rizika od kriminala i terorizma, odnosno rizika od bolesti za 81 % ispitanika. Pozitivno je što prema istom istraživanju, 66 % ispitanika smatra Hrvatsku sigurnom zemljom.
- Značajna je i promjena ponašanja turista, koji sve veće zanimanje pokazuju za ekologiju, aktivnosti na otvorenom te mogućnost fizičkog distanciranja, što za posljedicu može imati i veća opterećenja na prirodna područja, a osobito na zaštićena područja prirode (mreža NATURA 2000 i područja u 9 kategorija nacionalne zaštite prirode).

3. Primarni utjecaj identificiranih izazova na održivost

Analiza scenarija poseban fokus stavlja na održivost, odnosno na njena 3 ključna aspekta – ekonomski, društveni i okolišno-prostorni. Kao polazišna točka za ocjenu njihova kretanja kroz alternativne budućnosti, analizira se povezanosti pojedinih izazova sa spomenuta 3 aspekta održivosti.

Tablica 1: Povezanost izazova s utjecajem na održivost

Izazovi		Primarni utjecaj na održivost		
		Ekonomsku	Društvenu	Okolišno-prostornu
1	Vremenska i prostorna neujednačenost			
2	Utjecaj turizma na okoliš i prirodu			
3	Međuodnos turizma i klimatskih promjena			
4	Ubrzane tehnološke promjene u turizmu			
5	Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva			
6	Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti			
7	Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta			
8	Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje			
9	Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir			
10	Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista			

Vremenska i prostorna neujednačenost značajno utječe na okolišnu dimenziju održivosti. Pojedini dijelovi Jadranske Hrvatske opterećeni su tijekom ljetnih mjeseci visokim pritiskom turizma, što rezultira velikom opterećenošću prostora i povećanjem onečišćenja okoliša. U dijelovima godine kada turisti ne posjećuju te destinacije infrastruktura je neiskorištena što rezultira gubicima. Neujednačenost je povezana i s društvenom održivošću, osobito zbog rasta troškova života za lokalne zajednice u kojima je turizam razvijeniji, ali i sezonskim poslovima

koji ne mogu osigurati kvalitetan život. Vremenska i prostorna neujednačenost čini hrvatski turizam podložnijim raznim negativnim utjecajima što utječe na gospodarsku i društvenu održivost. Nadalje, visoka sezonalnost turizma rezultira rastom oportunitetnog troška povezanog s potencijalnim razvojem drugih, cjelogodišnjih djelatnosti, a sukladno tome i suboptimalnim korištenjem resursa u kontekstu integralnog regionalnog razvoja.

Utjecaj turizma na okoliš i prirodu

Turizam generira učinke na okoliš i prirodu, a naročito na vrste i staništa zaštićenih područja atraktivnih za posjetitelje. Prostor, osobito u priobalju Hrvatske, kao i količine pitke vode, čist zrak, plodno tlo i bioraznolikost ograničeni su prirodni resursi. Negativni trendovi u resursnoj učinkovitosti uz povećavanje emisija u zrak, tlo, vode i more mogli bi narušiti kvalitetu života i prirodnu ravnotežu ekosustava, ali i temelje funkcioniranja gospodarstva, pa tako i turizma kao njegove važne grane. Utjecaj turizma na okoliš i prirodu, povezan je i s aspektom ekonomske i društvene održivosti. Opterećenja na morske ekosustave, pa posljedično i opadanje bioraznolikost utječe na gospodarski razvoj, ali i na društvo. Gubitak bioraznolikosti i opadanje usluga ekosustava može imati izravne učinke na zdravlje ljudi, ali i utjecati na osiguravanje izvora prihoda. Kako je resursima potrebno učinkovitije upravljati tijekom čitavog životnog ciklusa, od ekstrakcije, transporta, proizvodnje i potrošnje, pa sve do održivog gospodarenja otpadom, negativni trendovi rasta otpada iz turizma predstavljaju jedan od ključnih izazova Hrvatske.

Međuodnos turizma i klimatskih promjena potrebno je promatrati kroz prizmu doprinosa ove djelatnosti emisijama stakleničkih plinova te utjecaja klimatskih promjena na turistički sektor. Glavnina emisija stakleničkih plinova koje generira turizam dolaze iz cestovnog prometa, osobito u vodećim urbanim turističkim središtima. S druge strane, utjecaj klimatskih ekstrema poput suše i poplava imaju značajan utjecaj na turističku infrastrukturu i turističke aktivnosti. S tim u vezi, prilagodba turističkog sektora predstavlja ključan izazov jer zahtijeva izraziti multidisciplinarni pristup i učinkovitiju suradnju s konkretnim rezultatima kako na nacionalnoj tako i na lokalnim i regionalnim razinama karakterističnih klimatskih obilježja. Izostanak pravovremenih aktivnosti i planiranja može rezultirati jačanjem negativnih učinaka te njihovim prelijevanjem u sferu gospodarskog i razvoja društva u cjelini.

Ubrzane tehnološke promjene u turizmu primarno utječu na ekonomsku održivost. RH se treba pripremiti na snažniju primjenu suvremenih informacijskih i digitalnih tehnologija u turizmu, na razini turističke destinacije i poslovnih subjekata. Imajući u vidu potrebe suvremenih turista i sve veću usmjerenost na digitalne tehnologije u procesu – od izbora destinacija na temelju informacija s društvenih mreža, do platformi za rezervaciju smještaja, kao i važnosti dostupnosti i kvalitete mreže pri izboru destinacije i smještaja, izvjesno je da usporavanje navedenog procesa može rezultirati padom turističkog prometa, a posljedično i padom prihoda od turizma, produktivnosti i profitabilnosti. Digitalizacija osobito pozitivno može utjecati na okolišnu i prostornu održivost kroz upravljanje turističkim tokovima, osobito u preopterećenim destinacijama. Posebno je važno osigurati ubrzavanje procesa digitalizacije u kontekstu utjecaja pandemije. Digitalna transformacija omogućava analizu podataka o turističkim kretanjima i navikama turista, uslijed toga mogućnost predviđanja trendova, a time i veću konkurentnost.

Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva važan su dio društvenog elementa održivosti. Turizam pozitivno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva osobito kroz pristup sadržajima, priliku za zapošljavanje i pristupačnost te priliku za proizvodnju i pružanje

usluga u turizmu. Učinci poput povećanja troškova života uslijed turističkog razvoja, rasta troškova nekretnina, stvaranja fenomena gradova-muzeja koji su ispunjeni sadržajem samo tijekom sezone kao i opterećenosti prostora u turističkoj sezoni, prometnih problema, nekontrolirane izgradnje koja negativno djeluje na ovaj element održivosti.

Izazov nedostatnih ljudskih potencijala u brojnosti i kvaliteti najviše će se reflektirati na ekonomsku i društvenu dimenziju održivosti. Sezonalnost turizma u RH nepovoljno utječe na sigurnost radnih mjesta u sektoru, čime se potiče fluktuacija dijela radne snage u druge djelatnosti. Očekuje se da će u budućnosti zbog nepovoljnih demografskih kretanja i migracijskih procesa izazovi povezani s radnom snagom biti još više izraženi.

Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta. Nekontroliran rast smještaja koji uglavnom posluje u jednom dijelu godine (sezonalni smještaj) stvara sve veći pritisak na prostor (okolišno-prostorna održivost), generira prihod po noćenju manji od usporedivih zemalja i generalno umanjuje konkurentnost hrvatskog turizma (ekonomska održivost) te smanjuje ukupan doprinos turizma cijelom gospodarstvu.

Izazov nepovoljnog poslovnog i investicijskog okruženja utječe primarno na ekonomsku održivost. Zbog sporosti i kompleksnosti reakcije sustava na pripremu investicija, ekonomska dimenzija održivosti najviše je ugrožena. Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje je među glavnim ograničenjima za promjenu strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta.

Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir ima primaran utjecaj na socio-ekonomsku i okolišno-prostornu održivost. Zbog neučinkovite kontrole provedbe zakonom propisanih odredbi i nerealizacije mjera i aktivnosti utvrđenih strateškim dokumentima u području integracije turizma i okoliša dolazi do sporadične pojave degradacije okoliša, čime se ugrožava okolišni element održivosti. Nedostatnost zakonodavnog i upravljačkog okvira u socioekonomskoj sferi održivosti turizma utječe na nedovoljnu realizaciju potencijala turizma (usko povezano s izazovom nepovoljnog poslovnog i investicijskog okruženja), odnosno smanjenja konkurentnosti hrvatskog turizma te izazova u pogledu pomanjkanja ljudskih resursa.

Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista primarno djeluju na ekonomsku održivost. Krize poput Domovinskog rata u prošlosti i pandemije bolesti COVID-19 dovode do potpunog ili djelomičnog prekida obavljanja turističke djelatnosti. Utjecaj snažnih kriza potiče promjene u turističkoj potražnji, ali i dostupnosti turističkih proizvoda. Istraživanja ponašanja posjetitelja u uvjetima trenutne pandemije ukazuju na jačanje značaja odgovornosti i održivosti u procesu odabira destinacija i kupnji proizvoda. Kao dugoročni trend posebno je potrebno adresirati potrebe i navike pripadnika takozvanih generacija Y i Z, koje prema brojnim istraživanjima prokazuju višu razinu ekološke osviještenosti. Ignoriranje preferencija turista može se na srednjoročni i dugi rok negativno odraziti na ekonomsku održivost zbog pada potražnje.

4. Analiza scenarija

4.1. Ključni koraci i elementi analize scenarija

Analiza scenarija razvoja hrvatskog turizma napravljena je kroz četiri ključna koraka:

1. Prikupljanje ključnih elemenata za analizu scenarija,
2. Formiranje scenarija alternativnih budućnosti,
3. Procjena utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma,
4. Identifikacija smjernica za „Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine”.

U prvom koraku fokus je bio na stvaranju podloga za definiranje različitih scenarija alternativnih budućnosti. Uključeni su ključni dionici, održane su radionice ekspertnih timova MINTS-a i izrađivača Strategije, provedena je anketa s radnom skupinom, analizirana je relevantna literatura i ostali izvori relevantnih podataka. Cilj je bio identificirati konzervativni scenarij razvoja turizma (bazni scenarij) te identificirati predstavlja li pojedina varijabla (lokalni izazov i/ili globalni trend) primarnu determinantu koja će utjecati na razvoj hrvatskog turizma.

Najvažniji nalazi u prvom koraku:

- Identificiran je konzervativan rast noćenja od 1 do 3 % godišnje kao bazni scenarij razvoja. Rezultati ankete radne skupine i ekspertne procjene ukazali su na konzervativni rast kao najizgledniju opciju baznog razvojnog scenarija. Primarni argumenti vežu se na povijesnu otpornost turizma od kriza, procjene oporavka relevantnih institucija (npr. UNWTO predviđa potpuni oporavak svjetskog turizma na razinu iz 2019. godine u narednih 2,5 do 4 godine) kao i na činjenicu da je 2019. godina već ukazala na manje stope organskog rasta.
- Unutar globalnih trendova nije pronađena primarna determinanta razvoja
 - Uvid u globalne trendove nije ukazao na određeni posebno istaknut trend koji može služiti kao determinanta za oblikovanje alternativnih budućnosti. U kontekstu trendova koji mogu predstavljati ozbiljan problem za razvoj turizma dominantno je istaknuta problematika nedostatka radne snage.
- Unutar lokalnih izazova nije pronađena primarna determinanta razvoja
 - Svi identificirani lokalni izazovi ukazali su na značajne barijere razvoja hrvatskog turizma po principima organskog rasta, no u ovom trenutku nije moguće istaknuti poseban izazov koji će usmjeravati njegov razvoj, s obzirom na visoku razinu međusobne korelacije. Problematika je podjednako prioritizirana, uz djelomično veći naglasak na problem trenutne strukture smještaja u turistički razvijenim područjima Jadranske Hrvatske, nedostatka smještajnih kapaciteta u turistički slabije razvijenim područjima Jadranske Hrvatske te u svim područjima u ostalim NUTS 2 regijama.
- Utvrđen je pristup scenarij analizi po principu kontinuiranog, najboljeg i najgoreg ishoda
 - S obzirom na visoku razinu neizvjesnosti alternativnih budućnosti kroz primjere dobrih internacionalnih praksi identificirana je najveća primjenjivost „jednostavnih strateških“ scenarija (pozitivan „best-case“, kontinuitet „baseline“ i negativan „worst-case“) koji uslijed neizvjesnosti moraju biti fokusirani na formiranje širokih strateških okvira. Takvi scenariji izbjegavaju fokusiranje na konkretan izazov, već se primarno vežu na intenzitet i smjer razvoja, a samim time i kretanje povezanih varijabli u navedenim scenarijima. Ključni princip takvog planiranja je pretpostavka simulacije varijabli bez dodatnih intervencija države (izvan današnjih okvira).

4.2. Formiranje scenarija alternativnih budućnosti

Na temelju nalaza iz prvog koraka i kreiranog okvira za izradu scenarija, u drugom koraku procesa definirana su 4 scenarija alternativnih budućnosti koje je relevantno promatrati iz strateške perspektive:

- **Scenarij 1: Negativan scenarij (pad intenziteta),**
- **Scenarij 2: Negativan scenarij (rast intenziteta),**
- **Scenarij 3: Bazni scenarij,**
- **Scenarij 4: Pozitivan scenarij.**

Tablica 2: Definirani scenariji alternativne budućnosti

Scenarij	Opis
Negativan scenarij (pad intenziteta)	- Kratkoročni do srednjoročni pad intenziteta turističkih noćenja neovisno o njegovu uzroku. Turistički promet odstupa od ciljanih vrijednosti iz 2019. godine. - Intenzitet u sezoni se smanjuje, što generira nedostatak potražnje za mnoge objekte i ostatak lanca vrijednosti (transport, OPG-ovi, suvenirnice i sl.) – prihod generiran od turizma se smanjuje. - Velik dio projekata pokazuje se neisplativim za razvoj (smanjuje se atraktivnost novih investicija) – razvoj i nove investicije su ograničene. - Ulaganja u tehnološke promjene zelene i digitalne tranzicije su zanemarena. - Velik dio smještajnih objekata niske dodane vrijednosti se zatvara (pogotovo u domeni kratkoročnog najma). - Značajan pad kvalitete života stanovnika u turistički razvijenim destinacijama zbog visoke ovisnosti prihoda o turizmu, kao i pad prihoda stanovništva koje se sezonski zapošljava u turizmu. - Zbog smanjenja broja poslovnih prilika veća je opasnost od iseljavanja, osobito na otocima. - Smanjuje se pritisak na javnu, turističku infrastrukturu, destinacijski prostor (posebno prirodne resurse) te se generiraju manje količine otpada. - Zbog smanjenja negativnog utjecaja prometa i emisija iz smještajnih objekata stagniraju emisije stakleničkih plinova. - Nepovoljna ekonomska situacija, koja je između ostaloga posljedica pada prihoda iz turizma, usporava kapitalne projekte prilagodbe klimatskim promjenama (koji su mahom infrastrukturne višegodišnje prirode), što dugoročno predstavlja izrazitu prijetnju daljnjem razvoju turizma.
Negativan scenarij (rast intenziteta)	- Nastavlja se intenzivan rast broja noćenja (po stopi rasta ili većoj nego u razdoblju 2015. – 2018. godine). - Prihod od turizma u cjelini raste, ali se prihod po noćenju smanjuje. - Smještajna struktura prati financijsku logiku te nastavlja svoj razvoj prema sezonalnom smještaju niže dodane vrijednosti što dalje povećava sezonalni model turizma. - Problem ljudskih potencijala i potreba za niskokvalificiranom radnom snagom dodatno se pojačava zbog masovnosti turizma. - Nema značajnog iskoraka u smislu stvaranja proizvoda više dodane vrijednosti, što se posljedično odražava na razvoj percepcije Hrvatske kao destinacije niske dodane vrijednosti. - Sve je veći pritisak na turističku infrastrukturu i destinacijske resurse, rastu količine komunalnog otpada te su povećane emisije stakleničkih plinova iz sektora turizma kao posljedica intenziviranja prometa i turističke ponude koja nije u skladu sa zelenom tranzicijom. - Uslijed prekomjernog turizma rastu razni vidovi opterećenja na prirodne resurse i ekosustave te na infrastrukturu, čime se smanjuje kapacitet turizma za adekvatnu prilagodbu klimatskim promjenama, što u konačnici rezultira negativnim utjecajima klimatskih promjena na atraktivnost destinacije. - Ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju su nedostatna, ne provodi se reforma, ulaže se u brzu zaradu. - Rast troškova života i cijena nekretnina kao i pritisci na lokalnu infrastrukturu i narušavanje autentičnosti lokalne zajednice negativno utječu na stanovništvo u opterećenim destinacijama.
Bazni scenarij	- Turizam nastavlja rasti konzervativnim stopama rasta (1-3 % godišnje) do 2030. godine. - Prihod od turizma po noćenju stagnira i/ili blago raste primarno na minimalnim pomacima u pred i post sezoni i pokrenut primarno kroz postojeća velika poduzeća u hrvatskom turizmu i manjim privatnim projektima. - Nema značajnijeg zaokreta u turističkom modelu, strukturi smještaja, a razvoj turističkih proizvoda je usporen. - Problem ljudskih potencijala i dalje je jedan od ključnih izazova. - Kvaliteta smještaja za kratkotrajni najam postepeno, ali blago raste pod pritiskom tržišta.

Scenarij	Opis
	- Negativni društveni i ekonomski učinci povezani s razvojem turizma imaju tendenciju rasta, međutim još uvijek nisu pretjerano izraženi, dok su vidljivi pozitivni pomaci u smanjenju pritiska turizma na klimu i okoliš. - Lokalno stanovništvo osjeća pozitivne (zapošljavanje, kvaliteta života zbog dostupnosti infrastrukture i sadržaja prvenstveno namijenjenih turistima) kao i negativne učinke turizma (opterećenost osnovne infrastrukture, rast troškova života, rast cijena nekretnina, sezonalnost dostupnosti sadržaja, narušavanje autentičnosti lokalne zajednice). - U ograničenom opsegu provodi se reforma u smjeru održivog, digitalnog i zelenog turizma. - Ulaganja vezana za zelenu i digitalnu tranziciju uz potporu Mehanizma za oporavak i otpornost provode se u smanjenom opsegu zbog nezainteresiranosti sektora za tranziciju. - Model turizma usmjeren na suncu i more i izostanak izrazitije diversifikacije turističke ponude, osobito na kontinentu, dodatno opterećuje priobalne destinacije i smanjuje otpornost na klimatske promjene.
Pozitivan scenarij	- Unaprijeđuje se koncepcija i model upravljanja razvojem turizma u RH. Zakonodavne promjene povoljno utječu na strateško usmjerenje, održiva ulaganja i zelenu i digitalnu tranziciju. Sredstva iz NPOO-a iskorištena su u potpunosti i ostvaren je značajan iskorak u oporavku i otpornosti turizma. - Turizam se razvija održivo, što se ogleda u jačanju turističkih tijekova izvan glavne sezone kao i u turistički nerazvijenim područjima. - Prihod od turizma i prihod po noćenju približava se EU prosjeku zahvaljujući strukturnim promjenama turističke ponude. - Razvoj cjelogodišnje smještajne strukture i proizvoda više dodane vrijednosti doprinosi smanjenju krivulje sezonalnosti osiguravajući snažniji multiplikativni efekt na ostale gospodarske sektore. - Problem ljudskih potencijala i dalje ostaje izazov, ali je djelomično olakšan kroz produljenu turističku sezonu. - Lokalno stanovništvo sve se više uključuje u lanac vrijednosti u turizmu plasmanom lokalnih proizvoda te pružanjem usluga u sklopu inovativnih turističkih proizvoda više dodane vrijednosti. - Rast ulaganja u tehnološke promjene zelene i digitalne tranzicije te smanjenje opterećenja na okoliš rezultiraju povećanjem otpornosti prirodnih resursa i ekosustava te adekvatnom prilagodbom na klimatske promjene. - Pritisak turista na infrastrukturu se povećava, ali je turizam ravnomjernije vremenski i prostorno raspoređen s ograničenim utjecajem na prirodne resurse destinacije. - Smanjuju se količine komunalnog otpada uslijed održivog gospodarenja otpadom, što primarno podrazumijeva uspostavu praksi kružnog gospodarstva na svim razinama – nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj. - Participativan pristup planiranju te monitoring ostvarenja ciljeva doprinosi znatnom ograničavanju negativnih učinaka povezanih s intenzivnim razvojem turizma. - Priobalne turističke destinacije intenzivnije sagledavaju strategije ublažavanja učinaka klimatskih promjena na cjelokupni turistički sustav. Razvoj turizma u kontinentalnim i ostalim turistički nerazvijenim područjima ujedno ukazuje na dugoročnu prilagodbu klimatskim promjenama na razini cjelokupne destinacije.

4.3. Implikacija scenarija na ključne izazove i razvoj hrvatskog turizma

U trećem koraku napravljena je ocjena utjecaja svakog pojedinog scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma i to na područjima različite turističke razvijenosti kao i na generalnu održivost turizma.

4.3.1. Scenarij 1 – Negativan scenarij (pad intenziteta)

Značajan pad intenziteta turizma će imati primaran efekt na pad kvalitete života do 2030. godine i pad atraktivnosti poslovnog okruženja. Na kvalitetu života utječu smanjena primanja s obzirom na visoku ovisnost o turizmu, osobito u domeni obiteljskog/privatnog (eng. *short term vacation rentals*) smještaja. Dodatno se s obzirom na pad intenziteta turizma, generalno efekt prelijeva na cijelo gospodarstvo i raspoloživa radna mjesta unutar cijelog turističkog lanca vrijednosti. U smislu poslovnog i investicijskog okruženja, pad intenziteta dodatno narušava

performanse turističkih projekata koje su već danas na rubnoj razini isplativosti te se na temelju navedenog usporava bilo kakav ozbiljniji daljnji razvoj turizma. Pad turističkog prometa odražava se i na smanjenje opterećenja na sastavnice okoliša i prirodne resurse, odnosno na ekosustave. Emisije stakleničkih plinova te emisije onečišćujućih tvari u zrak stagniraju iz turističkih djelatnosti i vezanih aktivnosti (primjerice zgradarstvu i prometu). Količine otpada koje generira turizam manje su u odnosu na prethodna razdoblja, no primjena praksi kružnog gospodarstva nije dovoljno implementirana.

Tablica 3: Pregled utjecaja scenarija 1. na ključne izazove hrvatskog turizma

Vremenska i prostorna neujednačenost	Slab negativan utjecaj
Smanjuje se opterećenje u sezoni, ali je i dalje izražena sezonalnost. Nema pomaka u oživljavanju kontinentalnog turizma.	
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu	Slab negativan utjecaj
Smanjen intenzitet turizma rezultira smanjenjem opterećenja na sve sastavnice okoliša, uključujući zrak, vode, more, tlo, krajobraz i bioraznolikost, odnosno na zaštićena područja i ostale ekosustave, kao i na smanjenje količina komunalnog otpada povezanog s turizmom. Poticanje zelene tranzicije, a osobito kružnog gospodarstva, može doprinijeti pozitivnoj transformaciji turističkog sustava, što primarno ovisi o strateškom usmjerenju i oslanjanju na ulaganja iz državnog proračuna.	
Međuodnos turizma i klimatskih promjena	Slab negativan utjecaj
Zbog smanjenja prometa i turističkih aktivnosti, smanjuju se emisije stakleničkih plinova. Nepovoljna ekonomska situacija, koja je između ostaloga posljedica pada prihoda iz turizma, usporava kapitalne projekte prilagodbe klimatskim promjenama (koji su mahom infrastrukturne višegodišnje prirode), što dugoročno predstavlja izrazitu prijetnju daljnjem razvoju održivog turizma.	
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu	Slab negativan utjecaj
Sustav se prilagođava na tehnološke promjene – dodatno potaknuta potraga za većom efikasnosti kroz tehnološke mogućnosti.	
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	Snažan negativan utjecaj
Kvaliteta života pada s obzirom na to da je velikom dijelu stanovništva oduzet primarni izvor prihoda (pogotovo za vlasnike obiteljskog/privatnog (eng. <i>short term vacation rentals</i>) smještaja niže kategorije, dok se nova radna mjesta sporije otvaraju kao rezultat lošijih performansi sektora i značajne ovisnosti niza djelatnosti o turizmu. Zbog smanjenja broja poslovnih prilika veća je opasnost od iseljavanja, osobito na otocima.	
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	Slab negativan utjecaj
Pad intenziteta turizma oslobađa radnu snagu kroz cijeli lanac vrijednosti te smanjuje potrebu ostatka sektora. Dok kvantiteta ljudskih potencijala ne predstavlja značajni problem, ostaje problem kvalitete s obzirom na manje prilika za obrazovanje radne snage.	
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	Slab negativan utjecaj
Smještajna struktura niže kvalitete osjeća primarni udarac pada intenziteta. Udio smještajne strukture blago se okreće u korist hotelskog smještaja više dodane vrijednosti, ali i s istovremenim smanjenjem hotelskih objekata niže kategorije. Nema značajnih pomaka u novim investicijama s obzirom na lošije cjelogodišnje performanse sektora.	
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	Srednji negativan utjecaj
Konkurentnost poslovnog i investicijskog okruženja pada kao rezultat lošijih performansi (nema iste razine premija koje se ostvaruju u ljetnoj sezoni) te lošijih investicijskih indikatora. Podjednako utječe na područje više i niže turističke nerazvijenosti.	
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	Slab negativan utjecaj
Zakonodavni i upravljački okvir prilagođava se po bržem intenzitetu kako bi ponovno potaknuo normalizaciju sektora (dominantno kroz sustav poticaja). S druge strane država mora raditi intenzivnije prilagodbe i sustav poticaja kako bi se privukli novi investitori.	
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	Slab negativan utjecaj
Pad intenziteta turizma može biti i kao rezultat krizne situacije – u navedenom scenariju grade se mehanizmi kojim će se brže reagirati na krize (npr. pripremljenost na novu pandemiju veća je nego prije 3 godine).	

U smislu usporedbe utjecaja scenarija na područje različite turističke razvijenosti, vidljiv je nešto veći negativan utjecaj na području više razvijenosti (zbog veće ovisnosti), no niti jedno područje u Hrvatskoj u navedenom scenariju ne predstavlja atraktivnu polugu za intenzivniji razvoj projekata.

Tablica 4: Pregled utjecaja scenarija 1 na ključne izazove hrvatskog turizma po područjima razvijenosti

Ključni izazovi	Područja više turističke razvijenosti	Područja niže turističke razvijenosti	Argumentacija
Vremenska i prostorna neujednačenost			Nema značajnijeg utjecaja.
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu			- Stanje okoliša i ekosustava je generalno gledajući zadovoljavajuće, iako s tendencijom smanjenja kvalitete pojedinih sastavnica okoliša i ekosustava na nekim priobalnim lokacijama, unatoč smanjenju intenziteta turističkog prometa. - U slabije razvijenim kontinentalnim turističkim destinacijama nema značajnog utjecaja na kvalitetu okoliša i prirode.
Međudodnos turizma i klimatskih promjena			- Smanjene su emisije stakleničkih plinova iz turističkih aktivnosti, osobito iz djelatnosti smještaja i prijevoza. - Klimatski ekstremi sporadično utječu na kapacitet prilagodbe klimatskim promjenama, osobito u priobalnom području.
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu			Nema značajnijeg utjecaja.
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva			Smanjuje se u zonama više turističke razvijenosti (zbog veće ovisnosti u turizmu), no utječe i na ostalo područje (primarno kroz ostatak lanaca vrijednosti). Pad troškova života (uz paralelno smanjenje kupovne moći dijela stanovništva koje ovisi o poslovima u turizmu), manje opterećenje infrastrukture i okoliša. Zbog smanjenja broja poslovnih prilika veća je opasnost od iseljavanja, osobito na otocima.
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti			Nema značajnijeg utjecaja.
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta			Nema značajnijeg utjecaja.
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje			Nepovoljno poslovno investicijsko okruženje utječe na turistički razvijena i nerazvijena područja kroz cijeli lanac vrijednosti.
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir			Nema značajnijeg utjecaja.
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista			Nema značajnijeg utjecaja.

Slab negativan utjecaj
 Srednji negativan utjecaj
 Snažan negativan

Negativan scenarij, koji predviđa pad intenziteta turizma u uvjetima trenutne gospodarske i društvene ovisnosti o razvoju ove djelatnosti, povezuje se s višestrukim negativnim učincima.

Naime, za očekivati je da će usporavanje razvoja turizma, kroz prizmu pada broja dolazaka i noćenja u kratkom roku imati negativne ekonomske i društvene učinke (pad prihoda, zaposlenosti, životnog standarda i blagostanja stanovništva). Istovremeno, smanjenje dimenzioniranosti turističkih tijekova, rezultirat će i svojevrsnim smanjenjem pritiska na prostor, prirodne resurse, ali i emisija stakleničkih plinova, te generiranje otpada, pa se može zaključiti da se radi o pozitivnim okolišnim učincima.

Tablica 5: Utjecaj scenarija 1 na održivi razvoj hrvatskog turizma

	 Izrazito negativan utjecaj	 Negativan utjecaj	 Neutralan utjecaj	 Pozitivan utjecaj	 Izrazito pozitivan utjecaj
	Utjecaj	Argumentacija			
Sezonalnost turizma		- Primaran oslonac na sunce i more. - Ne postoji poslovna opravdanost za cjelogodišnji rad. - Blago raste sezonalnost (povratak prema povijesnim pokazateljima).			
Broj noćenja		Značajan pad broja noćenja (intenzitet ovisi o uzroku pada).			
Prihod po noćenju		Prihod po noćenju blago pada kao rezultat sezonalnog modela rada (negativan utjecaj), ali se djelomično kompenzira s boljim performansama više dodane vrijednosti (povijesno otporniji segment smještaja).			
Udio hotelske ponude		Udio hotelske ponude stagnira i svoj udio zadržava ili blago povećava na temelju intenzivnijeg zatvaranja obiteljskog/privatnog (eng. <i>short term vacation rentals</i>) smještaja.			
Razvoj turistički nerazvijenih područja		Smanjena atraktivnost za investicije u turizam u Hrvatskoj, a tako i u turistički nerazvijenim područjima.			
Intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti		Smanjuje se multiplikativni efekt na ostatak lanca vrijednosti s obzirom na dominantno sezonalni model rada i generalni pad turizma.			
Utjecaj na održivost (ekonomska)		- Pad performansi svih tipova objekata. - Značajno se smanjuje doprinos turizma ukupnom gospodarstvu.			
Utjecaj na održivost (društvena)		- Smanjenje prihoda za niz iznajmljivača kao i za pružatelje vezanih usluga. - Zbog loše pozicije turizma nema otvaranja novih radnih mjesta i prilika u lancu.			
Utjecaj na održivost (prostorno okolišna)		- Smanjenje intenziteta pritiska na okoliš i prirodu (smanjena konzumacija vode, energenata, količina otpada i otpadnih voda, pritiska na bioraznolikost, odnosno vrste i staništa), uz smanjenje emisija stakleničkih plinova i implementaciju mjera radi smanjenja utjecaja klimatskih promjena na turizam. - Smanjenje kapaciteta potrebnih za razvoj inovativnih i dugoročno održivih rješenja.			
Utjecaj na klimu i obrnuto		Razvoj dugoročnih rješenja za smanjenje utjecaja turizma na klimu i obrnuto klime na okoliš, što uključuje mjere prilagodbe na klimatske promjene koje se još uvijek ne provodi željenom dinamikom.			

4.3.2. Scenarij 2 – Negativan scenarij (rast intenziteta)

Intenzivan i nekontroliran rast turističkog prometa ima izrazito snažan učinak u kontekstu gotovo svih izazova. Nastavak nekontroliranog rasta uz rastuću sezonalnost vodi hrvatski turizam u područje visoke razine okolišne i društveno-ekonomske neodrživosti. Ekspanzija turističke infrastrukture koja prati intenzivni rast turizma, ugrožava sve sastavnice okoliša, a osobito tlo i ekosustave obalnog područja. Nepovoljno investicijsko okruženje u sprezi s rastom intenziteta turizma rezultira neadekvatnom pripremljenošću turističke infrastrukture na izazove klimatskih promjena, kao i nespremnošću za smanjenje utjecaja na okoliš i klimu. Negativan utjecaj turizma evidentan je u području prostornog planiranja i korištenja tla te u području

kvalitete zraka i stanja morskih ekosustava. Količine otpada značajno rastu, a zelena radna mjesta (npr. kružnog gospodarstva) ne otvaraju se u mjeri u kojoj bi mogla doprinijeti turističkim djelatnostima.

Tablica 6: Utjecaj scenarija 2 na ključne izazove i procjena utjecaja

Vremenska i prostorna neujednačenost	Snažan negativan utjecaj
Sve veći pritisak na ključne resurse (more, priroda) i narušavanje kvalitete iskustva posjetitelja zbog prevelike opterećenosti destinacija. Djelomično se oživljava pred i post sezona, kao i nerazvijeni turistički dijelovi, primarno kao prilike za izbjegavanje visokog opterećenja i masovnog turizma.	
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu	Snažan negativan utjecaj
Sve je veći pritisak turističke infrastrukture na prostor, odnosno na korištenje zemljišta, kao i na kvalitetu zraka. Rastu i količine komunalnog otpada povezane s turizmom. Uslijed prekomjernog turizma rastu i razni vidovi opterećenja na prirodne resurse, a osobito morske ekosustave te na infrastrukturu (komunalnu, vodoopskrbu, i prometnu te na infrastrukturu gospodarenja otpadom), osobito u urbanim sredinama, čime se ujedno smanjuje kapacitet turizma za adekvatnu prilagodbu klimatskim promjenama. Emisije stakleničkih plinova iz sektora turizma su u porastu, osobito u priobalnom području.	
Međuodnos turizma i klimatskih promjena	Snažan negativan utjecaj
Emisije povezane s turizmom rastu kao posljedica intenziviranja turističkog prometa. Turizam se, unatoč nastojanju, nije optimalno prilagodio klimatskim promjenama, što u konačnici rezultira negativnim utjecajima klimatskih promjena na turizam.	
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu	Slab negativan utjecaj
Nema značajnog utjecaja na tehnološke promjene u turizmu.	
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	Srednji negativan utjecaj
Vlasnici obiteljskog/privatnog (eng. <i>short term vacation rentals</i>) smještaja i postojećih turističkih usluga imaju prilike za veću zaradu. Trošak života nastavlja svoj rast, kao i dostupnost i cijene nekretnina. Nastavlja se poticanje „rentne“ kulture i rada, uz intenziviranje problematike za stanovnike koji ne ostvaruju direktnu ekonomsku korist od turizma.	
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	Snažan negativan utjecaj
Kvantiteta ljudskih potencijala dodatno se smanjuje na domaćem tržištu te se dodatno naglašava izazov radne snage. Turistički model se ne mijenja (nastavak sezonskog „obiranja vrhnja“) i kao takav nema značajnih pomaka u konkurentnosti i povećanju atraktivnosti za uvoz.	
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	Snažan negativan utjecaj
Struktura smještaja nastavlja svoj smjer u korist povećanja udjela sezonalnog smještaja te se ne događaju suštinski iskoraci u smislu kvalitete i stvaranja dodane vrijednosti.	
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	Snažan negativan utjecaj
Povećanje oslonca na sezonalni model smanjuje atraktivnost održivih investicija (fokus na investicije u sezonalni smještaj visokih prinosa). Smanjuje se broj prilika za snažniju integraciju cijelog lanca vrijednosti (manjak cjelogodišnjih prilika). Povećava se ovisnost o „suncu i moru“ i njegova uloga u cijelom gospodarstvu.	
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	Snažan negativan utjecaj
Zakonodavni okvir postaje sve teže mijenjati u smjeru stvaranja dodane vrijednosti s obzirom na sve veći oslonac populacije na sezonalni model. Upravljački okvir sporije se mijenja jer se dionici u destinaciji fragmentiraju i nema dovoljno kritične mase za unaprjeđenje i profesionalno upravljanje destinacijama.	
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	Srednji negativan utjecaj
Utjecaj kriza, različitih tipova, na turizam je izraženiji te je teže kontrolirati posljedice.	

U područjima više turističke razvijenosti produbljuje se postojeća problematika do razine upitnosti isporuke potrebne razine iskustva gosta, kao i generalno osiguranje stabilnih operacija. Ukupni turistički dojam Hrvatske značajno se narušava zbog devastacije okoliša i dojma

Hrvatske kao destinacije prekomjernog turizma te kao rezultat navedenog dolazi do pada performansi smještajnih objekata, a samim time i atraktivnosti za investicije u nove turističke projekte.

Negativan efekt prelijeva se na područje niže turističke vrijednosti kojim se smanjuje mogućnost oslanjanja na razvijena područja (npr. snažnije uključivanje u njihov lanac vrijednosti).

Tablica 7: Pregled utjecaja scenarija 2 na ključne izazove hrvatskog turizma po područjima razvijenosti

Globalni trendovi	Područje više turističke razvijenosti	Područje niže turističke razvijenosti	Argumentacija
Vremenska i prostorna neujednačenost			Povećava se intenzitet sezonalnosti na turistički više razvijenim područjima. Nerazvijena područja postepeno prate razvijena područja, ali bez značajnih iskoraka.
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu			- Uslijed prekomjernog turizma rastu razni vidovi opterećenja na prirodne resurse, a osobito na korištenje zemljišta i zaštićena područja, kao i kvalitetu zraka, voda i mora za kupanje te na ekosustave, osobito u priobalnom području. - Radi rasta intenziteta i sezonalnog karaktera hrvatskog turizma, u urbanim se područjima bilježi ozbiljan pritisak na infrastrukturu (komunalnu, vodoopskrbnu, i prometnu, te na infrastrukturu gospodarenja otpadom), što smanjuje kvalitetu života lokalnog stanovništva. Ipak, zakonodavni i upravljački okvir ulaže u okolišnu održivost turizma, no prioritarno u turistički razvijenim područjima gdje je pritisak najizraženiji.
Međuodnos turizma i klimatskih promjena			Rast intenziteta turističkih aktivnosti i stagnacija naprednih rješenja zelene tranzicije rezultira povećanjem emisija stakleničkih plinova. Prilagodba klimi sporo se provodi, što za posljedicu ima vrlo nisku otpornost sustava na ekstremne klimatske prilike i druge implikacije promjene klime.
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu			Nema značajnog utjecaja na tehnološke promjene u turizmu.
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva			Daljnja ekspanzija turizma niže dodane vrijednosti ima pozitivan efekt za dio stanovnika u području više razvijenosti, dok na području niže turističke razvijenosti predstavlja manje prilika za uključivanje u lanac vrijednosti i manje radnih mjesta.
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti			Nedostatak ljudskih potencijala snažnije se iskazuje na području više razvijenosti, odnosno većih potreba za ljudskim potencijalima.
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta			Dok se na području više turističke razvijenosti nastavlja povećanje udjela sezonskog smještaja, isti smjer se događa i na slabije razvijenim područjima.
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje			Sezonalni model turizma i ovisnost o velikom broju sezonskog smještaja smanjuje atraktivnost investicija na cijelom području.
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir			Zakonodavni i upravljački okvir primarno orijentiran na rješavanje razvijenih područja, dok je upravljanje u manje razvijenom području u sekundarnom fokusu.
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista			Nema sistematičnog pristupa upravljanju krizama; manje je izražen na području niže turističke razvijenosti zbog manje ovisnosti o turizmu.

Slab negativan utjecaj
 Srednji negativan utjecaj
 Snažan negativan

Scenarij intenzivnog rasta turizma predstavlja najmanje održiv scenarij razvoja. Osim problematike iskoraka u sferu niske tržišne konkurentnosti turizma niske dodane vrijednosti, kroz navedeni model intenzivno se koriste resursi koji su ključna privlačna snaga hrvatskog turizma (more, priroda i sl.).

Tablica 8: Utjecaj scenarija 2 (rast intenziteta) na održivi razvoj Hrvatskog turizma

	 Izrazito negativan utjecaj	 Negativan utjecaj	 Neutralan utjecaj	 Pozitivan utjecaj	 Izrazito pozitivan utjecaj
	Utjecaj	Argumentacija			
Sezonalnost turizma		- Primarno povećanje noćenja kroz sezonu. - Djelomičan rast kroz pred i post sezonu.			
Broj noćenja		Značajan rast broja noćenja dominantno u ljetnoj sezoni.			
Prihod po noćenju		Pad prihoda po noćenju kao rezultat sve značajnijeg usmjerenja prema masovnom turizmu niske dodane vrijednosti.			
Udio hotelske ponude		Nastavlja se povećanje udjela sezonalnog smještaja, s obzirom na to da predstavlja dalje profitabilnije proizvode nižeg rizika u sezonalnom modelu rada.			
Razvoj turistički nerazvijenih područja		Usporen razvoj turistički nerazvijenih regija (naglasak na obalu gdje je veća sigurnost investicije).			
Intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti		Struktura smještaja i smjer manje dodane vrijednosti umanjuje intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti (optimizacija troškova kao smjernica).			
Utjecaj na održivost (ekonomsku)		- Smjer prema sve manje konkurentnom neodrživom modelu turizma. - Pad kvalitete pod pritiskom visoke ponude na tržištu.			
Utjecaj na održivost (društvenu)		Pad kvalitete života lokalnog stanovništva zbog preopterećenosti turističke destinacije.			
Utjecaj na održivost (prostorno okolišnu)		Izrazito negativan utjecaj na održivost s pritiskom na okoliš i prirodne resurse..			
Utjecaj na klimu i obrnuto		Izrazito negativan utjecaj turizma na klimu, ali i klime na turističku infrastrukturu i aktivnosti.			

4.3.3. Scenarij 3 – Bazni scenarij

Bazni scenarij nastavlja produbljivati već aktualne izazove i samim time postepeno se smanjuje konkurentnost hrvatskog turizma. Iako upravljačko-investicijski pokretači usmjeravaju razvoj turizma k većoj održivosti, nisu učinjeni značajni pomaci u sferi smanjenja utjecaja turističkih aktivnosti na okoliš i prirodu te u učinkovitom upravljanju resursima. Unatoč tome što se turizam odvija u pred i post sezoni, ovaj novi i poželjni trend nije dovoljan za smanjenje okolišnog opterećenja na razvijena turistička područja. Turistička infrastruktura i aktivnosti nisu u dovoljnoj mjeri usklađeni sa zahtjevima u području smanjenja i prilagodbe klimatskim promjenama.

Tablica 9: Utjecaj scenarija 3 na ključne izazove i procjena utjecaja

Vremenska i prostorna neujednačenost	Srednji utjecaj	negativan
Nastavlja se visok intenzitet u sezoni, uz minimalne pomake u pred i post sezoni. Manje turistički razvijena područja razvijaju se s manjim pomacima, primarno bazirana na pojedinim individualnim inicijativama.		
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu	Srednji utjecaj	negativan
Pritisci turizma na okoliš i prirodne resurse i dalje su prisutni, a još uvijek značajna sezonalnost znatno ograničava dinamiku ostvarenja pozitivnih promjena.		
Međuodnos turizma i klimatskih promjena	Snažan utjecaj	negativan
Emisije stakleničkih plinova iz turizma stagniraju. Ipak nema kvalitetne prilagodbe klimatskim ekstremima, koji se sve učestalije pojavljuju, pa je upitna dugoročna održivost turističkog sektora i njegova otpornost.		
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu	Slab negativan utjecaj	
Nema značajnog utjecaja na tehnološke promjene u turizmu.		
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	Srednji utjecaj	negativan
Kvaliteta života za većinu stanovnika smanjuje se u odnosu na današnje stanje. Cijena nekretnina i troškova života nastavljaju svoj rast, dok rast konkurentnosti ostalih destinacija onemogućuje povećanje cijene turističkih usluga istim intenzitetom.		
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	Snažan utjecaj	negativan
Bazen domaće radne snage postepeno se smanjuje te paralelno pada i konkurentnost. Zbog nemogućnosti intenzivnog iskoraka u cjelogodišnji turizam ne postoji mogućnost za značajnije povećanje plaća/konkurentnosti. Jaz u radnoj snazi nastavlja se pokrivati uvozom, ali uz sve veće kontinuirane deficite koje ograničavaju pojedine prilike i rad.		
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	Srednji utjecaj	negativan
Stagnacija udjela ili blagi rast udjela sezonskog smještaja. Struktura smještaja hotela primarno se mijenja kroz „brownfield” inicijative postojećih igrača. Rast kvalitete smještaja je vidljiv, ali predstavlja manji udio u ukupnoj strukturi.		
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	Srednji utjecaj	negativan
Nema značajnih pomaka u kontekstu unaprjeđenja poslovnog i investicijskog okruženja. Pod pretpostavkom pozitivnog razvoja novih konkurenata/destinacija, konkurentnost/atraktivnost za investiranje u Hrvatskoj postepeno pada.		
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	Slab negativan utjecaj	
Nema značajnih pomaka u upravljanju i promjeni zakonodavnih okvira (s obzirom na to da nije dovoljno naglašena potreba i smjer razvoja u izgradnji dodane vrijednosti).		
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	Srednji utjecaj	negativan
Hrvatska je i dalje dominantno oslonjena na sezonalni turizam – manji iskorak u dodanoj vrijednosti (dokazano najotporniji oblik turizma) povećava osjetljivost na eventualne krize.		

U smislu razlike između područja više i niže turističke razvijenosti, utjecaj scenarija je nepovoljniji za područja više turističke razvijenosti, s obzirom na to da su na navedenim područjima postojeći izazovi izraženiji.

Tablica 10: Pregled utjecaja scenarija 3 na ključne izazove hrvatskog turizma po područjima razvijenosti

Globalni trendovi	Područje više turističke razvijenosti	Područje niže turističke razvijenosti	Argumentacija
Vremenska i prostorna nejednakoost			Turizam se u nerazvijenim područjima razvija postepeno, ali bez značajnijih iskoraka.
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu			- U turistički razvijenim priobalnim područjima vidljivi su pritisci na prostor, more, bioraznolikost, a rastu i količine otpada. - U nerazvijenim turističkim područjima nema značajnih pritisaka turizma na okoliš i prirodne resurse.
Međuodnos turizma i klimatskih promjena			- Emisije stakleničkih plinova u zrak smanjuju se, i u turistički razvijenim, i u turistički nerazvijenim područjima, no ipak nedovoljno željenom dinamikom. - Iako su u turistički bolje razvijenim priobalnim područjima pokrenute mjere prilagodbe klimatskim promjenama, klimatski ekstremi značajno utječu na turistički sektor. - Turistički slabije razvijena područja nisu adekvatno pripremljena na klimatske ekstreme, no nemaju značajnijih utjecaja klime na turizam, niti turizma na klimu u vidu emisija stakleničkih plinova.
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu			Nema značajnog utjecaja.
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva			Na područjima niže turističke razvijenosti nema značajnijih pomaka u smislu povećanja kvalitete života.
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti			Na prostorima više turističke razvijenosti i dalje je prisutan problem radne snage za razvoj novih projekata.
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta			Nastavak razvoja strukture smještaja u skladu s dosadašnjim trendovima – razvoj na niže razvijenim područjima ovisi o manjim projektima pojedinaca i poticajima.
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje			Nema značajnih pomaka u kontekstu unaprjeđenja poslovnog i investicijskog okruženja na razini turističke destinacije.
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir			Nema značajnih pomaka u upravljanju i promjeni zakonodavnih okvira na cijelom području.
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista			Niže razvijena područja s obzirom na manju ovisnost o turizmu, imaju manju turističku osjetljivost na krize.

 Slab negativan utjecaj
  Srednji negativan utjecaj
  Snažan negativan

Hrvatska je već duboko u području neodrživosti, a kroz bazni scenarij nije ostvaren pozitivan pomak, dapače vidljiv je negativan utjecaj scenarija po svim aspektima održivosti.

Tablica 11: Utjecaj scenarija 3 (bazni scenarij) na održivi razvoj Hrvatskog turizma

	 Izrazito negativan utjecaj	 Negativan utjecaj	 Neutralan utjecaj	 Pozitivan utjecaj	 Izrazito pozitivan utjecaj
	Utjecaj		Argumentacija		
Sezonalnost turizma				• Nema značajnijih iskoraka u promjeni intenziteta sezone.	
Broj noćenja				• Broj noćenja konzervativno raste.	
Prihod po noćenju				• Prihod po noćenju stagnira kao rezultat „brownfield” stvaranja proizvoda dodane vrijednosti i sezonskog smještaja kao primarnog pokretača turizma.	
Udio hotelske ponude				• Blagi pad udjela hotelske ponude na temelju dosadašnjih povijesnih trendova.	
Razvoj turistički nerazvijenih područja				• Nema značajnih iskoraka.	
Intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti				• Nema značajnih iskoraka.	
Utjecaj na održivost (ekonomsku)				• Nastavak negativnog utjecaja na održivost, ključni izazovi se zadržavaju. • Postepeni pad konkurentnosti turizma i cijena.	
Utjecaj na održivost (društvenu)				• Nema razvoja značajnog broja novih prilika za ljude koji nisu vlasnici turističkog smještaja • Povećava se pritisak na lokalne zajednice.	
Utjecaj na održivost (prostorno okolišnu)				• Očituju se pritisci turizma na okoliš i prirodu.	
Utjecaj na klimu i obrnuto				• Nedovoljno je smanjenje emisija stakleničkih plinova, a klimatski ekstremi smanjuju otpornost turističkog sektora.	

4.3.4. Scenarij 4. Pozitivan scenarij

Pozitivan scenarij podrazumijeva razvoj svijesti o utjecaju internih i eksternih izazova na razvoj turizma u RH te dugoročnu prilagodbu i tranziciju prema razvoju utemeljenom na načelima održivosti i otpornosti. Zakonska reforma strateški usmjerava razvoj i ulaganja u održivi turizam. Problem ljudskih potencijala i dalje predstavlja značajan izazov te raste potreba strukturirane akvizicije radne snage kroz uvoz, no s druge strane otvara se niz prilika za zadržavanje lokalnog stanovništva.

Intenzivirani rast ulaganja u zelenu i digitalnu tranziciju rezultira smanjenjem opterećenja na okoliš i povećanjem otpornosti prirodnih resursa, sastavnica okoliša te adekvatnom prilagodbom na klimatske promjene. Turizam je ravnomjernije vremenski i prostorno raspoređen s ograničenim utjecajem na ekosustave destinacije, što je osobito poželjan trend u priobalnom području države. Smanjuju se količine komunalnog otpada uslijed održivog gospodarenja otpadom i značajnije implementacije prakse kružnog gospodarstva. Razvidni su pozitivni učinci rasta turističkog prometa na svim razinama, rast zadovoljstva i unaprjeđenje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Tablica 12: Utjecaj scenarija 4 na ključne izazove i procjena utjecaja

Vremenska i prostorna neujednačenost	Slab negativan utjecaj
Poticanje cjelogodišnjeg turizma, pozitivno utječe na rješavanje niza problema koje je Hrvatska imala sa sezonalnim modelom rada (počevši od kvalitetnijeg kapacitiranja infrastrukture). Turistički tijekovi u razdoblju izvan glavne sezone se intenziviraju. Razvoj proizvoda više razine dodane vrijednosti u turistički razvijenim područjima kreira priliku za uključivanje turistički nerazvijenih zajednica u lanac vrijednosti.	
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu	Slab negativan utjecaj
Značajno se smanjuju razni vidovi opterećenja iz turizma na prirodne resurse, odnosno na ekosustave i sastavnice okoliša. Smanjen je pritisak na turističku infrastrukturu, osobito u vodećim urbanim područjima priobalnog dijela države i u područjima pod nekim od oblika zaštite. Rješenja kružnog gospodarstva i održivog gospodarenja otpadom rezultiraju smanjenjem količine komunalnog otpada. Ulaganja vezana za zelenu i digitalnu tranziciju uz potporu Mehanizma za oporavak i otpornost omogućavaju bržu prilagodbu.	
Međuodnos turizma i klimatskih promjena	Srednji negativan utjecaj
Smanjuju se emisije iz stakleničkih plinova iz turizma. Dinamičnija prilagodba klimatskim promjenama i implementacija načela održivosti u svim sferama turističkog sektora osiguravaju otpornost. Turizam se adekvatno suočava s izazovima koje donose klimatske promjene.	
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu	Slab negativan utjecaj
Ulaganja vezana za zelenu i digitalnu tranziciju uz potporu Mehanizma za oporavak i otpornost omogućavaju bržu prilagodbu.	
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	Slab negativan utjecaj
Povećanje blagostanja i kvalitete života u kontekstu ravnoteže pozitivnih okolišnih učinaka i poslovnih prilika koje se temelje na novim potrebama turista. Kreiraju se preduvjeti za ulaganja s ciljem unaprjeđenja infrastrukture koju mogu koristiti posjetitelji i lokalna zajednica. Smanjuje opasnost od iseljavanja, osobito s otoka.	
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	Srednji negativan utjecaj
Povećava se konkurentnost i smanjuje sezonalnost hrvatskog turizma. Samim time, djelatnost postaje atraktivna za daljnju apsorpciju radne snage. Poduzimaju se aktivnosti usmjerene na osnaživanje i jačanje ljudskih kapaciteta u cijelom lancu vrijednosti turizma i obrazovanje za potrebe tržišta rada s naglaskom na digitalne i zelene vještine.	
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	Slab negativan utjecaj
Iskorak prema dodanoj vrijednosti opravdan je kao rezultat povećanja performansi izvan sezone. Postupno se povećava udio cjelogodišnjeg smještaja.	
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	Slab negativan utjecaj
Veći naglasak na cjelogodišnji turizam povećava atraktivnost za investicije. Pojavom većeg broja ozbiljnih igrača na tržištu, povećava se vjerojatnost unaprjeđenja cijelog investicijskog okruženja. Ulaganja vezana za zelenu i digitalnu tranziciju uz potporu Mehanizma za oporavak i otpornost osiguravaju ostvarenje strateških ciljeva.	
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	Slab negativan utjecaj
Razvoj cjelogodišnjeg turizma olakšava provedbu zakonskih izmjena. Razvoj socijalnog kapitala doprinosi unaprjeđenju kvalitete upravljanja destinacijom. Posljedično dolazi do unaprjeđenja učinkovitosti organizacijskog sustava hrvatskog turizma, te kreiranju adekvatnog okvira za upravljanje održivim razvojem.	
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	Srednji negativan utjecaj
Povećanje održivosti turizma, ali uz povećanje ovisnosti o turizmu (barem u srednjem roku) kao rezultat rasta velikog broja subjekata u cijelom lancu vrijednosti na te temelju turizma.	

Navedeni scenarij ima neznatno pozitivniji utjecaj na turističke razvijena područja u odnosu na ona nerazvijena. Ključni efekt scenarija je prelijevanje dodane vrijednosti iz razvijenih u nerazvijene krajeve, čime se kreira osnova za dugoročno održiv razvoj utemeljen na rastu turizma.

Tablica 13: Pregled utjecaja scenarija 4 na ključne izazove hrvatskog turizma po područjima razvijenosti

Globalni trendovi	Područje više turističke razvijenosti	Područje niže turističke razvijenosti	Argumentacija
Vremenska i prostorna neujednačenost			Nema značajnijeg utjecaja.
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu			- Snažan je trend smanjenja opterećenja na prirodne resurse i ekosustave u obalnim destinacijama. U manje razvijenim turističkim središtima se bilježe niske razine opterećenja, koja se uspješno i na vrijeme uklanjaju. - U turistički razvijenim i nerazvijenim područjima, aktivnosti usmjerene na zelenu tranziciju i kružno gospodarstvo imaju stimulativan učinak na zaštitu okoliša i prirodne resurse, na svim razinama.
Međuodnos turizma i klimatskih promjena			Smanjenje emisija stakleničkih plinova i adekvatna prilagodba klimatskim promjenama rezultiraju razvojem turističke infrastrukture i dizajnom turističkih aktivnosti na načelima održivosti i otpornosti.
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu			Nema značajnijeg utjecaja.
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva			Nema značajnijeg utjecaja.
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti			Ljudski potencijali ostaju problem – no moguće je kvalitetnije zadržavanje ljudi kao rezultat više prilika u turizmu i povezanom lancu vrijednosti.
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta			Nema značajnijeg utjecaja.
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje			Nema značajnijeg utjecaja.
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir			Nema značajnijeg utjecaja.
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista			Nema značajnijeg utjecaja.

 Slab negativan utjecaj
  Srednji negativan utjecaj
  Snažan negativan

Pozitivan scenarij integrira sve preduvjete ključne za iskorak prema održivosti – uz napomenu kako je za potpuni efekt, bez obzira na pozitivne indikatore, ipak nužan set mjera koji će adresirati temeljne probleme.

Tablica 14: Utjecaj scenarija 4 (pozitivan scenarij) na održivi razvoj Hrvatskog turizma

	 Izrazito negativan utjecaj	 Negativan utjecaj	 Neutralan utjecaj	 Pozitivan utjecaj	 Izrazito pozitivan utjecaj
	Utjecaj		Argumentacija		
Sezonalnost turizma			• Vršna sezonalnost se smanjuje uz manje vršne pritiske.		
Broj noćenja			• Broj noćenja raste kroz period pred i post sezone.		
Prihod po noćenju			• Prihod po noćenju značajno raste kao rezultat značajnog podizanja kvalitete u cijelom lancu vrijednosti.		
Udio hotelske ponude			• Hotelska ponuda raste u smještajnoj strukturi kroz izgradnju hotela visoke dodane vrijednosti.		
Razvoj turistički nerazvijenih područja			• Aktivacija turistički nerazvijenih područja u turističke svrhe i diversifikacija turističke ponude.		
Intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti			• Značajno uključivanje i valorizacija cijelog turističkog lanca vrijednosti.		
Utjecaj na održivost (ekonomska)			• Povećanje ekonomskog blagostanja baziranog na cjelogodišnjem turizmu.		
Utjecaj na održivost (društvena)			• Smanjivanje jaza društvenog blagostanja uz poticanje razvoja turistički nerazvijenih područja.		
Utjecaj na održivost (prostorno okolišna)			• Uklapanje održivih turističkih aktivnosti i infrastrukture koje imaju neznatan pritisak na okoliš i prirodu.		
Utjecaj na klimu i obrnuto			• Turistički sektor nema značajnog utjecaja na klimu te je optimalno pripremljen na učinke klimatskih promjena.		

Analiza utjecaja scenarija na ključne izazove i održivi razvoj hrvatskog turizma.

Tablica 15: Sažetak utjecaja alternativnih budućnosti na izazove hrvatskog turizma

Globalni trendovi	Sc.1 Negativan scenarij (pad intenziteta)	Sc.2 Negativan scenarij (rast intenziteta)	Sc.3 Bazni scenarij	Sc.4 Pozitivan scenarij
Vremenska i prostorna nejednačenost				
Utjecaj turizma na okoliš i prirodu				
Međudodnos turizma i klimatskih promjena				
Ubrzane tehnološke promjene u turizmu				
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva				
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti				
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta				
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje				
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir				
Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista				

Slab negativan utjecaj
 Srednji negativan utjecaj
 Snažan negativan

Tablica 15. ukazuje na to kako scenarij rasta intenziteta turizma ima najsnažniji negativan utjecaj na trenutne izazove. Izgledno je kako bez kontrole rasta turizma u ljetnoj sezoni neće biti moguće stvoriti dodanu vrijednost turizma niti postići njegovu održivost. Čak i realizacija baznog scenarija predstavlja svojevrsnu kriznu situaciju s tendencijom približavanja točki potpune neodrživosti turizma, s obzirom na to da se većina izazova i dalje produbljuje. Navedeno dovodi do zaključka kako je u prvim trima scenarijima (scenariji koji su realni bez dodatne intervencije od države) vidljiv značajan negativan utjecaj turizma na okoliš i prirodu te klimu kao i negativan utjecaj klime na turizam i na blagostanje stanovništva odnosno njegovu kvalitetu života.

Dodatno je napravljena analiza utjecaja pojedinih scenarija na elemente održivosti turizma i odabrane pokazatelje.

Tablica 16: Utjecaj različitih scenarija na održivi razvoj hrvatskog turizma i odabrane pokazatelje

	 Izrazito negativan utjecaj	 Negativan utjecaj	 Neutralan utjecaj	 Pozitivan utjecaj	 Izrazito pozitivan utjecaj
	Danas	Sc.1	Sc.2	Sc.3	Sc.4
Sezonalnost turizma	84,10 %				
Broj noćenja ¹	108,7 mil.				
Prihod po noćenju	121 EUR				
Udio hotelske ponude ²	9,4 %				
Razvoj turistički nerazvijenih područja					
Intenzitet uključivanja ostatka lanca vrijednosti					
Utjecaj na održivost (ekonomska)					
Utjecaj na održivost (društvena)					
Utjecaj na održivost (okolišno prostorna)					
Utjecaj na klimu i obrnuto					

Iz grafičkog prikaza analize je vidljivo kako postoji tendencija daljnjeg narušavanja održivosti po svim elementima u svim scenarijima, osim u *scenariju 4* koji zahtijeva značajnu intervenciju države u kontekstu redefiniranja putanje i pristupa upravljanju razvojem turizma. **Pozitivan scenarij**, koji integrira sve preduvjete ključne za tranziciju turizma u RH prema višim razinama održivosti i otpornosti, ostvariv je isključivo uz implementaciju seta mjera.

4.4. Identifikacija smjernica za „Strategiju održivog razvoja turizma do 2030. godine”

Temeljem prethodno provedene analize definiran je set smjernica koje će usmjeravati proces izrade nove Strategije.

Smjernice za razvoj održivog turizma:

- Poticanje stvaranja turističkih proizvoda više dodane vrijednosti na cijelom području Hrvatske kako bi se osigurali preduvjeti za:
 - razvoj inovativne destinacijske ponude prilagođene klimatskim i prostornim značajkama, povijesnom i kulturnom naslijeđu, te enogastro osobitostima, utemeljene na načelima autentičnosti i visoke dodane vrijednosti,
 - smanjenje sezonalnosti i ublažavanje učinaka povezanih s prekomjernim turizmom u najrazvijenijim turističkim destinacijama,
 - unaprjeđenje uvjeta za privlačenje i zadržavanje radne snage,
 - povećanje prihoda po noćenju konzumiranjem proizvoda više dodane vrijednosti i povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva smanjenjem sezonalnog pritiska na destinaciju, zahvatima u infrastrukturu i uključivanjem lokalnog stanovništva u proizvodnju, pružanje usluga i zapošljavanje u turizmu,

- povećanje dodane vrijednosti u turistički razvijenim područjima u cilju povezivanja sa turistički nerazvijenim područjima i njihove aktivacije,
 - stvaranje i jačanje lanaca vrijednosti te povećanje multiplikativnog učinka turizma na ostale gospodarske grane uz uključivanje lokalnog stanovništva.
2. Poticanje razvoja turističke infrastrukture i proizvoda u turistički nerazvijenim područjima kako bi se postepeno postizalo prostorno rasterećenje i smanjio pritisak na turistički najrazvijenija područja.
 3. Poticanje pro-okolišnog i društveno odgovornog ponašanja prvenstveno podizanjem razine svijesti i posjetitelja i dionika u turističkoj destinaciji.
 4. Jačanje uloge održivog turizma u gospodarskom razvoju, društvenoj uključenosti i socijalnim inovacijama.
 5. Provedba aktivnosti kojima se dionicima turističkog sustava jačaju kompetencije potrebne za uvođenja održivih načina poslovanja – u skladu s očuvanjem okoliša i prirode, praksama kružnog gospodarstva te u skladu sa zahtjevima za smanjenje utjecaja na klimu i za prilagodbu klimatskim promjenama.
 6. Prilagodba sektorskih obrazovnih programa potrebama tržišta i zelenoj i digitalnoj tranziciji.
 7. Unaprjeđenje zakonodavnog okvira i razvoj sustava monitoringa odabranih pokazatelja održivosti turizma uz pomoć unaprjeđenja postojećeg sustava e-turizma, uspostave sustava satelitskih računa održivog turizma i dr.
 8. Upravljanje održivim razvojem smještajnih kapaciteta s ciljem povećanja kvalitete i dodane vrijednosti koju generiraju.
 9. Stvaranje efikasnijeg i otpornijeg sustava podrške turističkim investicijama (od pripreme investicija do realizacije). Podrška turističkim investicijama, a posebice njihovo financiranje iz javnih sredstava treba biti u skladu s *Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine, Zelenim planom za Europu i dokumentima proizišlima iz njega*⁶⁴, *razvojnim regionalnim/lokalnim planovima* te uvjetovano implementacijom načela „ne nanosi bitnu štetu” iz Uredbe (EU) 2020/852 Europskog Parlamenta i Vijeća od 18. lipnja 2020. o uspostavi okvira za olakšavanje održivih ulaganja i izmjeni Uredbe (EU) 2019/2088. Odabir investicija za podršku treba se temeljiti na njihovom doprinosu:
 - diversifikaciji turističke ponude proizvodima više dodane vrijednosti uz uspostavu lanaca vrijednosti koji uključuju lokalnu zajednicu,
 - usvajanju i primjeni novih tehnologija, osobito digitalne, te poslovnih procesa potrebnih za prilagodbu klimatskim promjenama i dekarbonizaciji turističkog sektora,
 - ublažavanju klimatskih promjena i izgradnji buduće turističke infrastrukture otpornije na vremenske ekstreme,
 - zaštiti i očuvanju okoliša i ekosustava,
 - smanjenju količine otpada, posebice otpada od hrane i jednokratne plastike.

Radi zaštite i obnove bioraznolikosti i ekosustava, za investicije smještene u blizini područja u kojima se nalaze prirodni stanišni tipovi i staništa divljih vrsta osjetljivih ili u njima samima (uključujući mrežu zaštićenih područja Natura 2000, UNESCO-ve svjetske baštine i ključna područja biološke raznolikosti KBA, kao i druga zaštićena područja), nužna je podrška uvjetovana provedbom odgovarajuće procjene u skladu s odredbama Strategija EU-a za bioraznolikost do 2030. - *Vraćanje prirode u naše živote*" (COM(2020)0380), Direktivi o očuvanju divljih ptica (2009/147/EZ) i člankom 6. stavkom 3. Direktive o staništima (92/43/EEC) - temeljene na ciljevima očuvanja zaštićenog područja. Sve podržane investicije moraju biti i u skladu Direktivom 2000/60/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 23. listopada 2000. o uspostavi okvira za djelovanje

Zajednice u području vodne politike (SL L 327, 22. 12. 2000.) Direktivom 2008/98/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 19. studenoga 2008. o otpadu i stavljanju izvan snage određenih direktiva (SL L 184, 11. 7. 2015.).

10. Osiguravanje koordiniranog pristupa javnog i privatnog sektora u ostvarivanju pozitivnog scenarija. Sinergijom aktivnosti javnog i privatnog sektora mogu se optimizirati učinci povezani s razvojem turizma, poduzeti mjere prilagodbe klimatskim promjenama na razini turističke destinacije te potaknuti zelenu i digitalnu tranziciju.

Metodologija izrade dokumenta analize scenarija

Izrada dokumenta analize scenarija bila je strukturirana u 4 koraka.

Koraci u izradi Analize scenarija

Korak	Cilj koraka	Aktivnosti
Prikupljanje ključnih elemenata za analizu scenarija	- Identifikacija ključnih izazova hrvatskog turizma - Identifikacija mogućih globalnih razvojnih smjerova turizma - Identifikacija ključnih elemenata koji utječu na razvoj alternativnih budućnosti	- Uključivanje relevantnih nalaza analize sadašnjeg stanja (ključni izazovi hrvatskog turizma) - Analiza relevantne dokumentacije na temu analize scenarija u turizmu (pr. WTTC) - Analiza dokumentacije Europske komisije (EC): Transition Pathway for tourism - Definiranje prijedloga: - Ključni izazovi - Ključni faktori utjecaja na alternativne budućnosti - Anketa s radnom skupinom
Formiranje scenarija alternativnih budućnosti	Definiranje scenarija alternativnih budućnosti	- Definiranje scenarija na temelju ključnih faktora utjecaja (iz koraka 1) – s posebnim fokusom na korištenje identificiranih primjera u praksi (pr. scenariji u WTTC) - Analiza povijesnih trendova hrvatskih i europskih turističkih kretanja primarno na bazi noćenja/dolazaka (identifikacija statističkih trendova rasta/pada/stagnacije) – podloga za procjenu intenziteta scenarija - Radionica s Ministarstvom turizma i sporta (u daljnjem tekstu: MINTS) za potvrdu mogućih alternativnih budućnosti
Procjena utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma	- Strateška procjena utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma (fokusrano na identifikaciju snagu utjecaja) - Procjena utjecaja pojedinih scenarija na područjima različite turističke razvijenosti	- Procjena utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma - Na temelju analize povijesnog trenda i usporedne analize s benchmarkom - Radionica s MINTS-om (i nominiranim dionicima od MINTS-a) za procjenu snage utjecaja
Identifikacija smjernica za „Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine“	Na temelju procjene utjecaja alternativnih budućnosti na ključne izazove hrvatskog turizma identificirati suštinske probleme koje je potrebno adresirati u novoj strategiji	Identificirati suštinske probleme/rizike koje je potrebno adresirati u novoj strategiji kroz analizu matrice utjecaja

Svaki od pojedinih koraka pretpostavljao je adekvatnu uključenost ključnih dionika i eksperata. U prvom koraku, cilj je bio identificirati ključne izazove i globalne trendove koji potencijalno mogu utjecati na smjer razvoja hrvatskog turizma – odnosno biti primarne determinante razvoja („nezavisne varijable“).

U navedenom koraku koristili su se ključni nalazi analize sadašnjeg stanja iz prve faze izrade „Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine“ – odnosno identificirani ključni izazovi. S druge strane, kroz razgovore s nizom eksperata, analizom stručne literature i dokumenata međunarodno priznatih institucija, identificirani su ključni globalni trendovi.

Ilustrativan primjer odabira ključnih izazova i globalnih trendova za analizu

	Definiranje izazova na koje će se procijeniti snaga utjecaja pojedinih scenarija	Definiranje faktora utjecaja omogućit će formiranje okvira budućih alternativnih scenarija
1.	Vremenska i prostorna nejednačenost	
2.	Utjecaj turizma na ekosustav	
3.	Međuodnos turizma i klimatskih promjena	
4.	Ubrzane tehnološke promjene u turizmu	
5.	Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	
6.	Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	
7.	Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta	
8.	Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	
9.	Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	
10.	Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	

Za svaki od identificiranih izazova i trendova napravljena je ocjena njegova utjecaja na razvoj hrvatskog turizma. Ocjena utjecaja napravljena je kroz 3 ključna alata:

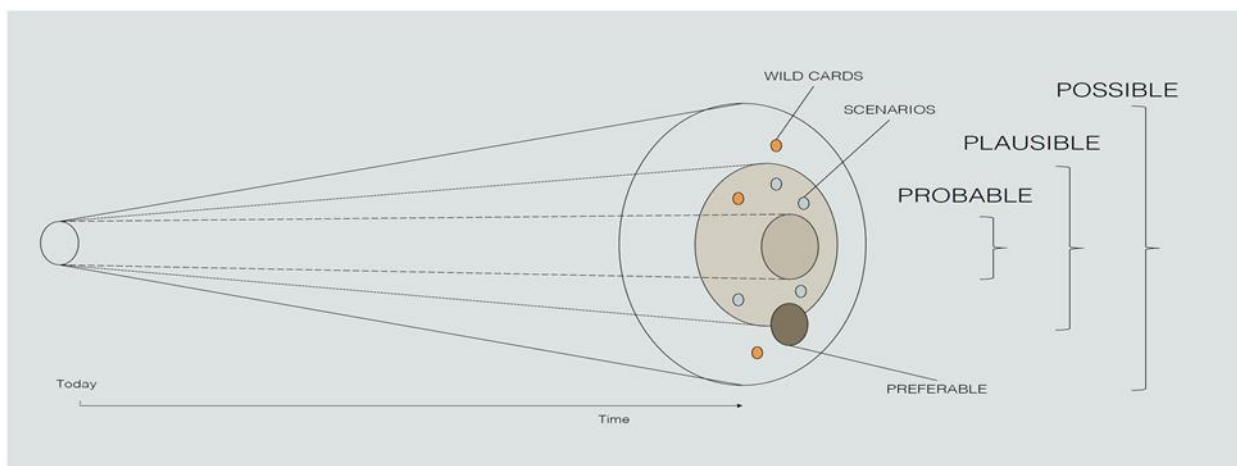
- interna radionica ekspertnog multidisciplinarnog tima,
- ekspertne procjene utjecaja pojedinih varijabli,
- anketiranje članova radne skupine,
- radionica s članovima radne skupine.

Nakon ocjene utjecaja pojedinih izazova razvijeni su konkretni scenariji, odnosno alternativne budućnosti.

Ključni principi alternativnih budućnosti:

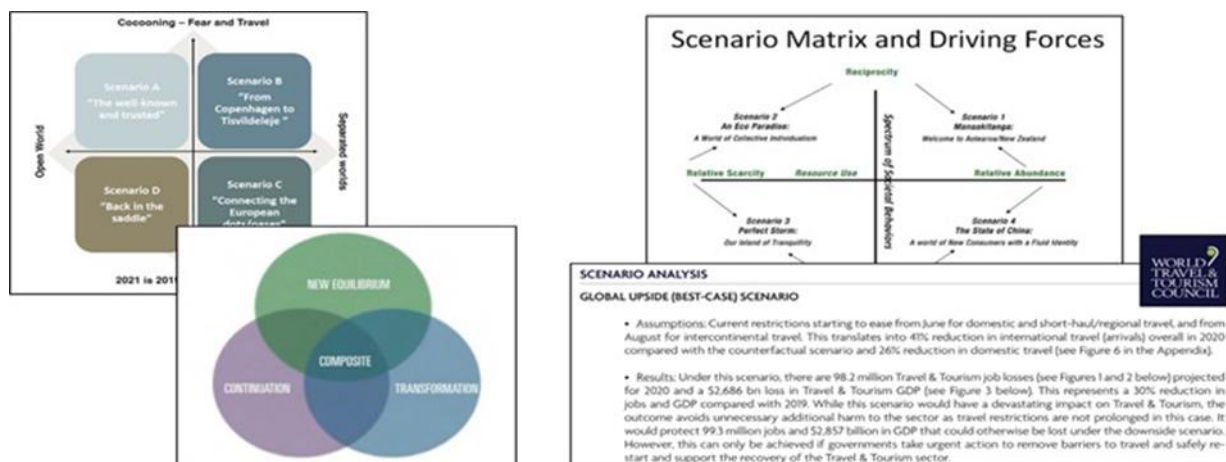
- postoji širok raspon mogućih alternativnih budućnosti,
- scenariji imaju različitu vjerojatnost nastanka,
- alternativne budućnosti za strateško planiranje treba promatrati bez novih intervencija od donositelja odluka (RH) s obzirom na to da iste predstavljaju osnovu za strateško planiranje.

Ilustrativan primjer pristupa odabira alternativnih budućnosti (scenarija)



Osim identifikacije ključnih faktora utjecaja na razvoj hrvatskog turizma, za odabir scenarija napravljena je i analiza postojećih primjera dobre prakse u izradi scenarij analiza.

Ilustrativni primjeri identificiranih analiza scenarija

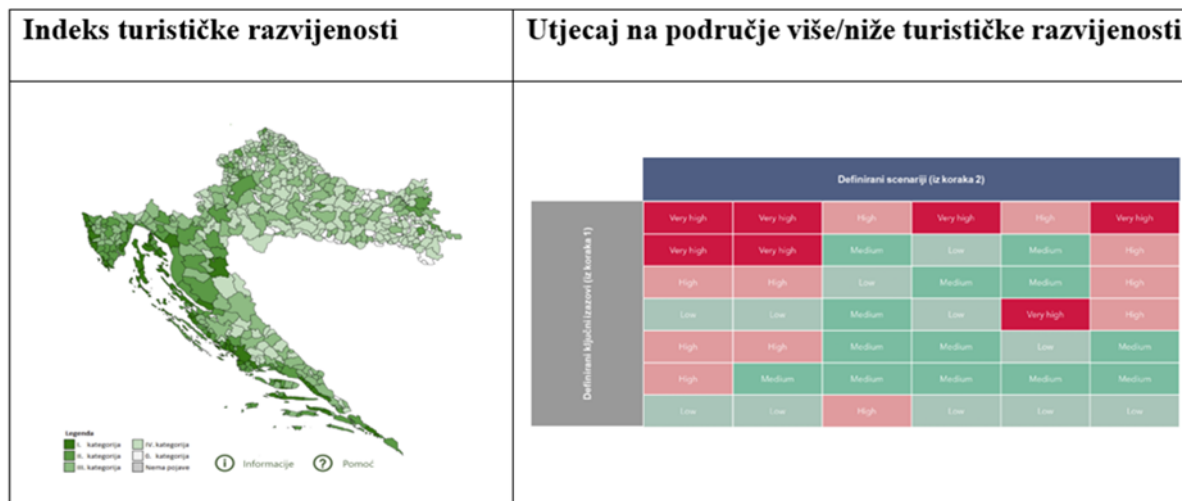


Nakon definiranja konkretnih scenarija, nastavilo se s ocjenom utjecaja pojedinih scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma, s ciljem identifikacija mogućih zona rizika, pogotovo sa stajališta održivosti.

Za procjenu utjecaja korištena su 3 različita pristupa:

1. Utjecaj pojedinih scenarija na ključne izazove iz perspektive cjelokupnog turizma,
2. Utjecaj pojedinih scenarija na ključne izazove iz perspektive turistički razvijenih i nerazvijenih područja,
3. Utjecaj pojedinih scenarija na odabrane pokazatelje održivosti.

Ilustrativni primjer aplikacije procjene utjecaja po pojedinim scenarijima i područjima



Uključivanje dionika u proces izrade Analize scenarija

U sve faze izrade Analize scenarija uključeni su ključni dionici turističkog sektora, predstavnici tijela državne uprave i jedinica lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava, , predstavnici civilnog društva te znanstvenici i stručnjaci za pojedina područja.

Identifikacija ključnih izazova te sagledavanje alternativnih budućnosti temeljeni su i na primarnim istraživanjima stavova lokalnog stanovništva.

Participacija ključnih dionika turističkog sektora, predstavnika tijela državne uprave i jedinica lokalnih i područnih (regionalnih) samouprava, predstavnika civilnog društva i znanstvene i stručne zajednice osigurana je kroz formiranje i rad radne skupine.

Dodatna participacija znanstvene i stručne zajednice osigurana je kroz provođenje ciljanih radionica.

Pregled sudjelovanja dionika po pojedinim koracima izrade Analize scenarija.

Korak	Uključeni dionici	Aktivnosti
Prikupljanje elemenata za ključnih scenarija	Lokalno stanovništvo Radna skupina Ekspertna skupina	Primarno istraživanje stavova lokalnog stanovništva. Radionice s članovima radne skupine i ekspertnog tima u cilju definiranja ključnih izazova hrvatskog turizma. Anketa provedena među članovima radne skupine u cilju definiranja trendova i utjecaja ključnih varijabli na izazove hrvatskog turizma u alternativnim budućnostima.
Formiranje scenarija alternativnih budućnosti	Radna skupina Ekspertna skupina Opća populacija	Radionica ekspertne skupine za izradu prijedloga alternativnih budućnosti temeljena na istraživanjima stavova lokalnog stanovništva.
Procjena utjecaja scenarija na ključne izazove hrvatskog turizma	Radna skupina Ekspertna skupina	Radionica ekspertne skupine za procjenu snage utjecaja pojedinih varijabli u pojedinim scenarijima. Anketa provedena među članovima radne skupine i ekspertnog tima o procjeni utjecaja scenarija na odabrane okolišne i klimatske pokazatelje.

Identifikacija smjernica za „Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine“	Ekspertna skupina	Temeljem inputa koraka 1 – 3
Završna verzija dokumenta	Ekspertna skupina Radna skupina Europska komisija	Nacrt dokumenta Analiza scenarija upućen je na savjetovanje Europskoj komisiji i članovima radne skupine. Na temelju pristiglih komentara, ekspertna skupina finalizira dokument.

Uključivanje lokalnog stanovništva i ostalih relevantnih dionika u proces izrade Analize scenarija

Za potrebe izrade Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, a u cilju dobivanja cjelovite slike stanja turizma kao i adekvatne podloge za buduće održivo razvojno usmjerenje turizma Hrvatske, proveden je niz primarnih istraživanja koja su uključivala ključne dionike turizma i njihove percepcije i stavove o turizmu. Kao input u prvom koraku izrade Analize scenarija uzeti su u obzir stavovi i percepcije lokalnog stanovništva kao i razine njihove potpore daljnjem razvoju turizma. U obzir su uzete i razlike u stavovima s obzirom na različitost regija.

Osnovni ciljevi istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i uključivali su utvrđivanje:

- razine zadovoljstva pojedinim elementima turizma njihove županije,
- percepcije pozitivnih i negativnih ekonomskih, ekoloških i socio-kulturoloških utjecaja koje turizam generira,
- razine potpore daljnjem razvoju turizma,
- u kojoj mjeri je lokalno stanovništvo uključeno u aktivnosti vezane za turizam i žele li biti aktivnije uključeni u procese vezane za turizam,
- koje oblike turizma lokalno stanovništvo drži da je važno razvijati u njihovoj županiji.

U istraživanju stavova lokalnog stanovništva sudjelovalo je 1166 ispitanika. Kontrola kvalitete ispunjavanja upitnika provedena je tijekom i nakon istraživanja po kriterijima načina odgovaranja i stupnju dovršenosti upitnika. Upitnici koji nisu prošli kontrolu kvalitete isključeni su iz uzorka i obrade rezultata.

Profil ispitanika

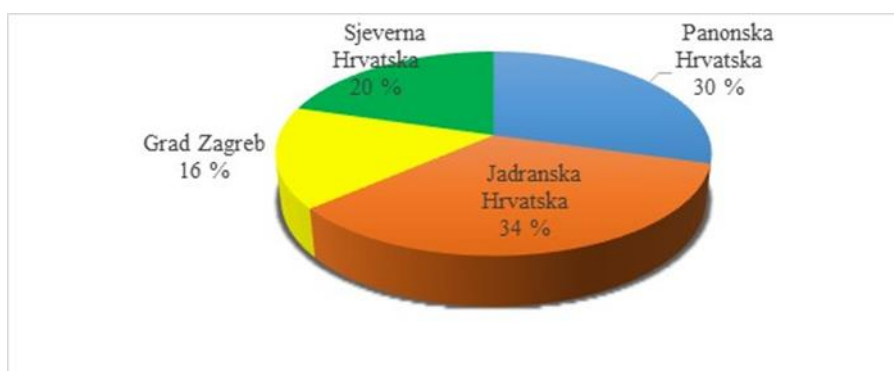
Istraživanjem su obuhvaćene sve županije Hrvatske. Tablica 17. Zastupljenost ispitanika po županijama prikazuje distribuciju ispitanika po županijama. Najveći je udio ispitanika iz Grada Zagreba (16 %), slijede ispitanici iz Splitsko-dalmatinske (9,9 %) i Primorsko-goranske županije (7,2 %).

Tablica 17. Zastupljenost ispitanika po županijama, N = 1166

Županija	N	%
Bjelovarsko-bilogorska	31	2,7
Brodsko-posavska	48	4,1
Dubrovačko-neretvanska	31	2,7
Grad Zagreb	186	16,0
Istarska	63	5,4
Karlovačka	32	2,7
Koprivničko-križevačka	30	2,6
Krapinsko-zagorska	55	4,7
Ličko-senjska	26	2,2
Međimurska	17	1,5
Osječko-baranjska	78	6,7

Požeško-slavonska	27	2,3
Primorsko-goranska	84	7,2
Sisačko-moslavačka	53	4,5
Splitsko-dalmatinska	116	9,9
Šibensko-kninska	24	2,1
Varaždinska	58	5,0
Virovitičko-podravska	24	2,1
Vukovarsko-srijemska	50	4,3
Zadarska	55	4,7
Zagrebačka	78	6,7

S obzirom na raznolikost i neujednačenu regionalnu turističku razvijenost Hrvatske, pri analizi rezultata posebna se pažnja posvetila razlikama u stavovima i percepcijama stanovnika sukladno strukturi HR NUTS 2 regija (HR_NUTS 2021).



Grafikon 5 Zastupljenost ispitanika po HR NUTS 2 regijama, N = 1166

Profil ispitanika sukladno HR NUTS 2 regijama

Obilježje	Ukupno N= 1166	Panonska Hrvatska N= 343	Jadranska Hrvatska N= 399	Grad Zagreb N= 186	Sjeverna Hrvatska N= 238
%					
Spol					
Muški	32,4	33,5	31,3	34,4	31,1
Ženski	67,0	65,6	68,2	65,1	68,5
Ostalo	0,6	0,9	0,5	0,5	0,4
Obrazovanje					
Osnovna škola	0,3	0,6	0,3	0,0	0,0
Srednja škola	20,5	25,7	20,8	12,9	18,6
Viša škola	9,6	11,7	10,5	8,1	6,3
Fakultet	47,0	45,2	45,9	48,4	50,2
Magisterij ili doktorat znanosti	22,2	16,6	22,1	30,1	24,5
Ostalo	0,4	0,3	0,5	0,5	0,4
Status					
Zaposlen u turizmu	16,8	11,1	24,8	15,1	13,1
Zaposlen u drugim djelatnostima	64,5	69,4	59,4	66,7	64,6
Nezaposlen	3,9	5,0	3,8	3,2	3,4
Umirovljenik	4,2	4,7	5,3	1,6	3,8
Student, učenik	7,4	7,0	4,0	9,7	11,8
Ostalo	3,1	2,9	2,8	3,8	3,4
Prosječna dob	40,7	41,1	41,6	39,9	39,5

Najvažniji nalazi istraživanja

Istraživanje stavova lokalnog stanovništva rezultiralo je sljedećim najvažnijim nalazima u kontekstu Analize scenarija⁶⁵:

- Većina ispitanika ocjenjuje kako je umreženost turizma i ostalog gospodarstva, uključenost lokalnog stanovništva u razvoj turizma kao i kvaliteta upravljanja turizmom na nezadovoljavajućoj razini. Nadalje, drže kako je turistička ponuda nedovoljno inovativna te su svjesni problematike radne snage i nedovoljnog plasiranja lokalno proizvedene hrane i pića kroz turizam. Polovica ispitanika drži da je u njihovoj županiji očuvanost okoliša (51,3 %) i uređenost javnih površina (50,3 %) na zadovoljavajućoj ili izrazito zadovoljavajućoj razini. Tek 35,3 % ispitanika drži da je stanje turizma u njihovoj županiji zadovoljavajuće dok njih 32,8 % nije zadovoljno stanjem turizma u svojoj županiji;
- 53,4 % ispitanika slaže se s tvrdnjom da razvoj turizma pridonosi ostanku mladih u Hrvatskoj;
- Preko polovice ispitanika (52,2 %) drži kako je u njihovoj županiji turizam privukao dodatne investicije i generirao nove poslove (52,9 %). Ispitanici percipiraju kako se razvojem turizma unaprjeđuje komunalna i prometna infrastruktura te kako lokalno stanovništvo i poslovni subjekti imaju ekonomske koristi od turizma;
- Rezultati ukazuju i na to da ispitanici nešto snažnije percipiraju pozitivne ekološke i socio-kulturološke učinke koje turizam generira u njihovim županijama. Naime, 59 % ispitanika slaže se kako turizam potiče na povećanje svijesti o važnosti očuvanja okoliša, dok njih 55,8 % drži kako turizam potiče zaštitu i unaprjeđenje kvalitete okoliša. Pored navedenog, čak 75,5 % ispitanika drži da turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića dok se njih 75,3 % slaže da turizam potiče očuvanje kulturne baštine;
- Rezultati istraživanja ukazuju na to da ispitanici u većoj mjeri ne percipiraju da turizam generira negativne učinke u njihovim županijama (ukupna prosječna ocjena slaganja iznosi 3,03 od 5). Tako se primjerice preko 64 % ispitanika ne slaže s tvrdnjom da turizam ugrožava kvalitetu života lokalnog stanovništva kao i da je zbog turizma povećana stopa vandalizma, kriminala i upotreba narkotika. 41,8 % ispitanika smatra kako je turizam razlog gužvama na javnim prostorima, a 44,5 % smatra kako nekontrolirana izgradnja ugrožava prostor njihove županije;
- Među negativnim učincima turizma, više od polovine ispitanika (njih 55 %) drži da su se uslijed turističkog razvoja povećali troškovi života lokalnog stanovništva;
- Uspoređujući stavove ispitanika prema regijama iz kojih dolaze, može se zaključiti kako su ispitanici iz turistički najrazvijenije regije, Jadranske Hrvatske, oni koji u najvećoj mjeri percipiraju negativne učinke turizma (ukupna prosječna ocjena iznosi 3,59 od 5), slijede ispitanici iz Grada Zagreba (3,08 od 5), a potom ispitanici Sjeverne Hrvatske (2,76 od 5) i Panonske Hrvatske (2,49 od 5);
- Ispitanici Jadranske Hrvatske u najvećoj mjeri percipiraju povećanje troškova života uslijed turističkog razvoja (prosječna ocjena slaganja iznosi visokih 4,2 od 5), potom kako turizam uzrokuje prometne probleme (4,1 od 5) te da je prostor Jadranske Hrvatske ugrožen zbog nekontrolirane izgradnje (4,0 od 5).

Članovi Radne skupine i njihov doprinos izradi Analize scenarija

Radna skupina formirana je odlukom MINTS-a kao tijelo koje sudjeluje u radu Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine te Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine.

Radna skupina sastoji se od 50 članova te 43 zamjene članova (ukupno 93⁶⁶). Sudjelovanje na sastancima Radne skupine omogućeno je kako članovima tako i njihovim zamjenicima. Prilikom anketiranja, anketni upitnici šalju se i članovima i njihovim zamjenicima.

Ključni doprinos radne skupine izradi scenarija sastoji se u:

- davanju prijedloga mišljenja i konačnoj potvrdi ključnih izazova hrvatskog turizma,
- sudjelovanju u definiranju trendova i utjecaja ključnih varijabli na izazove hrvatskog turizma u alternativnim budućnostima – anketni upitnik,
- sudjelovanju u procjeni utjecaja scenarija na odabrane okolišne i klimatske pokazatelje – anketni upitnik,
- davanju prijedloga mišljenja na završni nacrt cjelokupnog dokumenta Analize scenarija.

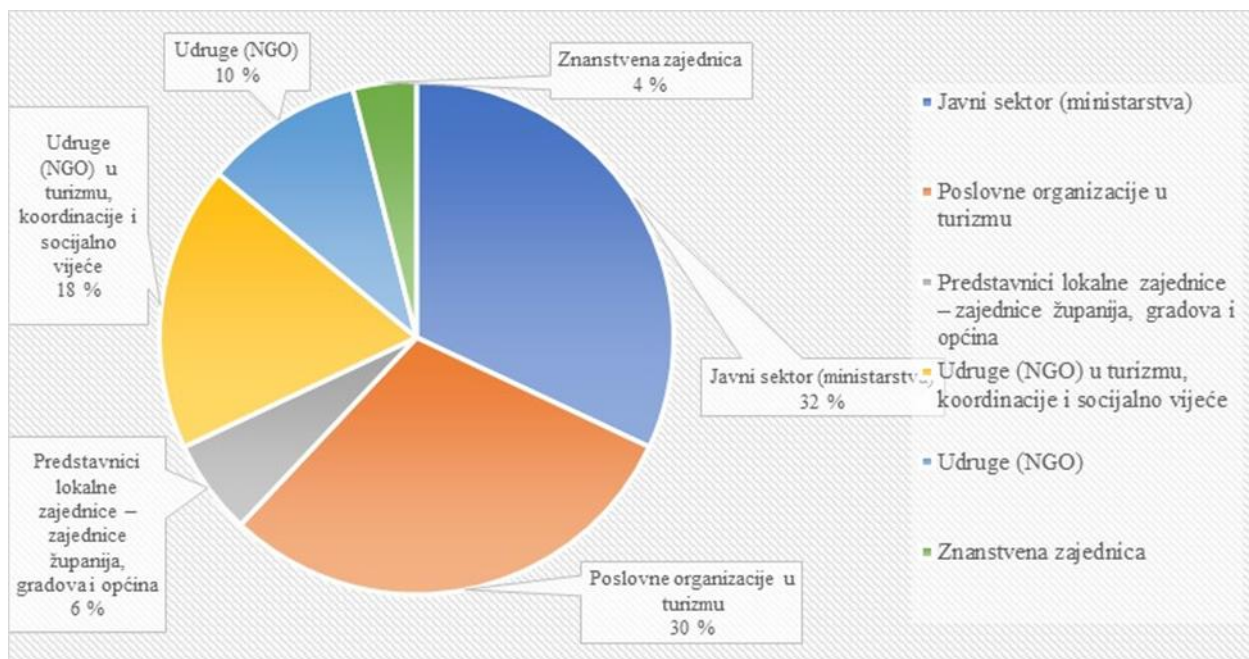
Pregled sastava i strukture članova Radne skupine

Naziv institucije	Broj predstavnika institucije (član RS)	Broj predstavnika institucije (zamjena člana RS)	Broj predstavnika institucije (ukupno)
1. Ministarstvo turizma i sporta	8	2	10
2. Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova EU	1	1	2
3. Ministarstvo financija	1	1	2
4. Ministarstvo kulture i medija	1	1	2
5. Ministarstvo poljoprivrede	1	1	2
6. Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine	1	1	2
7. Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja	2	3	5
8. Ministarstvo zdravstva	1	1	2
9. Hrvatska zajednica županija	1	1	2
10. Hrvatska zajednica općina	1	1	2
11. Udruga gradova	1	0	1
12. Hrvatska udruga poslodavaca	1	1	2
13. Hrvatski planinarski savez	1	1	2
14. Udruga nastavnika u djelatnosti ugostiteljskog obrazovanja (UNUO)	1	1	2
15. Hrvatska gospodarska komora	9	8	17
16. Hrvatska obrtnička komora	1	1	2
17. Hrvatska turistička zajednica	1	1	2
18. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske	1	1	2
19. Udruga hrvatskih putničkih agencija	1	1	2
20. Nacionalna udruga obiteljskih i malih hotela	1	1	2

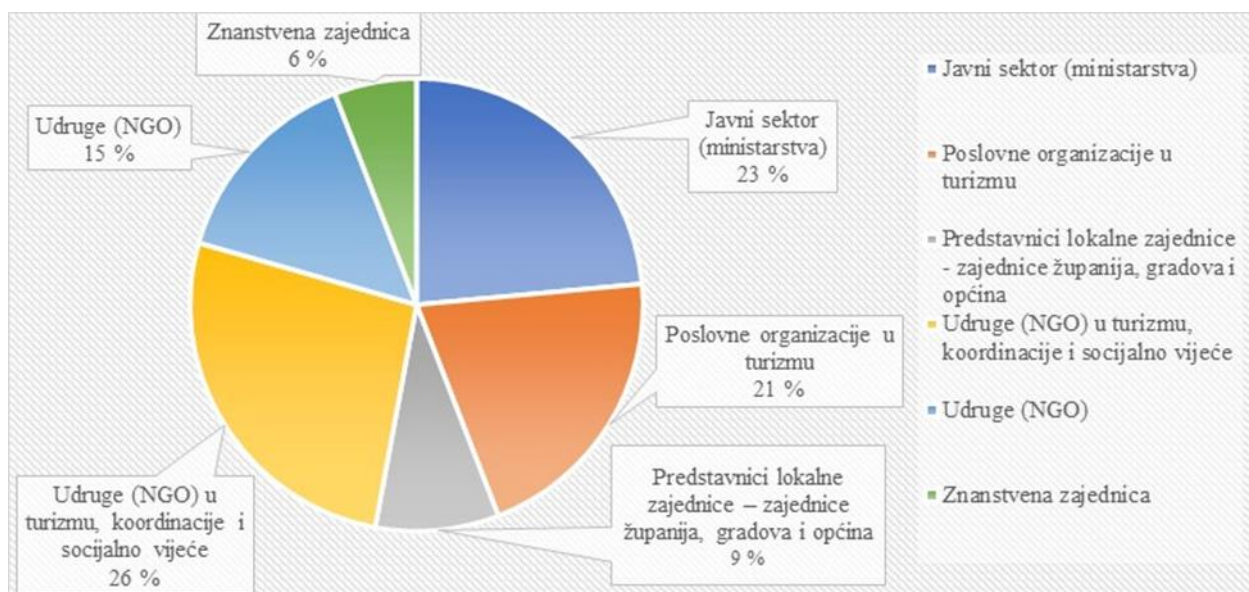
Naziv institucije	Broj predstavnika institucije (član RS)	Broj predstavnika institucije (zamjena člana RS)	Broj predstavnika institucije (ukupno)
21. Kamping udruženje Hrvatske	1	1	2
22. Hrvatska udruga turizma	1	1	2
23. Nacionalna udruga ugostitelja	1	1	2
24. Udruga ruralnog turizma Hrvatske	1	1	2
25. Socijalno vijeće za turizam	1	1	2
26. Institut za turizam	1	1	2
27. Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu	1	1	2
28. Koordinacijsko tijelo za razvoj cikloturizma	1	1	2
29. Udruga za zaštitu prirode i okoliša te promicanje održivog razvoja Argonauta	1	1	2
30. Udruga za zaštitu prirode i okoliša Zeleni Osijek	1	1	2
31. Hrvatski ronilački savez	1	1	2
32. Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce	1	1	2
33. Interpret Europe, Hrvatska	1	1	2
34. Udruga „MI“ – Split	1	1	2
UKUPNO:	50	43	93

Struktura Radne skupine

Naziv institucije	Broj predstavnika institucije (član RS)	Broj predstavnika institucije (zamjena člana RS)	Broj predstavnika institucije (ukupno)
Javni sektor (ministarstva)	16	11	27
Poslovne organizacije u turizmu	15	14	29
Predstavnici lokalne zajednice - zajednice županija, gradova i općina	3	2	5
Udruge (NGO) u turizmu, koordinacije i socijalno vijeće	9	9	18
Udruge (NGO)	5	5	10
Znanstvena zajednica	2	2	4
UKUPNO	50	43	93



Grafikon 1 Zastupljenosti institucija (% od ukupno članova) u radnoj skupini

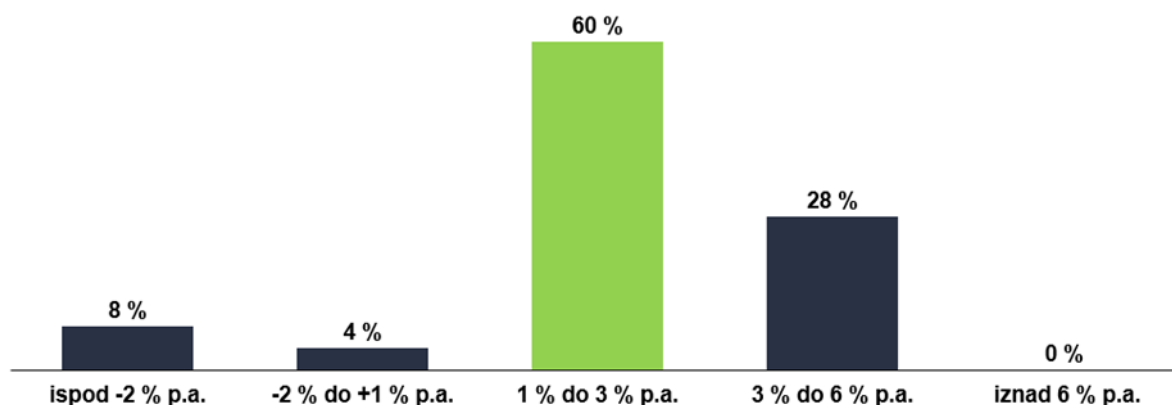


Grafikon 2 Zastupljenosti institucija (po broju institucija) u radnoj skupini

Doprinos članova Radne skupine u definiranju trendova i utjecaja ključnih varijabli na izazove hrvatskog turizma u alternativnim budućnostima.

U sklopu izrade analize scenarija članovi radne skupine sudjelovali su u anketi za procjenu utjecaja pojedinih trendova i izazova na razvoj hrvatskog turizma te na radionici na kojoj su se isti trendovi prezentirali. Anketni upitnik bio je upućen svim članovima radne skupine i njihovim zamjenama te je u vremenu trajanja ankete zaprimljeno ukupno 27 odgovora. Odgovori na pojedina pitanja u anketnom upitniku prezentirani su u nastavku.

Rezultat ankete prema Radnoj skupini: Koja je očekivana prosječna stopa rasta broja noćenja u Hrvatskoj od 2022. do 2030. godine?



Grafikon 3 Očekivana stopa rasta broja noćenja u Hrvatskoj 2022. – 2030. godine prema procjeni članova radne skupine

Rezultati ankete: Utjecaj relevantnih trendova na budućnost RH turizma

	Ekološka osviještenost i održivost	Tehnološke promjene	Dostupnost znanja	Ubrzanost promjena	Akvizicija kvalitetne radne snage	Demografske promjene	Intenzivna globalizacija	Fokus na zdravlje	Ekonomski rast
1	4 %	0 %	0 %	8 %	16 %	8 %	0 %	0 %	0 %
2	4 %	4 %	4 %	20 %	40 %	20 %	8 %	4 %	20 %
3	36 %	20 %	40 %	32 %	12 %	32 %	48 %	32 %	44 %
4	40 %	60 %	40 %	24 %	12 %	28 %	44 %	48 %	32 %
5	16 %	16 %	16 %	16 %	20 %	12 %	0 %	16 %	4 %

Rezultati ankete: Utjecaj očekivanog razvoja hrvatskog turizma na ključne izazove

	Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti	Neadekvatna struktura i kvaliteta smještaja	Visoka sezonalnost i neprimjerena opterećenost prostora	Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje	Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir	Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva	Međudodnos turizma i klimatskih promjena	Utjecaj kriza na turizam te promjene ponašanja i potreba turista	Ubrzane tehnološke promjene u turizmu
1	40 %	4 %	8 %	12 %	8 %	0 %	8 %	8 %	8 %
2	36 %	24 %	36 %	20 %	44 %	36 %	32 %	28 %	12 %
3	4 %	56 %	28 %	44 %	12 %	44 %	36 %	40 %	32 %
4	4 %	8 %	12 %	16 %	32 %	20 %	16 %	12 %	44 %
5	16 %	8 %	16 %	8 %	4 %	0 %	8 %	12 %	4 %

Doprinos članova Radne skupine procjeni utjecaja scenarija na odabrane okolišne i klimatske pokazatelje – anketni upitnik.

U sklopu izrade analize scenarija članovi radne skupine sudjelovali su u anketi za procjene utjecaja scenarija na odabrane okolišne i klimatske pokazatelje. Anketni upitnik poslan je svim članovima radne skupine i njihovim zamjenama te je zaprimljeno ukupno 48 odgovora. Odgovori na pitanja u anketnom upitniku prezentirani su u nastavku.

Negativan scenarij- pad intenziteta	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj na prostor	15 %	21 %	19 %	42 %	4 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na rijeke	6 %	23 %	31 %	38 %	2 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na jezera	8 %	21 %	27 %	42 %	2 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na more	15 %	19 %	19 %	38 %	10 %
Utjecaj na tlo i zemljište	8 %	23 %	31 %	33 %	4 %
Utjecaj na prirodne resurse	13 %	21 %	31 %	27 %	8 %
Utjecaj na ekološki status šuma i šumskog zemljišta	10 %	6 %	38 %	40 %	6 %
Utjecaj stanje šuma i šumskih zemljišta obzirom na biotičke čimbenike	10 %	15 %	33 %	35 %	6 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskih zemljišta s obzirom na abiotičke čimbenike	10 %	19 %	31 %	35 %	4 %
Utjecaj na bio raznolikost, očuvanje prirodnih staništa i pritisak na staništa ugroženih životinja	10 %	15 %	25 %	44 %	6 %
Utjecaj na količinu generiranog komunalnog otpada	13 %	19 %	10 %	48 %	10 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na cestovni prijevoz	13 %	27 %	19 %	38 %	4 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na zračni prijevoz	13 %	25 %	23 %	35 %	4 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na morski prijevoz	13 %	29 %	33 %	25 %	0 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na riječni prijevoz	17 %	23 %	46 %	15 %	0 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj nove energetske efikasne smještajne strukture koja koristi obnovljive izvore energije i okolišno prihvatljivije materijale u izgradnji i opremanju	15 %	17 %	46 %	19 %	4 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj održivih oblika prijevoza kao posljedica poticanja izgradnje električnih punionica, jačanja javnog prijevoza te uključivanja intermodalnog prijevoza u destinaciji	10 %	25 %	44 %	19 %	2 %
Procijenite utjecaj na onečišćenje zraka primarno iz cestovnog prometa, a osobito u urbanim sredinama	10 %	17 %	19 %	50 %	4 %

Negativan scenarij- rast intenziteta	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj na prostor	50 %	38 %	8 %	4 %	0 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na rijeke	21 %	52 %	19 %	8 %	0 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na jezera	23 %	52 %	19 %	6 %	0 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na more	52 %	33 %	10 %	2 %	2 %
Utjecaj na tlo i zemljište	46 %	40 %	10 %	4 %	0 %
Utjecaj na prirodne resurse	17 %	52 %	23 %	8 %	0 %
Utjecaj na ekološko stanje šuma i šumskih zemljišta	21 %	67 %	8 %	4 %	0 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskog zemljišta obzirom na biotičke čimbenike	23 %	58 %	13 %	6 %	0 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskog zemljišta obzirom na abiotičke čimbenike	2 %	33 %	52 %	10 %	2 %
Utjecaj na bio raznolikost, očuvanje prirodnih staništa i pritisak na staništa ugroženih životinja	38 %	50 %	6 %	6 %	0 %
Utjecaj na količinu generiranog komunalnog otpada	52 %	35 %	6 %	4 %	2 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na cestovni prijevoz	38 %	44 %	8 %	10 %	0 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na zračni prijevoz	19 %	40 %	25 %	17 %	0 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na morski prijevoz	15 %	44 %	23 %	19 %	0 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na riječni prijevoz	10 %	38 %	38 %	15 %	0 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj nove energetske efikasne smještajne strukture koja koristi obnovljive izvore energije i okolišno prihvatljivije materijale u izgradnji i opremanju	19 %	52 %	17 %	8 %	4 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj održivih oblika prijevoza kao posljedica poticanje izgradnje električnih punionica, jačanja javnog prijevoza te uključivanja intermodalnog prijevoza u destinaciji	10 %	35 %	31 %	19 %	4 %
Utjecaj na onečišćenje zraka primarno iz cestovnog prometa, a osobito u urbanim sredinama	46 %	44 %	6 %	4 %	0 %

Bazni scenarij	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj na prostor	0 %	50 %	35 %	13 %	2 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na rijeke	0 %	31 %	52 %	17 %	0 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na jezera	0 %	31 %	54 %	15 %	0 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na more	6 %	42 %	38 %	13 %	2 %
Utjecaj na tlo i zemljište	2 %	42 %	44 %	10 %	2 %
Utjecaj na prirodne resurse	2 %	29 %	58 %	8 %	2 %

Bazni scenarij	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj na ekološko stanje šuma i šumskih zemljišta	2 %	35 %	50 %	8 %	4 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskih zemljišta obzirom na biotičke čimbenike	2 %	42 %	46 %	8 %	2 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskih zemljišta obzirom na abiotičke čimbenike	2 %	33 %	52 %	10 %	2 %
Utjecaj na bio raznolikost, očuvanje prirodnih staništa i pritisak na staništa ugroženih životinja	4 %	50 %	33 %	10 %	2 %
Utjecaj na količinu generiranog komunalnog otpada	10 %	56 %	25 %	4 %	4 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na cestovni prijevoz	6 %	44 %	40 %	8 %	2 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na zračni prijevoz	0 %	29 %	50 %	17 %	4 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na morski prijevoz	2 %	23 %	56 %	13 %	6 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na riječni prijevoz	2 %	15 %	75 %	4 %	4 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj nove energetske efikasne smještajne strukture koja koristi obnovljive izvore energije i okolišno prihvatljivije materijale u izgradnji i opremanju	0 %	29 %	50 %	13 %	8 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj održivih oblika prijevoza kao posljedica (poticanje izgradnje električnih punionica, jačanja javnog prijevoza te uključivanja intermodalnog prijevoza u destinaciji)	0 %	21 %	48 %	25 %	6 %
Utjecaj na onečišćenje zraka primarno iz cestovnog prometa, a osobito u urbanim sredinama	6 %	48 %	35 %	6 %	4 %

Pozitivan scenarij	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj na prostor	4 %	4 %	21 %	44 %	27 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na rijeke	2 %	6 %	17 %	54 %	21 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na jezera	0 %	10 %	23 %	44 %	23 %
Utjecaj na ekološki status vodenih površina s naglaskom na more	4 %	10 %	23 %	44 %	19 %
Utjecaj na tlo i zemljište	4 %	13 %	19 %	42 %	23 %
Utjecaj na prirodne resurse	2 %	10 %	17 %	52 %	19 %
Utjecaj na ekološko stanje šuma i šumskih zemljišta	4 %	13 %	21 %	46 %	17 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskih zemljišta obzirom na biotičke čimbenike	4 %	10 %	23 %	46 %	17 %
Utjecaj na stanje šuma i šumskih zemljišta obzirom na abiotičke čimbenike	4 %	6 %	35 %	35 %	19 %
Utjecaj na bio raznolikost, očuvanje prirodnih staništa i pritisak na staništa ugroženih životinja	2 %	15 %	19 %	44 %	21 %
Utjecaj na količinu generiranog komunalnog otpada	8 %	21 %	21 %	29 %	21 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na cestovni prijevoz	4 %	17 %	25 %	40 %	15 %

Pozitivan scenarij	Izrazito negativan utjecaj	Negativan utjecaj	Neutralan utjecaj	Pozitivan utjecaj	Izrazito pozitivan utjecaj
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na zračni prijevoz	2 %	13 %	25 %	33 %	27 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na morski prijevoz	2 %	13 %	23 %	35 %	27 %
Utjecaj očekivanog kretanja povećanja udjela transporta uslijed povećanja intenziteta turizma s naglaskom na riječni prijevoz	0 %	6 %	48 %	33 %	13 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj nove energetske efikasne smještajne strukture koja koristi obnovljive izvore energije i okolišno prihvatljivije materijale u izgradnji i opremanju	2 %	4 %	23 %	33 %	38 %
Utjecaj CO2 emisija s naglaskom na utjecaj održivih oblika prijevoza kao posljedica (poticanje izgradnje električnih punionica, jačanja javnog prijevoza te uključivanja intermodalnog prijevoza u destinaciji)	0 %	4 %	21 %	35 %	40 %
Utjecaj na onečišćenje zraka primarno iz cestovnog prometa, a osobito u urbanim sredinama	4 %	27 %	13 %	42 %	15 %

Članovi ekspertnog tima

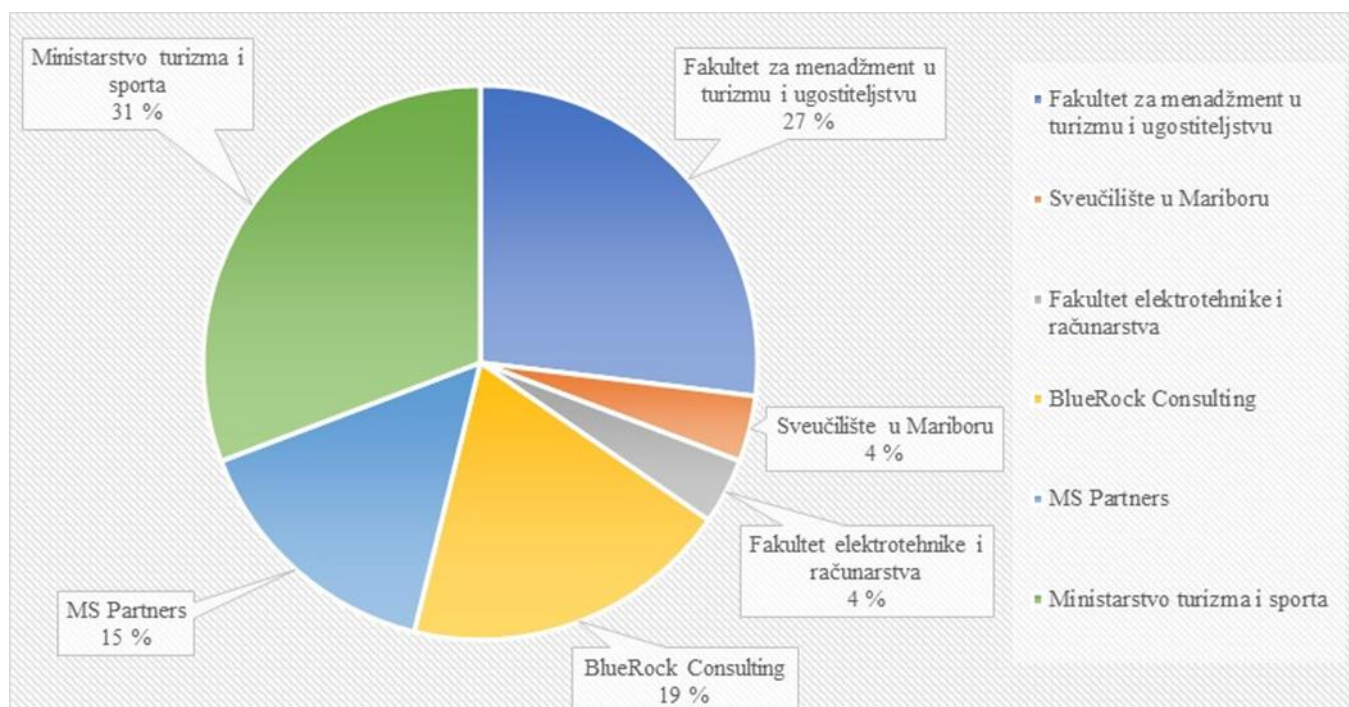
Članove ekspertne skupine sačinjavali su članovi tima za izradu strategije i osoba imenovanih od strane Ministarstva turizma i sporta. Na izradi i reviziji analize scenarija sudjelovalo je ukupno 25 članova tima koji su bili uključeni u sve korake izrade analize scenarija.

Pregled sastava i strukture članova ekspertnog tima

Sastav ekspertnog tima

Naziv organizacije	Broj članova
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu	7
Sveučilište u Mariboru	1
Fakultet elektrotehnike i računarstva	1
BlueRock Consulting	5
MS Partners	4
Ministarstvo turizma i sporta	8

Pregled strukture članova ekspertnog tima



Grafikon 4 Pregled strukture članova ekspertnog tima

Rezultati odabranih radionica

Utjecaj globalnih izazova na razvoj Hrvatskog turizma (ekspertna procjena)

Interni izazovi	Snaga utjecaja	Argumentacija
Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti		Nedovoljan broj domaće radne snage i neujednačenost obrazovnog sustava s potrebama tržišta rada koje rastu, uz nepovoljne uvjete za uvoz radne snage
Neadekvatna struktura i kvaliteta smještaja		Dominanta zastupljenost i trend nekontroliranog rasta visoko sezonalnog privatnog smještaja niske razine kvalitete, uz mnogo sporiji (i skuplji) razvoj hotela i kampova
Visoka sezonalnost i neprimjerena opterećenost prostora		Neodrživo prekapacitiranje infrastrukture – komunalne, cestovne, gradske, kupališne – i posljedično smanjenje kvalitete isporučenog iskustva radi previsokog vršnog opterećenja u kratkom razdoblju
Nepovoljno poslovno i investicijsko okruženje		Nepovoljni uvjeti za investicije (posebno greenfield), i poslovanje, uz visoko administrativno, fiskalno i legislativno ograničavajuće okruženje
Nedovoljno učinkovit zakonodavni i upravljački okvir		Visoko politizirani, nedovoljno profesionalni i visoko fragmentirani sustav upravljanja
Kvaliteta života i dobrobit lokalnog stanovništva		Visoka sezonalnost dovodi do turističke eksploatacije životnih prostora, snižava kvalitetu života, posebno u mjesecima vršnog opterećenja i pasivnog oslanjanja na djelatnosti povezane s turizmom

Procjena relevantnosti globalnih trendova kao moguće dominantne varijable scenarija

Globalni trendovi	Smjer utjecaja	Snaga utjecaja	Argumentacija
Ekološka osviještenost i održivost			Okolišna osviještenost je nedovoljna, očituje se primjerice u visokoj opterećenosti prostora priobalnog područja u sezoni.
Tehnološke promjene			Sektor se postepeno prilagođava na tehnološke promjene, nema značajnog gubitka u konkurentnosti
Dostupnost znanja			Transparentnija konkurencija smanjuje na pojedinim destinacijama sezonske premije (mogući pad prihoda i potreba za korekcijom cijena)
Ubrzanost promjena			Zbog oslonca na rentni model koji sociološki efektom uzrokuje nedostatak inovativnosti te ne prati ubranu razinu promjena
Povećanje konkurentnosti za akviziciju radne snage			Globalna nekonkurentnost u atraktivnosti rada i legislativna ispriječenost u efikasnom upravljanju ponudom i potražnjom na međunarodnom tržištu rada
Demografske promjene			Starenje stanovništva, iseljavanje mladog radno sposobnog stanovništva i sve manji broj mladih zainteresiranih za dugoročni rad u turizmu visoke vrijednosti
Intenzivna globalizacija			Otvorenost tržišne konkurencije kako za međunarodni turistički promet (npr. ukidanje viza) tako i na tržištu rada
Fokus na zdravlje			Potreba za razvojem novih turističkih proizvoda, primarno zdravstvenog turizma, i očuvanjem prirodnih atributa RH pogodnih za zdravlje (npr. čist zrak)
Ekonomski rast			Povećanje kupovne moći na emitivnim tržištima, odnosno povećanje tržišta za kupovinu proizvoda visoke dodane vrijednosti

⁶¹ Podaci Državnog zavoda za statistiku

⁶² World Economic Forum- Travel and Tourism Competitiveness Report, 2019

⁶³ Podaci Državnog zavoda za statistiku, 2019; u sustavu e visitora udio komercijalnog i nekomercijalnog smještaja u 8. mjesecu 2019 iznosio je 74 %.

⁶⁴ Popis dokumenata nalazi se na https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0019.02/DOC_2&format=PDF

⁶⁵ Cjelokupno istraživanje i svi nalazi sastavni su dio Strategije.

⁶⁶ Ukupan broj članova i njihovih zamjenika nakon proširenja radne skupine u prosincu 2021. godine

Prilog 2. PESTLE i SWOT analiza

Hrvatski turizam karakterizira vrlo visoka razina kompleksnosti i neizvjesnosti, uzrokovanih procesima globalizacije, depopulacije, širenjem granica tehnoloških mogućnosti kao i ostalim kriznim situacijama (pandemije, klimatske promjene, terorizam). Stoga, kako bi se što bolje sagledalo sadašnje stanje turizma, provedena je PESTLE analiza – analiza političkih (P), ekonomskih (E), socioloških (S), tehnoloških (T), pravnih (L) i ekoloških (E) činitelja okruženja u kojem se nalazi hrvatski turizam. Nakon PESTLE analize izvršena je i SWOT analiza – sagledane su snage (S), slabosti (W), mogućnosti (O) i prijetnje (T) turizma na razini cijele Hrvatske, a kao podloge i zasebne PESTLE i SWOT analize na HR NUTS 2, odnosno za Jadransku Hrvatsku, Sjevernu Hrvatsku, Grad Zagreb i Panonsku Hrvatsku.

PESTLE analiza

Temeljem analize sekundarnih podataka i prethodnih istraživanja, te uvažavajući inpute dobivene kroz dubinske intervjuje i radionice/fokus grupe s ključnim dionicima turističkog razvoja na NUTS 2 razinama, u analizu su uzete nekontrolirane varijable iz okruženja, s ciljem da se prepozna i ukaže na kritične činitelje koji bitno utječu na sadašnjost i budućnost hrvatskog turizma.

Cilj PESTLE analize je prepoznati i ukazati na kritične čimbenike koji bitno utječu na hrvatski turizam, što prikazuje sljedeća tablica, u kojoj su identificirani faktori značajni za razvoj održivog i otpornog turizma budućnosti.

Tablica 18. PESTLE analiza

Politički čimbenici		Ekonomski čimbenici	
S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)	S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)
• članstvo u Europskoj uniji • programi pomoći EU vezan za NPOO i VFO • uvođenje eura • integrirani pristup razvoju • usmjerenje ka kontinuiranom razvoju turizma • pristupanje Schengenu	• velik stupanj centralizacije • regionalna nejednakost • nedovoljna komunikacija između središnje, regionalne i lokalne vlasti • geopolitički odnosi u regiji • nedovoljna suradnja javnog, privatnog i civilnog sektora	• članstvo u Europskoj uniji • programi pomoći EU vezan za NPOO i VFO • uvođenje eura • integrirani pristup razvoju • usmjerenje ka kontinuiranom razvoju turizma • pristupanje Schengenu	• gospodarska kriza uzrokovana pandemijom • visoka porezna opterećenja (PDV) • dominacija turizma u Jadranskoj Hrvatskoj, uz zanemarivanje ostalih djelatnosti • nedovoljna iskorištenost EU fondova • nedovoljno uključivanje turističkog privatnog sektora u lokalne investicije • nedovoljna umreženost turističkih subjekata s ostalim djelatnostima gospodarstva

Sociološki čimbenici		Tehnološki čimbenici	
S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)	S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)
- očuvana kulturno-povijesna baština i prirodni resursi - jačanje svijesti dionika o odgovornom i održivom poslovanju - želja turista za sigurnošću - digitalni nomadi	- negativan demografski pokazatelji (iseljavanje stanovništva) - nedostatak kadrova (uključujući njihove primjerene kompetencije) turizmu - komplikirane procedure za uvoz radne snage - nedovoljno uključivanje stanovništva u turističke razvojne projekte (aktivnija participacija građana)	- očuvana kulturno-povijesna baština i prirodni resursi - jačanje svijesti dionika o odgovornom i održivom poslovanju - želja turista za sigurnošću - digitalni nomadi	- visoki troškovi ICT infrastrukture - slaba dostupnost otvorenih podataka iz područja turizma - niska pozicioniranost na DESI indeksu
Ekološki čimbenici		Pravni čimbenici	
S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)	S povoljnim utjecajem (+)	S nepovoljnim utjecajem (-)
- sve veći broj međunarodne regulative s ciljem zaštite okoliša - raspoloživi fondovi EU povezani s EE, OIE, okolišem - prilagodba klimatskim promjenama	- globalni rast zagađenja - nemogućnost utjecaja na incidentne situacije u regiji (industrijsko zagađenje Jadranskog mora iz Italije te otpad iz Albanije) - zagađenje zraka (Slavonija)	- sve veći broj međunarodne regulative s ciljem zaštite okoliša - raspoloživi fondovi EU povezani s EE, OIE, okolišem - prilagodba klimatskim promjenama	- globalni rast zagađenja - nemogućnost utjecaja na incidentne situacije u regiji (industrijsko zagađenje Jadranskog mora iz Italije te otpad iz Albanije) - zagađenje zraka (Slavonija)

Izvor: rezultati radionica, sastanci s Upravljačkim odborom i Radnom skupinom.

SWOT analiza

SWOT analiza nastala je na temelju analize obilježja turističke ponude Hrvatske, resursa s kojima Hrvatska raspolaže, trendova na turističkom tržištu kao i na temelju rezultata niza primarnih istraživanja, provedenih dubinskih intervju te održanih radionica.

Snage	Slabosti
- Različitost prirodnih i kulturnih atrakcija i resursa - Očuvana i zaštićena područja - Bogata kulturna baština - Bogatstvo materijalne i nematerijalne baštine pod zaštitom UNESCO-a - Sigurnost - Raznolikost i jedinstvenost hrvatskih regija - Geoprometni položaj - Tradicija u turizmu - Razvijenost pojedinih posebnih oblika turizma	- Zakonodavni okvir / nedostatak sinergije - Porezna politika - Vremenska i prostorna nejednačenost turističkog prometa i poslovanja - Nedostatni ljudski potencijali u brojnosti i kvaliteti - Naglašena sezonalnost (najveća na Mediteranu) - Neadekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta - Neefikasan sustav upravljanja turizmom - Nepovoljno poslovno okruženje

• Prepoznatljivost pojedinih turističkih destinacija Hrvatske • Povoljna klima • Kvaliteta života • Brojnost muzeja, galerija i drugih kulturnih institucija • Autentična eno i gastronomska ponuda • Bogatstvo mora, riječnih i močvarnih područja • Ljekoviti termalni i mineralni izvori • Ljubaznost i gostoljubivost stanovništva	• Slaba iskorištenost EU fondova te slabi kapaciteti za pripremu i provedbu EU projekata • Nedostatna i nefunkcionalna prometna i komunalna infrastruktura u turističkim destinacijama • Nedostatak svijesti o potrebi razvoja održivog turizma, zaštite prirodne i kulturne baštine • Nedostatak novih turističkih atrakcija • Nedostatne marketinške aktivnosti za promociju ruralnog turizma Hrvatske • Manjak inovativnosti • Nedostatna umreženost turizma i ostalog gospodarstva
Prilike	Prijetnje
• Potencijal fondova Europske unije • Potencijal ruralnog i kontinentalnog prostora • Javno privatno partnerstvo u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda • Aktivacija napuštene i neiskorištene državne imovine • Povezivanje turizma i poljoprivrede te drugih djelatnosti gospodarstva Hrvatske • Razvoj digitalnih tehnologija • Prilagodba ubrzanim tehnološkim promjenama u turizmu • Rast potražnje za posebnim oblicima turizma • Promjene u globalnim turističkim trendovima • Rast interesa turista za održivim i eko turističkim destinacijama • Interes lokalnih zajednica za uključivanje u procese planiranja turističkog razvoja • Snažnije uključivanje u međunarodne mreže i asocijacije • Jačanje lanca vrijednosti (opskrbe) – zeleno-plavo • Blizina emitivnih tržišta	• Krizne situacije (pandemije, ratovi, terorizam, klimatske promjene, ekonomska kriza i dr.) • Percepcija Hrvatske kao ljetne turističke destinacije • Razvoj turističkih proizvoda i posebnih oblika turizma u konkurentskim zemljama • Kontinuirana i sve agresivnija globalna konkurencija • Negativan trend pada lojalnosti gostiju • Brze promjene trendova na globalnom turističkom tržištu • Međuodnos turizma i klimatskih promjena • Utjecaj turizma na okoliš i prirodu

Sustav pokazatelja za praćenje održivosti turizma

U nastojanju da se Hrvatska etablira i nametne kao održiva turistička destinacija, pri čemu održivost počiva na jasno utvrđenim i mjerljivim pokazateljima, 2016. godine osnovan je **Hrvatski opservatorij održivog razvoja turizma – CROSTO** (eng. *CROatian Sustainable Tourism Observatory*). **CROSTO** je osnovan kao višegodišnji istraživački projekt u okviru kojeg se razvoj turizma, njegovi ekonomski, okolišni i društveni učinci prate putem primjene sustava pokazatelja *ETIS* (eng. *European Tourism Indicators System*) koji je razvila Europska komisija. Danas CROSTO vodi Institut za turizam u suradnji s Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske, Zavod za zaštitu okoliša i prirode, Hrvatske turističke zajednice i Državnog zavoda za statistiku. CROSTO opservatorij prati stanje održivosti turizma na području Jadranske Hrvatske, pri čemu se mjerenje na regionalnoj razini odvija u sedam

priobalnih županija: Istarskoj županiji, Primorsko-goranskoj županiji, Ličko-senjskoj županiji, Zadarskoj županiji, Šibensko-kninskoj županiji, Splitsko-dalmatinskoj županiji i Dubrovačko-neretvanskoj županiji. Navedene županije obuhvaćaju većinu turističke aktivnosti u Hrvatskoj te time predstavljaju najzanimljivije područje za uspostavu sustava mjerenja na regionalnoj razini. Nedostatak mjerenja je što nije obuhvaćeno područje cijele Hrvatske i što na lokalnoj razini postoje velike razlike u podacima, pa su stoga rezultati prikaz prosječnih vrijednosti i nude općeniti uvid u stanje održivost.

Održivost hrvatskog turizma prema UNWTO pokazateljima

Tema	Pokazatelj	Vrijednost		
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Razina zadovoljstva lokalnog stanovništva turizmom (anketa) ^a	2,9 prosječna ocjena na ljestvici od 1 izrazito nezadovoljan do 5 – izrazito zadovoljan		
Učinci turizma na lokalnu zajednicu	Omjer broja stranih turista i lokalnih stanovnika (prosječno i u vrhu sezone) ^b	- Prosječno mjesečno: 0,34 stranih turista na 1 stanovnika - U kolovozu: 1,02 stranih turista na 1 stanovnika		
	Postotak lokalnog stanovništva koje vjeruje da turizam može pomoći u izgradnji infrastrukture i pružanju novih usluga (anketa) ^a	58,05 % slaže se da se razvojem turizma unapređuje infrastruktura 66,00 % slaže se da razvojem turizma lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...). 75,00 % slaže se da se razvojem turizma unapređuje ponuda događaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).		
Održavanje zadovoljstva turista	Razina zadovoljstva posjetitelja (anketa) ^c	80,6 % turista iskazalo vrlo visok stupanj zadovoljstva ukupnim boravkom –		
	Postotak povrataka turista ^c	38,5 % – udio ponovljenih posjeta destinaciji tijekom zadnjih pet godina		
Sezonalnost turizma	Noćenja turista u periodu vršne sezone (lipanj – rujna 2019.) u %	84 %		
	Stopa popunjenosti smještajnih kapaciteta po vrstama godišnje i vrh sezone (2019.)		Godišnje	Kolovoz
		Ukupno svi smještajni kapaciteti	31,4 %	79,6 %
		Hoteli i sličan smještaj	48,2 %	97,7 %
		Odmarašta i slični objekti za kraći odmor (sobe, apartmani i dr.)	27,6 %	76,9 %
		Kampovi i mjesta za kampiranje	20,9 %	75,2 %
		Ostali smještaj	11,2 %	46,1 %
	Ukupan broj zaposlenih i udio u ukupnoj zaposlenosti u turizmu (2019) ^d	115.018 zaposlenih (djelatnost I) 7,39 % (djelatnost I u ukupnoj zaposlenosti)		
	Ukupan broj zaposlenih i udio u ukupnoj zaposlenosti u turizmu u sezoni (u kolovozu, 2019) ^d	1.341.924 ukupno broj zaposlenih (u pravnim osobama, kolovoz) 97.858 zaposlenih (djelatnost I, u pravnim osobama, kolovoz) 7,29 % (djelatnost I u ukupnoj zaposlenosti, kolovoz)		
	Ukupni broj zaposlenih prema spolu u turizmu (2019) ^d	53.411 ukupno (djelatnost I, pravne osobe) – 28.742 žene (djelatnost I) – 53,8 %		

Gospodarske koristi od turizma		– 24.669 muškarci (djelatnost I) – 46,2 %
	<i>Nedostatak ljudskih potencijala^d</i>	• nedostajući broj zaposlenika (ukupno): 42.927 oko 17.600 zaposlenih stranaca (41 %) nepopunjenih radnih mjesta: 25.327 (59 %)
	<i>Udio turizma u BDP-u (2019.)^e</i>	• 19.50 %
Upravljanje energijom	<i>Potrošnja energije turista u odnosu na potrošnju energije stalnog stanovništva (po noćenju)^f</i>	• 0.22
Upravljanje vodom	<i>Potrošnju vode turista u odnosu na potrošnju vode stalnog stanovništva (po noćenju)^f</i>	• 0.28
	<i>Postotak otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja^f</i>	• 5.6 %
Gospodarenje otpadom	<i>Omjer proizvodnje komunalnog otpada u odnosu na proizvodnju komunalnog otpada stalnog stanovništva (po noćenju)^f</i>	• 0.17
Kontrola razvoja	<i>Postojanje procesa planiranja turističkog razvoja (postojanje Strategije razvoja ili Plana razvoja turizma za regionalnu razinu do 2020.)</i>	• 100 % svaka županija i Grad Zagreb imaju planski dokument (različite forme) koji obrađuje temu turističkog razvoja
Kontroliranje intenziteta turizma	<i>Ukupan broj turističkih dolazaka (kolovoz 2019.)</i>	• 4.712.039
	<i>Plažni prostor u m² po kupacu</i>	• 6,7m ² (visoki standard zahtjeva 20 – 30m ² plažnog prostora po kupacu)

^a Istraživanje stavova lokalnog stanovništva 2021, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija & Blue Rock Consulting, Zagreb

^b Pokazatelj je na razini Hrvatske, no važno je naglasiti kako postoje velika odstupanja s obzirom na županije. Primjerice, pokazatelji za najposjećeniju županiju Hrvatske, Istarsku županiju ukazuju da je po stanovniku te županije u prosjeku 1,67 stranih turista, odnosno u kolovozu 5,35 stranih turista po stanovniku. S druge strane, u Virovitičko-podravskoj županiji, koja je 2019. ostvarila najmanji broj dolazaka, u prosjeku dolazi 0,005 stranih turista po stanovniku, odnosno u kolovozu 0,01 strani turist po stanovniku.

^c Institut za turizam (2020). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, TOMAS Hrvatska 2019.

^d Državni zavod za statistiku RH, objavljeni podaci – statističke informacije., <https://www.dzs.hr/>

DZS, Zaposleni prema djelatnostima, u kolovozu 2019., https://grabancijas.com/wp-content/uploads/2019/09/9-2-1_8_Zaposleni-prema-djelatnostima-u-kolovozu-2019.pdf

Državni zavod za statistiku RH, Statistika u nizu: Zaposlenost – pregled za RH (1.5), Zaposlenost i plaće u 2009. (31. 3. 2009), <https://www.dzs.hr/>

Hrvatski zavod za zapošljavanje, Anketa poslodavci - 2019, https://www.hzz.hr/content/stats/0220/HZZ_Aneka-poslodavaca_2019.pdf

^e Turizam u brojkama 2009. – 2019., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske

^f Croatian Sustainable Tourism Observatory 2019 Report - Focal area: Adriatic Croatia, siječanj 2021.

Rast turističkog prometa povećava opterećenje na okoliš i prirodu pa je potrebno kontrolirati opterećenje od prekomjernog turizma, naročito u zaštićenim područjima. Upravo zbog velike koncentracije opterećenja u kratkom vremenskom razdoblju (sezoni) te prostorne određenosti hrvatskog turizma koja se očituje u koncentraciji turističkih sadržaja i posjetitelja na vrlo uskom priobalnom prostoru, potrebno je pažljivo koristiti prirodne i kulturne vrijednosti, nastojeći pritom očuvati okoliš u cjelini. Stoga je nužno da svi nositelji turističke i gospodarske politike budu svjesni potrebe održivog razvoja turizma. Mogući načini rješavanja ovih izazova su, uz produljenje turističke sezone na obali, osnaživanje kontinentalnog turizma, ali i „ozelenjivanja“ postojećih turističkih aktivnosti i unapređenje vrednovanja prirodne baštine. Opterećenje turizma na okoliš izraženo je u razdoblju sezone koncentracije turista (od lipnja do kraja rujna). U razdoblju intenzivnih turističkih kretanja dolazi do pojačane, pa i nekontrolirane

potrošnje pitke vode, intenzivnog trošenja različitih oblika energije, a i opterećuje se okoliš velikim količinama različitih vrsta otpada. Održivost razvoja turizma dugoročno može biti ugrožena i narušavanjem bioraznolikosti te neprovođenjem mjera prilagodbe klimatskim promjenama. U primorskim županijama potrebno je utvrđivanje prihvatnog kapaciteta određene destinacije ili lokaliteta (npr. plaže, parka prirode itd.). Iako se za poticanje ravnomjernije i uravnoteženije regionalne raspodjele turističkog prometa kontinuirano provode aktivnosti kao što su raspodjela opterećenja s primorske na kontinentalne turističke destinacije te produljenje turističke sezone (npr. razvoj ruralnog turizma), zasad nema značajnijih pomaka. Zbog interdisciplinarnosti turizma potrebno je na nacionalnoj razini razraditi konkretne programe i mjere koje će financijski i tehnički omogućiti provedbu održivog razvoja turizma. S obzirom na rast turističkog prometa i značajke pojedinog oblika turizma, raste i opterećenje na okoliš.

Na osnovi pregleda najznačajnijih međunarodnih metodologija za razvoj sustava za ocjenu i praćenje održivosti turizma te analize raspoloživosti relevantnih podataka u službenoj statistici, može se zaključiti da postojeća podatkovna osnova nije najbolja, ali je dostatna za uspostavu eksperimentalnog sustava pokazatelja za ocjenu i praćenje održivosti turizma. Nedostaci se ogledaju u:

- neadekvatnoj pokrivenosti određenih aspekata održivosti;
- nedostupnosti podataka za sve razine teritorijalno-administrativnog ustroja (prije svega niže od županijskih) te
- nedostupnosti podataka za sve jedinice iste razine teritorijalno-administrativnog ustroja.

Shodno tome, kvaliteta podatkovne osnove za uspostavu sustava pokazatelja održivosti turizma mogla bi se značajno unaprijediti prikupljanjem podataka na svim razinama administrativno-teritorijalnog ustroja te donošenjem zakona koji bi propisali prikupljanje dodatnih podataka relevantnih za ocjenjivanje određenih kategorija održivosti. Trenutno je najizvedivija uspostava sustava pokazatelja održivosti turizma na razini cjelokupne države i na razini županija, a analiza, preporuke i smjernice dane u ovoj analizi poslužiti će kao polazište za definiranje strateških ciljeva i mjera u Strategiji razvoja održivog turizma do 2030.

Analizirajući sadašnje stanje te izvješće o održivosti okoliša i turizma, temeljem svih istaknutih pokazatelja (ljudski potencijali, smještajna struktura, prihodi po noćenju, stavovi lokalnog stanovništva, utjecaj na prostor) dosadašnji model razvoja turizma može se ocijeniti dugoročno neodrživim. Reformom, odnosno uspostavom okvira upravljanja razvojem održivog turizma, izradom, usvajanjem i provedbom Strategije razvoja održivog turizma do 2030. te Nacionalnim planom razvoja održivog turizma 2027. godine dat će se strateško usmjerenje prema održivom turizmu. Analiza stanja pokazala je da ne postoji uspostavljen sveobuhvatan i kontinuirani sustav prikupljanja i analize podataka o održivom turizmu u Republici Hrvatskoj.

Postizanje ciljeva Programa za održivi razvoj do 2030. i Pariškog sporazuma zahtijevat će hitne mjere u svakoj dimenziji održivosti tijekom sljedećih deset godina. Održivost turizma treba postati vodeće načelo ambicioznih i dosljednih politika i mjera. Kako bi se omogućile korjenite promjene, potrebna je suradnja na svim područjima i razinama upravljanja.

Prilog 3. Osnovna obilježja turističke politike odabranih

Europska unija definirala je krovnu turističku politiku za Europu kao vodeću svjetsku destinaciju s ciljem maksimalnog doprinosa rastu, razvoju i međusobne suradnje između zemalja EU i primarno kroz razmjenu dobrih praksi. Uloga EU u turizmu definirana je kao podrška i koordinacija u implementaciji aktivnosti članica.

Europska komisija je u lipnju 2010. usvojila novu strategiju i akcijski plan u kojem su prioritzirana 4 ključna područja:

1. Stimulirati konkurentnost europskog turizma,
2. Promoviranje razvoja održivog i odgovornog turizma te više dodane vrijednosti,
3. Konsolidacija imidža Europe kao kolekcija održivih i visokokvalitetnih destinacija,
4. Maksimizirati potencijal EU financijskih politika za razvojne oblike turizma.

Turizam predstavlja značajnu polugu ekonomskog razvoja u Hrvatskoj, ali i u ostalim konkurentnim zemljama. Međuzavisnost turizma i gospodarskih djelatnosti evidentna je kroz brojne pokazatelje koji ukazuju na ključnu ulogu turizma u ostvarivanju ekonomskog blagostanja i zaposlenosti na nacionalnoj razini (npr. direktni utjecaj turizma na BDP, stopa zaposlenih u turizmu...). U tom kontekstu ključni su: praćenje i usporedba turističkih politika zemalja visoke razine konkurentnosti u turizmu, usporedba načina upravljanja razvojem turizma te implementacija strateških dokumenata iz područja turizma, usporedba konkurentnosti ljudskih potencijala, usporedba poreznog opterećenja, usporedba ključnih poticaja i rasterećenja na razini odabranih zemalja EU. Turističke politike se moraju analizirati sveobuhvatno u najvažnijim područjima za konkurentnost turizma (WEF T&T indeks konkurentnost) kao što su administrativno i fiskalno rasterećenje poduzetnika, poticanje investicija (analiza poslovne okoline) i ulaganje u ljudske potencijale.

Sukladno zadanom projektnom zadatku koji je definiralo Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske kao naručitelja, odabrano je 5 zemalja koje su članice EU i 3 zemlje koje nisu članice EU, a koje se nalaze među 20 vodećih zemalja prema Indeksu konkurentnosti putovanja i turizma (Travel&Tourism Competitiveness Index TTCI) 2019. godine i to kako slijedi: a) pet EU zemalja: Francuska, Španjolska, Italija, Njemačka i Austrija, te b) tri zemlje izvan EU: Kanada, Švicarska i Australija.

U usporednoj analizi pokazatelja bitno je članstvo i aktivna uloga Hrvatske u međunarodnim organizacijama i udruženjima. Osim vodeće uloge EU, UNWTO pospješuje suradnju i međunarodnu razmjenu informacija i analitičkog okvira između zemalja te osigurava kontinuitet u promicanju uspješnije i konkurentnije turističke politike. Za Hrvatsku će ulazak u članstvo OECD-a predstavljati značajan instrument za daljnji razvoj i rad na implementaciji novih inovativnih pristupa i omogućiti međunarodnu usporedivost podataka i razmjenu iskustava s drugim turističkim zemljama.

U nastavku su dane osnovne smjernice turističke politike OECD zemalja u razdoblju od 2009. – 2020. godine. Radi se o razdoblju koje je obilježio velik turistički rast u vrlo promjenjivom ekonomskom i političkom okruženju. Nositelji turističke politike i dionici na turističkom tržištu kontinuirano su suočeni s različitim izazovima što je utjecalo na promjenu i dinamiku turističke i ukupne ekonomske politike zemalja. Osnovne smjernice evidentno ukazuju na promjenu, ali

i zajedničke smjernice turističkih zemalja u ostvarivanju turističkog i ukupnog gospodarskog rasta.

Globalne smjernice turističke politike OECD zemalja

Razdoblje 2009. – 2010.

- Turizam se suočava s posljedicama globalne ekonomske krize 2008. i 2009. godine.
- Potrebna je aktivna turistička politika prema inovacijama za konkurentnost u globalnom turizmu.
- Potrebitost horizontalne i vertikalne konekcije ukupnog gospodarstva s turizmom:
 - investicije u kvalitetu i ljudske resurse i vještine,
 - marketing usmjeren prema novih tržištima i tržišnim nišama,
 - razvoj ekološki održivog turizma i poticanje aktivnosti s manjom potrošnjom goriva,
 - razvoj proizvoda i inovacije uz ciljeve održavanja konkurentnosti i održivosti,
 - dugoročno strateško planiranje,
 - smanjenje barijera za turistički razvoj (smanjivanje poreza, prilagođavanje carinskih i graničnih kontrola uz istovremenu veću sigurnost),
 - potrebitost praćenja i izvještavanja o turističkih pokazateljima,
 - kooperacija i partnerstvo.
- Smjernice za razvoj turističkih politika – Riva del Garda akcijski plan za jačanje konkurentnosti i održivosti u turizmu.

Razdoblje 2011. – 2012.

- Tijekom 2012. godine i dalje je velik naglasak na ekonomsku krizu i posljedice.
- Razdoblje prirodnih posljedica: tsunami u Japanu i potres na Novom Zelandu; politički sukobi na Bliskom Istoku i mediteranskim zemljama.
- Efikasna turistička politika mora slijediti promjene u poslovnom i političkom okruženju.
- Dobro upravljanje na središnjoj razini doprinosi integriranom pristupu i rezultati iz područja turizma.
- Rastuća potreba za kontinuiranim praćenjem turističkih rezultata.
- Nedostatak radne snage na tržištu.
 - Sve veća potreba za educiranom radnom snagom na tržištu rada; nedostatak kulture učenja i menadžerskih vještina.
 - Potrebna podrška vlade za integraciju migranata u radnu snagu na turističkom tržištu.

Razdoblje 2013. – 2014.

- Uloga turističke politike je sve veća, s naglaskom na konkurentnost, vrijednost za novac i održivi rast.
- Turističke politike i planiranje je sve više specifično i kreirano po potrebi svake zemlje te poprima dugoročniji karakter. S druge strane, potrebne su brze i dinamične prilagodbe u mjerama, prilagodbe u budžetiranju, prilagodbe u ekonomskim i demografskim okvirima.
- Turistička politika postaje sve složenija i sve izloženija potrebitoj suradnji s ostalim ekonomskim politikama. Turizam se integrira sve više u nacionalne ekonomske planove kako bi se iskoristile mogućnosti otvaranja novih radnih mjesta, potaknuo regionalni razvoj i veći prihodi od turizma.
- Zemlje traže optimalne modele konkurentnosti i daljnjeg turističkog rasta. Mnoge zemlje koriste prednosti domaćeg turizma i stimuliraju njegov rast.
- Vlade traže modele jednostavnijeg putovanja za sve turiste: jednostavniji sustav izdavanja visa, putničkih autorizacija, brži proces na graničnim prijelazima.
- Globalna financijska kriza stavlja pritisak na javni budžet i financiranje iz područja turizma. S jedne strane, oporezivanje turizma doprinosi povećanju javnih prihoda, no potrebna su porezna rasterećenja i potpore kako bi se potaknuo turistički rast. Mnoge zemlje uvode smanjeni porez na dodanu vrijednost, što se primarno odnosi hotelijerstvo i ugostiteljstvo.
- Potrebna je bolja suradnja između prijevoza, turističke politike i energetske učinkovitosti zbog razvoja zračnog prijevoza i mogućih klimatskih promjena.

Razdoblje 2015. – 2016.

- Potrebitost veće kohezije unutar ekonomskih politika kako bi se prevladala sektorska fragmentacija i iskoristili ukupni pozitivni učinci turizma na ukupno gospodarstvo.

- Potrebitost daljnje diversifikacije proizvoda (ruralni turizam, gastro turizam, događaji), konkurentnosti (ponuda skupljih i jeftinijih turističkih proizvoda).
- Potrebitost promoviranja pozitivnog okruženja, dobrodošlice, sigurnog okruženja.
- **Naglašena važnost prijevoza:** poticanje kritičke evaluacije ukupnog iskustva prijevoza, uključujući kvalitetu veze između prijevoznih sredstava, udobnost, prikupljanje mišljenja turista. Putovanje je integralni dio turističkog iskustva i potrebna je sinergija s turizmom (multimodalne opcije prijevoza – povezivanje aerodroma, terminala za kruzere i željezničke stanice), kvalitetna razrada mreže prijevoza od međunarodne do lokalna razine. Integrirano kupovanja karata, informacije na više jezika, mape, karte, posebni uvjeti putovanja za hendikepirane osobe, *smart*-kartice u destinacijama, aplikacije na mobilnim telefonima – sve su to elementi koje poboljšavaju iskustva turista.
- **Prilagodna prema ekonomiji dijeljenja:** jačanje ekonomije dijeljenja, novi poslovni modeli (p2p peer-to-peer), novi modeli potrošnje. Sve to zahtijeva prilagodbe postojećih politika koje ne zadovoljavaju u svim segmentima poslovanje putem platformi (pitanje oporezivanja, kvalitete, naplate turističke pristojbe).

Razdoblje 2017. – 2018.

Potrebitost integralnog pristupa razvoju turizma

- Održivi razvoj turizma ovisit će o mogućnosti zemlje na prilagodbu novim ekonomskim, društvenim, političkim, ekološkim i tehnološkim trendovima u okruženju.

Novi turistički mega trendovi

- Turističke politike zemalja uglavnom su srednjoročne i dugoročne sa sličnim prioritetima koji su usmjereni na: konkurentnost, održivost, sezonalnost, kvalitetu i diversifikaciju turističke ponude.
- Naglašena je važnost upravljanja i promocije na razini lokalnih destinacija i destinacijsko planiranje.
- Nove mogućnosti turističke politike kroz digitalizaciju i analitiku podataka.
- Jačanje emitivnog tržišta Azije prilika je za sve turističke zemlje.
- Potrebitost boljeg povezivanja, smanjenje barijera u putovanju, lakši postupak dobivanja viza, jačanje sigurnost, jačanje domaćeg turizma.

Ulaganje i financiranje za održivi razvoj turizma

- Poticanje ulaganja u turističku ponudu, jednostavnija regulativa ulaganja i pokretanja poslovanja u turizmu.
- Nedostatak radne snage ključno je ograničenje u mnogim zemljama – potrebno je povećati atraktivnost i karijere u turizmu uz odgovarajući program obrazovanja.
- UN je 2017. godinu proglasio godinom održivog razvoja turizma čime su još više naglašeni ciljevi UN agende. Dan je još veći naglasak na važnost turizma i učinaka turizma u ekonomiji, poticanje novih financijskih instrumenata i turistički rast.

Razdoblje 2019. – 2020.

- **Integrirana turistička politika usmjerena prema budućnosti:** opći trendovi rasta u ovom razdoblju su pozitivni. Turističke politike traže kako maksimizirati ekonomske, ekološke i društvene učinke turizma. Uvode se mjere koje se bave: prevelikim opterećenjem popularnih destinacija, širenjem pozitivnih učinaka i turističkog prometa na manje opterećena turistička područja, razvoj novih proizvoda koji bi produžili turističku sezonu, poticanje veće produktivnosti, boljeg korištenja resursa i kontinuiranog zapošljavanja. Cilj je implementirati digitalnu tehnologiju i provesti mjere održive turističke politike.
- U cilju ostvarivanja navedenih mjera turističke zemlje uvode nove sustave upravljanja turizmom, moderniziraju zakonodavstvo, prihvaćaju nova digitalna rješenja, naglašavaju bolju koordinaciju na svim razinama upravljanja.
- **Digitalna budućnost i turizam:** brz razvoj novih tehnologija: brzo širenje ekonomije dijeljenja, sustavi on-line plaćanja, virtualna stvarnost, umjetna inteligencija..., sve to ubrzano zahtijeva novu regulativu za veće mogućnosti, ali i zaštitu potrošača. Zadatak je turističke politike da omogući brzu i sigurnu digitalnu transformaciju u turizmu.
- Pozitivni turistički učinci cilj su svih dionika u sustavu turizma. Umjesto prethodnog motiva (broj dolazaka, radnih mjesta, prihoda), potrebno je zadovoljiti lokalnu zajednicu i istaknuti pozitivne učinke.

Turističke politike (odabranih) zemalja EU moraju se uklopiti u prijedlog plana oporavka uslijed pandemije virusa COVID-19. Europska komisija je u svibnju 2020. godine donijela prijedlog plana oporavka na način da on bude održiv, ravnomjeran, uključiv i pravedan za sve države članice te je predložila stvaranje novog instrumenta za oporavak pod nazivom EU sljedeće generacije te Višegodišnji financijski okvir za razdoblje 2021. do 2027. godine čime

je državama članicama omogućeno 1.824 milijarde eura za oporavak svog gospodarstva. Komisija je također objavila prilagođeni program rada za 2020. godinu u kojem će se dati prioritetne radnje potrebne za poticanje oporavka i otpornosti Europe.⁶⁷ U okviru tih ciljeva, zemlje članice EU mogu planirati svoj budući turistički razvoj. Pet EU ciljeva kao strateški okvir za provedbu Kohezijske politike u programskom razdoblju 2021. – 2027. su:

1. Pametnija Europa promicanjem inovativne i pametne gospodarske preobrazbe;
2. Zelenija Europa s niskom razinom emisija ugljika promicanjem prelaska za čistu i pravednu energiju, zelenih i plavih ulaganja, kružnog gospodarstva, prilagodbe klimatskim promjenama i upravljanja rizikom i njegova sprječavanja;
3. Povezanija Europa jačanjem mobilnosti i regionalne povezanosti ICT-a;
4. Europa s istaknutijom socijalnom komponentom provedbom europskog stupa socijalnih prava;
5. Europa bliža građanima poticanjem održivog i integriranog razvoja urbanih, ruralnih i obalnih područja te lokalnih inicijativa.

Nakon globalnih smjernica turističkih politika na razini OECD-a i plana oporavka na razini EU, analiziraju se turističke politike odabranih zemalja.

Analiza turističkih politika odabranih zemalja i primjeri dobre prakse

Međunarodna usporedivost na području turističke politike složena je zbog specifičnosti pojedinih zemalja koje se razlikuju u organizaciji ekonomskog, političkog i turističkog sustava. Organizacija donošenja i provođenja turističke politike različita je i u velikoj mjeri ovisi o značaju turizma u ukupnom gospodarstvu zemlje. Pretpostavka je da što je veći udio turizma u ukupnom BDP-u zemlje, da će provođenje i komunikacija po pitanju turističke politike i implementacija svih pitanja povezanih s turizmom i ukupnim gospodarstvom biti učinkovitija.

Istraživanjem je obuhvaćeno 8 zemalja čiji je odabir definiran od Ministarstva turizma i sporta kako bi se dao pregled politika i to u pet zemalja iz EU i tri zemlje izvan EU, a koje se nalaze među 20 vodećih zemalja prema Indeksu konkurentnosti putovanja i turizma (Travel&Tourism Competitiveness Index TTCI), koji objavljuje prema svojoj metodologiji Svjetski gospodarski forum (World Economic Forum). Vodećih 11 zemalja prema TTCI indeksu iz 2019. godine prikazano je u sljedećoj tablici. Hrvatska se 2019. godine nalazila na 27 mjestu s prosječnom ocjenom 4.5.

Tablica 19. Vodećih 11 zemalja prema TTCI indeksu iz 2019. godine

Rang	Zemlja	Vrijednost indeksa
1	Španjolska	5.4
2	Francuska	5.4
3	Njemačka	5.4
4	Japan	5.4
5	SAD	5.3
6	Velika Britanija	5.2
7	Australija	5.1
8	Italija	5.1
9	Kanada	5.1

10	Švicarska	5.0
11	Austrija	5.0

Izvor: The Travel&Tourism Competitiveness Report 2019.

U nastavku su prikazana temeljna obilježja turizma i turističkih politika zemalja članica EU: Francuske, Španjolske, Italije, Njemačke i Austrije, te triju zemalja izvan EU: Kanade, Švicarske i Australije. S obzirom na članstvo u EU, detaljnije su razrađeni primjeri zemalja članica EU budući da je isto procijenjeno relevantnijim iskustvima i za mogućnost korištenja navedenih iskustava i politika u Hrvatskoj. No, svakako je nužno napomenuti da prikazi jasno ukazuju na kontinuirane prilagodbe i unaprjeđenja politika i praksi uvjetima na turističkom tržištu i globalnom okruženju, iz čega slijedi da odabrani primjeri mogu biti korisna iskustva za Hrvatsku, međutim da nije moguće pojednostavljeno preuzimanje primjera budući da Hrvatska mora uzeti u obzir specifične gospodarske i društvene uvjete, ključne ciljeve i sve to u kontekstu kretanja u globalnom okruženju.

Turizam ima veliku ekonomsku važnost u svim promatranim zemljama. Podaci o direktnim učincima turizma na BDP pokazuju da se radi o značajnim turističkim receptivnim destinacijama u kojima su ostvareni rezultati značajno viši u odnosu na prosjek EU i svijeta. Prema podacima iz 2019. godine direktni utjecaj turizma na BDP EU iznosio je 3,9 %. Među promatranim zemljama najviši direktni utjecaj turizma na BDP ostvaruje Austrija i to 7,77 %, slijedi Italija s 5,7 %, Španjolska s 5,44 %, Francuska s 3,95 % i Njemačka s 3,48 %. Najniži udio ostvarila je Kanada i to 1,99 %. U razdoblju 2000. – 2019. godine učinak turizma u BDP-u nije značajnije oscilirao; Italija i Austrija ostvarile su blago povećanje važnosti turizma, dok su ostale zemlje imale blago smanjenje važnosti turizma za ukupno gospodarstvo (wtcc.org/Research/Economic-Impact).

Iskazano u financijskim pokazateljima ostvareni prihod od turizma u nacionalnom BDP-u u 2019. godini u skupini odabranih turističkih zemalja bio je najviši u Njemačkoj (141,7 milijardi USD), a najniži u Švicarskoj (19,8 milijardi USD). Usporedbom ostvarenih prihoda u odnosu na broj dolazaka inozemnih turista najbolji rezultat ostvarila je Australija (4,63 USD), slijede Austrija (3,83 USD) i Njemačka (3,58 USD). Znatno slabije rezultate ostvarile su Švicarska (1,68 USD), Italija (1,25 USD) i Kanada (1,08 USD). Najslabije rezultate ostvarile su vodeće turističke destinacije svijeta Španjolska (0,64 USD) i Francuska (0,55 USD) (prilagođeno prema podacima s [UNWTO Statistics](http://UNWTO.org/tourism-statistics-data) preuzeto sa www.unwto.org/tourism-statistics-data).

Važno je istaknuti da su promatrane EU turističke zemlje usmjerene najvećim dijelom na velika i ekonomski razvijena europska emitivna tržišta Njemačke, Velike Britanije, Francuske i zemlje Beneluxa (top 3 emitivna područja Hrvatske su: Njemačka, Slovenija i Austrija). To su glavna emitivna tržišta koja ostvaruju najveći dio inozemne turističke potrošnje. Za Australiju i Kanadu, kao i neke druge EU zemlje značajno je tržište SAD i Kine, koja su ujedno i vodeći turistički potrošači u svijetu. Turistička politika treba sagledati potencijale i potrebe turističkih tržišta i sukladno ponudi i potražnji formirati i oblikovati odgovarajuću turističku politiku.

Tablica 20. Turističke zemlje i top 3 emitivna turistička tržišta

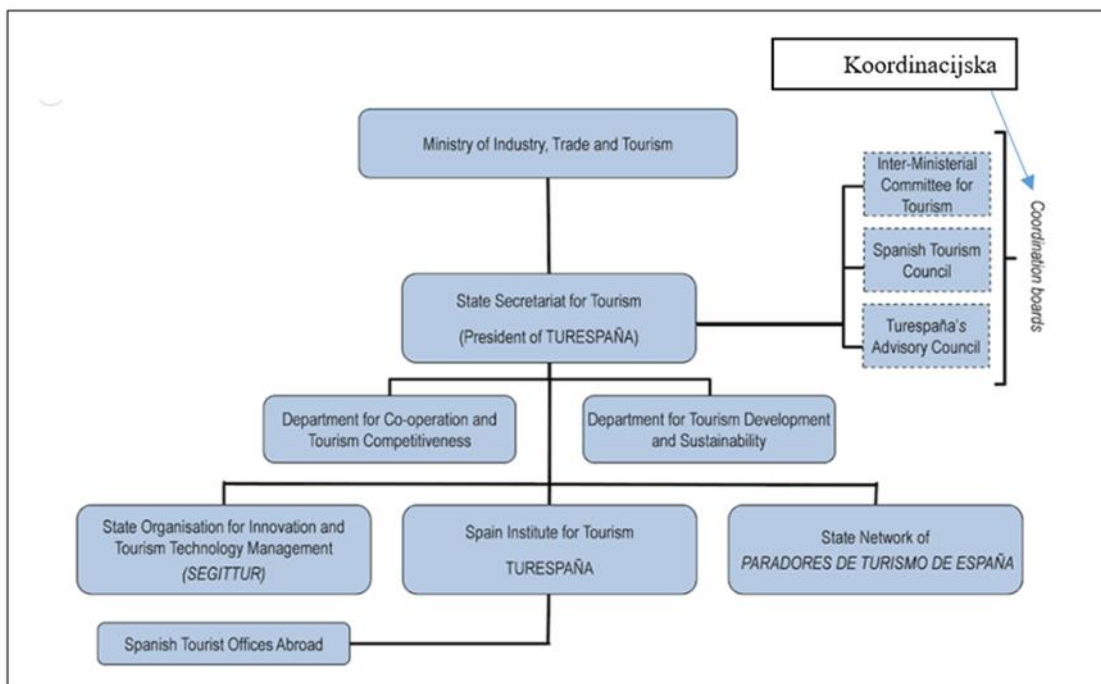
Turistička zemlja	Top 3 emitivna tržišta
Australija	Kina, Novi Zeland, Velika Britanija
Španjolska	Velika Britanija, Njemačka, Francuska
Francuska	Velika Britanija, Njemačka, zemlje Beneluxa
Njemačka	Nizozemska, Švicarska, SAD
Italija	Njemačka, SAD, Francuska
Austrija	Njemačka, Nizozemska, Velika Britanija
Kanada	SAD, Velika Britanija, Kina
Švicarska	Njemačka, Velika Britanija, SAD

Izvor: UNWTO Statistics database.

Španjolska

Upravljanje turizmom od 2018. godine provodi Ministarstvo industrije, trgovine i turizma. Odgovornost za definiranje, razvoj, koordiniranje i implementiranje turističke politike ima *Državno tajništvo za turizam (The State Secretariat for Tourism)*. To je centralno nadležno tijelo koje koordinira s institucijama na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Na nacionalnoj razini koordinira radom triju organizacija: *Turespana (Spain Institute for Tourism)* je autonomno tijelo koje je odgovorno za međunarodni marketing i promociju), *Paradores de Turismo* (javno društvo koje upravlja javnom mrežom hotelsko-turističkih resursa i zapošljava preko 4000 djelatnika) i *SEGITTUR (State Organisation for Innovation and Tourism Technology Management)* koje je javno tijelo odgovorno za implementaciju novih tehnologija u turizam. Turistički rezultati koje ostvaruje Španjolska svakako su rezultat izvrsne koordinacije središnje vlasti i 17 autonomnih regija.

Slika 1. Španjolska: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Ministry of Industry, Trade and Tourism, 2020, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en>

Slijedi prikaz osnovnih smjernica turističke politike Španjolske u razdoblju 2009. – 2020. godine kroz mjere turističke politike i primjere dobre prakse u pojedinom razdoblju.

Osnovne smjernice turističke politike Španjolske

Razdoblje 2009. – 2010.	
Smjernice turističke politike	Novi financijski programi - Turizam dobiva prioritetnu poziciju u Ministarstvu znanosti i inovacija kako bi se podržala ulaganja u istraživanje i razvoj. Podržava se osnivanje centra Turističke inovacije, razvoj i istraživanje i Centar za gastronomske inovacije i istraživanje. - Uspostavljen je istraživački centar zajedno s 14 sveučilišta za promoviranje tehnologije Interneta i istraživanja u turizmu. Zračni prijevoz - Poticajne mjere kroz smanjenje poreza, troškova i izdvajanja u zračnom prijevozu te promjene u korištenju zračnog prostora. Mjere smanjuju troškove benzina, smanjuju emisiju CO₂ i smanjuju prijedeni broj km aviona. Tourism Air and Traffic Promotion Plan je uspostavljen za jednostavniji ulazak turista na španjolske aerodrome, povećanje broja aerodroma i bolje konekcije. Sezonalnost Turismo Senior Europa projekt za povećanje broja turista izvan glavne sezone. Cilj su turisti starosne skupine 55-75 godina koji inače ne putuju u inozemstvo. Kvaliteta - Pokrenut je projekt Anfitriones s više projekata niže razine. Cultura del Detalle (Naglasak na detaljima) projekt usmjeren na povećanje percepcije kvalitete od strane turista. Naglasak je na promoviranju detalja, ljubaznosti i radnih vještina. Godine 2009. organizirano je 800 tečajeva u 40 destinacija s 12000 učenika, napisano je 26 priručnika, formirana je web stranica programa. Destine en Detalle (Naglasak na detalje u destinaciji) projekt ima cilj istaknuti poseban karakter i jedinstvenost destinacije. Formiran je Internet portal i web stranica projekta u koje

	turisti unose svoje doživljaje, a lokalni management može u realnom vremenu ocijeniti svoju izvornost. • Spanish Tourism Quality System (SCTE) uspostavljen je u cilju uvođenja novih proizvoda. U okviru plana SICTED 2012 uvode se 3 nova sektora: zaštita prirodnih ljepota, tečajevi golfa i plaže. • Standardizacija 5 novih područja: noćni klubovi, aktivne turističke tvrtke, usluge jedrenja, industrijski turizam i turistička tijela. • Implementacija AENOR standarda kvalitete.
Primjeri dobre prakse	Plan RenovE Program španjolske vlade u vrijednosti od 1 milijarde EUR kreditiranje uz niske kamatne stope i povrat 5-12 godina. Cilj programa: smanjiti negativne učinke financijske krize u turizmu; povećati turističku ponudu (održivost, ulaganja, dostupnost) i olakšati kredite za male turističke poduzetnike. Velika je prednost to za hotele, kampove, turističke apartmane, ruralne sadržaje, putničke agencije. Uvjeti za dobivanje kredita su: veća dostupnost turističkog sadržaja za hendikepirane osobe, stvaranje veće dodane vrijednosti proizvoda i usluga, povećanje kvalitete (mjeri se iskazivanje višeg rangiranja subjekta), povećanje održivosti, uštede vode i energije, zaštita okoliša, smanjenje onečišćenja vode, gospodarenje otpadom, smanjenje buke, povećanje sigurnosti osoba i požara, bolja kvaliteta kontrole hrane, ulaganja u sustav kvalitete kontrole i uvođenje novih tehnologija. Plan FuturE FUTUR-E Plan ima u cilju promoviranje turističke eko učinkovitosti i inovacije. Obuhvaća kreditne linije u iznosu od 500 milijuna EUR za pomoć turističkih tvrtkama za povećanje održivosti i eko-efikasnosti. Jednostavnije i brže dobivanje kreditnih linija za turističke projekte koji povećavaju ili poboljšavaju: održivost turističkih sadržaja, uštede energije i učinkovitost, sustav održivog upravljanja, implementacija sustava kvalitete, uvođenje inovacija i novih tehnologija, diferencijacija turističke ponude.
Nacionalni budžet za turizam	718,1 milijuna EUR (2009. godina)
Razdoblje 2011. – 2012.	
Smjernice turističke politike	Pravna regulativa • Pravna regulativa iz područja turizma dodijeljena je autonomnim regijama. Turizam je obuhvaćen zakonskom regulativom koja se odnosi na opće zakone: prava potrošača, prijevoz, javno zdravstvo i okruženje. • Godine 2010. naglašena je potreba da autonomne regije dobiju veća zakonska prava za turizam: putničke agencije, ugostiteljstvo, smještajni objekti i kampovi. • Zakonodavstvo se u ovom razdoblju usklađuje se EU regulativama iz područja usluga. Turistički projekti i inicijative • Daljnji razvoj i implementacija Customer and Relationship Management (CRM) sustava koji je pokrenut 2006. godine. To je značajna baza za praćenje i komunikaciju s kupcima i prodajne učinke. • Intelitur projekt u cilju povećanja i transfera znanja o turizmu, jačanje inovacija i tehnologija, promocija tehnoloških novosti. • Tourism Plan Horizon 2020 u cilju poticanja povećanja kvalitete, praćenje kvalitete turističkih poduzeća i destinacija, jačanje „kulture detalja“ prije, tijekom i nakon putovanja. • Plan RenovE i plan FuturE su dva državna projekta koja su u dvije godine otvorila 77000 radnih mjesta u turizmu. • Tourism Infrastructures Modernisation Fund (FOMIT) projekt u vrijednosti 200 milijuna EUR podržava ulaganje u javnu turističku infrastrukturu. • Izrada novog plana razvoja turizma u cilju potrebe redefiniranja priobalnog turizma pod nazivom 21st Century Plan for Coastal Tourism.
Nacionalni budžet za turizam	722,6 milijuna EUR (2011. godina)
Razdoblje 2013. – 2014.	

Smjernice turističke politike	• Donesen je National Tourism Plan 2012-15 kako bi se povećala konkurentnost turizma i destinacija u cilju jačanja španjolskog brenda u turizmu „Brand Spain“ koji će potaknuti bolju percepciju na sve ostala područja i izvoz. Donesena je sukladno strategiji i nova marketinška strategija. • Smanjivanje sezonalnosti: poboljšanja u turističkoj infrastrukturi, brza promjena u strukturi radne snage, fleksibilniji uvjeti na aerodromima. • Brži postupak izdavanja viza zbog sve veće potražnje s novih tržišta (niži troškovi izdavanja viza). • Nove fiskalne mjere za male gradove koji privlače specifične segmente tržišta i produžuju sezonalnost. • Novi sustav klasifikacije smještajnih objekata. • Poticanje kulturnog i gastronomskog turizma (hrana, vino, ulje). Naglasak na lokalnu kuhinju i vinska područja. • Kreditne mogućnosti za inovativne turističke projekte, mlade poduzetnike. • Postavljena je inicijativa potrebite evaluacije svih zakonskih okvira koji se donose u EU i Španjolskoj na nacionalnoj, regionalnoj ili lokalnoj razini i njihov utjecaj na turizam.
Nacionalni budžet za turizam	394 milijuna EUR (2013. godina)
Razdoblje 2015. – 2016.	
Smjernice turističke politike	• Postojeća zakonodavna regulativa predstavlja djelomično ograničenje turističkog razvoja – potrebna je harmonizacija između različitih regionalnih zakona. • Temelja područja interesa su: održivo korištenje prirodnih resursa, potreba za planiranjem i upravljanjem u okviru turističke politike, sezonalnost, geografska diverzifikacija turističkih područja (obalna i kontinentalna područja), diverzifikacija turističke potražnje i emitivnih tržišta. • Razvoj oblika turizma: ruralni turizam, urbani turizam, gastronomija, kupovina, zdravstveni turizam, golf turizam, ekoturizam, religijski turizam (Plan for Shopping Tourism focused on Asian market; Rural tourism promotion plan 2014). • Mjere usmjerene na destinacije koje je potrebno „osvježiti“ – posebne kreditne linije za obnovu turističke infrastrukture, uvođenje upravljanja zadovoljstvom klijenata, standardizacija smještaja i kategorizacija, jačanje brenda kulture i prirodnih ljepota, inovacije, dizajn Smart Destinations, dizajn Smart Cities. • Sustav statističkog praćenja podataka: National Institute of Statistics i Turespana. • Sustav financiranja malih i srednjih turističkih poduzetnika Research, Development and Innovation (R+D+I) projekti i za razvoj inovativnih proizvoda. Kreditne linije za mlade poduzetnike i njihove projekte.
Nacionalni budžet za turizam	323,72 milijuna EUR (2015. godina)
Razdoblje 2017. – 2018.	
Smjernice turističke politike	• Izrađuje se nova nacionalna strategija s prioritetima: diversifikacija proizvoda, održivost i fokus na glavne segmente – turisti iz gradova veće potrošačke moći motivirani kulturom, umjetnošću, posebnim iskustvima, gastronomijom i kupovinom. • Razvojni model turizma temelji se na održivosti (veća profitabilnost, veća kvaliteta i duži boravak), inovacijama i znanju, digitalizaciji (inovacije u korištenju podataka, Smart Tourism destinacije), specijalizaciji i kvaliteti. • Smart Destinations projekt ima u cilju promovirati Španjolsku kao vodeću svjetsku turističku destinaciju.
Primjeri dobre prakse	Smart Destinations projekt <i>Smart Destination</i> ili pametna destinacija je inovativna turistička destinacija koja koristi najmoderniju tehnologiju za održivi razvoj turističkih područja što poboljšava i olakšava integraciju turista za lokalnom sredinom, povećava kvalitetu i pozitivno iskustvo turista uz veće zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Ovaj projekt pokrenuo je SEGITTUR za pozicioniranje Španjolske kao vodeće turističke destinacije kako bi se potaknuo razvoj i promocija s lokalne razine uz odgovarajuću implementaciju tehnologija što će osigurati najvišu konkurentnost na nacionalnoj razini.

	Cilj svake destinacije je da postane pametna destinacija na način da implementira odgovarajuću strategiju konkurentnosti kroz održivo upravljanje prirodnim i kulturnim resursima, staranje novih inovativnih proizvoda i vrijednosti. U procesu stvaranja pametne destinacije potrebno je integrirati sve dionike koji se moraju prilagoditi potrebama i mogućnostima pametne destinacije.
Nacionalni budžet za turizam	332,9 milijuna EUR (2016. godina)
Razdoblje 2019. – 2020.	
Smjernice turističke politike	- Osnovni smjer u kojemu se kreće turistička politika Španjolske su principi održivosti, inovacije i znanja u cilju razvoja pametnog i specijaliziranog visoko kvalitetnog proizvoda za novu digitalnu generaciju potrošača. Mjere turističke politike usmjerene su na povećanje profitabilnosti, poboljšanje kvalitete, smanjenje sezonalnosti i efikasnije korištenje resursa. U tom smjeru 2019. godine napravljena je nova strategija održivog razvoja Strategy of Sustainable Tourism for 2030 usklađena sa smjernicama UN-a, prema kojoj se turistički rast Španjolske treba temeljiti na pet temeljnih principa: socio-ekonomski rast, zaštita prirodnih i kulturnih resursa, društvena korist, široka uključenost i povezanost društva i gospodarstva, te stalne prilagodbe dinamičnom okruženju uz isticanje važnosti digitalizacije i modernizacije cijelog sektora u cilju povećanja konkurentnosti usluga. - Digitalizacija i modernizacija i dalje se nastavlja u okviru projekta Smart Tourist Destination. - Zakonodavni okvir u Španjolskoj definirao je ustroj u kojemu je istaknuta važnost koordinacije svih mjera i članova koji se bave turizmom. Zakonski okvir usklađen je na nacionalnoj i regionalnoj osnovi. Nacionalni zakoni koji reguliraju aktivnosti vezane za turizam odnose se na modernizaciju turističke infrastrukture (Real Decreto 937/2010 od 23.07), zaštita potrošača (Real Decreto 1/2007 od 16.11 i Decreto 1945/83 od 22.06), usluge i tržište (Ley 17/2009 od 23.11; Ley 25/2009 od 22.12; Ley 20/2013 od 9.12; Ley 1/2004 od 21.12), <i>time sharing</i> model ponude (Ley 4/2012 od 06.07).
Primjeri dobre prakse	Koordinacija upravljanja u turizmu Ovo je primjer koordinacijskog tijela i upravljanja koji nema posebnu formu, budžet i zaposlene osobe. Oni se okupljaju pri Ministarstvu turizma i zajednički razmatraju teme koje bitne za turistički razvoj poput sljedećih tema: Brexit, Strateški plan turizma Španjolske, regulativa iznajmljivanja, insolventnost Thomas Cook i slično. Ova forma komunikacije i koordinacije imat će značajnu pozitivnu ulogu u razvoju turističke politike (radi se o tijelima uključenim u organizacijsku strukturu turizma Španjolske).
Nacionalni budžet za turizam	336 milijuna EUR (2018.godina)

Francuska

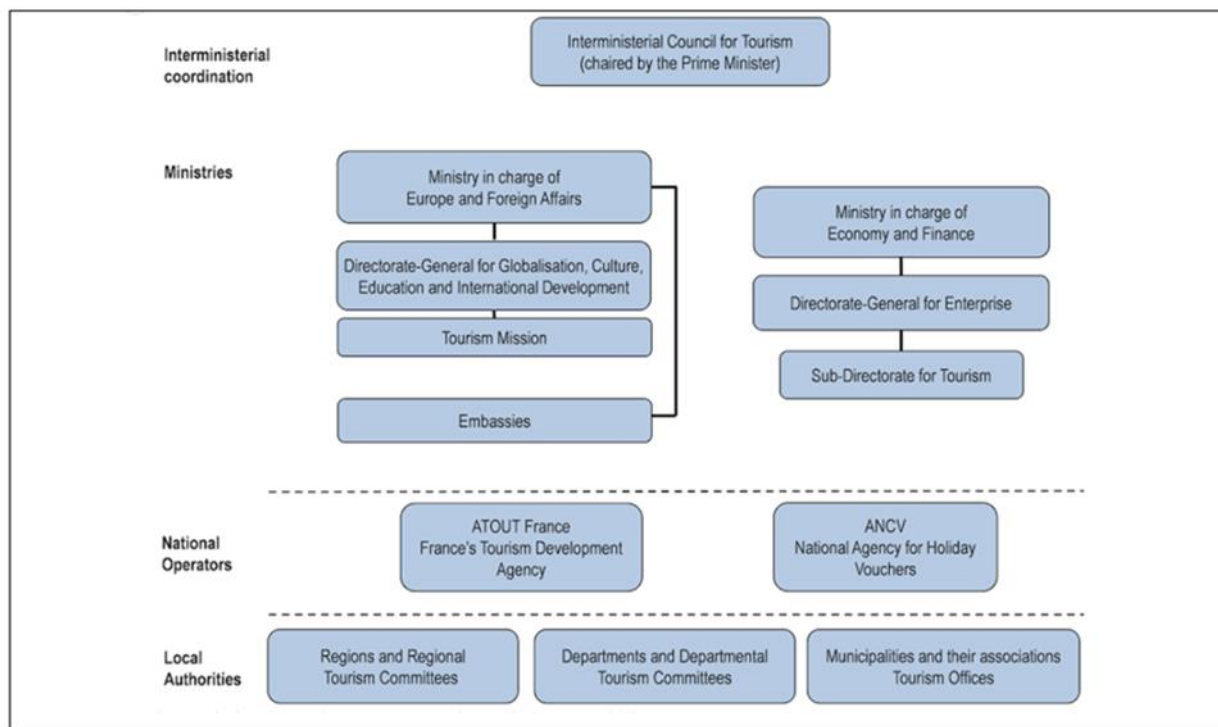
U Francuskoj je jasno definirana podjela zadataka i odgovornosti po pitanju turizma na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini, što je rezultiralo vodećim turističkim rezultatima ove zemlje. Središnja vlast odgovorna je za definiranje i implementaciju turističke politike. Interesantno je da ova zemlja nema Ministarstvo turizma, no organizacijski ustroj je jasan i rezultira velikom funkcionalnošću.

Odgovornost za turističku politiku od 2014. godine podijeljena je između *Ministarstva Europe i vanjskih poslova (Ministry of Europe and Foreign Affairs)* koje ima zadatak promoviranja Francuske kao turističke destinacije u inozemstvu i *Ministarstva ekonomije i financija (Ministry of the Economy and Finance)* koje je odgovorno za regulatorni okvir.

U nadležnosti predsjednika vlade djeluje tijelo *InterMinisterial Tourism Council (ICT)* koje se sastaje dva puta godišnje u cilju zajedničkog rada svih ministarstava i ekonomije po pitanju projekata i pitanja vezanih za turizam i gospodarstvo. Na nacionalnoj razini djeluju dvije razvojne agencije specijalizirane za turizam: *Atout France* koja je zadužena za promociju

Francuske u inozemstvu i ANCV (National Agency for Holiday Vouchers). Zakonski je definirano da turizam mora biti organiziran i na regionalnoj razini te tako svaka regija ima svoj regionalni turistički odbor koji je zadužen za provođenje turističkog razvojnog plana i organizaciju turizma na lokalnoj i općinskoj razini.

Slika 2. Francuska: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Directorate-General for Enterprise, 2020 (<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/99da245e-en/index.html?itemId=/content/component/99da245e-en>)

Slijedi prikaz osnovnih smjernica turističke politike Francuske u razdoblju 2009. – 2020. godine kroz mjere turističke politike i primjere dobre prakse u pojedinom razdoblju.

Osnovne smjernice turističke politike Francuske

Razdoblje 2009. – 2010.	
Smjernice turističke politike	• Zakonodavni okvir turističke politike definiran je u dokumentu <i>Tourism Code</i> (Turistički kod). • Strateški plan turizma donesen je 2008. godine s glavnim područjima: osvajanje novih tržišta (Kina, Indija, Brazil i Meksiko, Istočna Europa, Rusija), povećati potrošnju turista, održivi razvoj turista uz održavanje prirodnog balansa i uvjeta života lokalnog stanovništva, poticanje razvoja domaćeg turizma, turizam treba učiniti dostupnim svima. • Udruživanje klastera, lanaca i udruženja u promociju održivog turizma – primjeri Champing Qualite mreža, Chouette nature oznaka, brend Parcs, brend Cle Verte. • Smanjivanje stope poreza na dodanu vrijednost na 5.5 % u 2009. godini za sektor ugostiteljstva kao poticaj većem zapošljavanju i snižavanju cijena. • Vlada je potaknula istraživanje o programima visokog obrazovanja u turizmu i potrebama na tržištu rada, zapošljavanju prevoditelja i turističkih vodiča. • Usmjerenost na klimatske promjene i onečišćenje okoliša potaknulo je projekte: turističke agencije primaju doprinose za smanjenje emisije štetnih plinova, prijevoznici za kupovinu ekološki prihvatljivijih prijevoznih sredstava, turisti za putovanje bez automobila i aviona, nove forme putovanja u gradovima i ekološki prihvatljiva putovanja (bicikl, pješaćenje).

Primjeri dobre prakse	National Agency for Holiday Vouchers (ANCV) projekt Inicijative koje potiču razvoj domaćeg turizma: starija populacija, hendikepirane osobe, ekonomski ugrožene osobe. Ove skupine dobivaju bon za domaća turistička putovanja.
Nacionalni budžet za turizam	594 milijuna EUR (2007.godina)
Razdoblje 2011. – 2012.	
Smjernice turističke politike	• Renoviranje i modernizacija turističkih proizvoda: reforma započeta 2009.godine obuhvaća povećanje kvalitete smještajne ponude i renoviranje smještajnih objekata. Politika potiče uvođenje standarda <i>Tourism Quality</i> koje je dobilo 5.400 objekata do sredine 2011.godine. • Iskorištavanje povijesne i kulturne baštine: uvedena je klasifikacija francuske gastronomije, državni festival hrane (23.9), formirano je savjetodavno tijelo za klasifikaciju vina (<i>High Council for Wine Tourism</i>), implementacija vinskih tura, poslovni turizam, turizam događaja, krstarenja, cikloturizam, gradski turizam i drugi oblici. • Promotivne aktivnosti Francuske u inozemstvu: zajednička koordinacija nacionalnih i regionalnih tijela i udruženja, Internet promocija (<i>Rendez-vous en France</i>). • Dobrodošlica i zadovoljstvo gostiju nakon povratka s putovanja: prati se putem istraživanja i on-line portala. Zakonodavni okvir • Definiran je dokumentom Tourism Code. • 2009. godine donijet je zakon Act on Developing and Modernising Tourism Services treba uspostaviti okvir za konkurentnost poslovanja u turizmu. Obuhvaćene su sljedeće reforme: • Provizije za posrednike (turističke operatore) su niže, proces jednostavniji, veća razina zaštite za turiste, definirana su pravila za taksi službe. • Nova pravila za renoviranje svih oblika smještajnih jedinica, uspostavljena je nova klasifikacija koja vrijedi pet godina, rangiranje unutar 1-5 zvjezdica, Ministarstvo daje garanciju klasifikacije. • Značajno je formiranje organizacije <i>Atout France</i> koja je odgovorna za turizam – važno za modernizaciju turističke ponude. • Poticajno djeluje na domaći turizam i distribuciju vaučera za putovanja. • Projekti za stimuliranje turističke potrošnje – formiranje ponude prema potražnji <i>Tourism Quality Plan</i>. • Porezna rasterećenja za ulaganja u nekretnine za iznajmljivanje (privatni smještaj), snižena stopa poreza na dodanu vrijednost za kampove, hotele i restorane.
Nacionalni budžet za turizam	327,9 milijuna EUR (2012. godina)
Razdoblje 2013. – 2014.	
Smjernice turističke politike	Jačanje promotivnih aktivnosti Francuske u inozemstvu • To je zadatak organizacije <i>Atout France</i> koja posebno promovira na novim rastućim tržištima, primjerice BRIC tržišta. • Diverzifikacija marketinga na starosne i platežno sposobne skupine; obitelji, mladi ljudi i starija populacija na tržištu Europe i udaljenim destinacijama; srednja klasa na BRIC tržištima. Slogan <i>Rendez-vous en France</i>. Modernizacija ponude • Tourism Quality Plan predstavlja nacionalnu oznaku kvalitete, potiče bolje strukturiranje i umrežavanje turističke ponude i dionika. Pravo na godišnji odmor • U okviru programa ANCV i vaučera za godišnji odmor, sukladno zakonu iz 2005. godine svi imaju jednako pravo na godišnji odmor. To se posebice odnosi na hendikepirane osobe i potiče se razvoj socijalnog turizma. Financirano 2007-13 projektom „Tourism and Handicap“. Poticanje pomoći i razvoja socijalnog turizma posebice za mlade obitelji 18-25 i samohrane roditelje.
Primjeri dobre prakse	Reforma sustava klasifikacije • Reforma je donesena 2009. godine i do kraja 2012. godine klasificirano je 68 % hotela i 77 % ukupnih smještajnih kapaciteta; 65 % kampova i 77 % smještajnih kapaciteta u kampovima. U

	razdoblju 2011. – 2012. klasificirani smještajni objekti bilježili su rast popunjenosti od 1,1 % dok su neklasificirani bilježili pad od 2,9 %. Uvođenje sustava klasifikacije pozitivno je utjecalo na kvalitetu i rast turističke ponude. Novi oblici turističke ponude • Industrijski turizam – posjete tvrtkama: novi oblik turizma koji je posebno interesantan za tradicionalne turističke destinacije i poslovni turizam. U Francuskoj je otvoreno oko 5000 tvrtki koje imaju 10 milijuna posjetitelja. Osnovano je i udruženje i javno-privatni projekt koji obuhvaća sve tvrtke koje su otvorene za javnost (www.enterpriseetdecouverte.fr). • Memorijalni turizam: veliki broj memorijalnih mjesta koja redovito posjećuju strani turisti (16 mjesta sa 4,25 milijuna posjetitelja u 2012. godini). Projekti „Great War“, obilježavanje stogodišnjice Prvog svjetskog rata i 70-e godišnjice oslobođenja u Drugom svjetskom ratu.
Nacionalni budžet za turizam	369,1 milijuna EUR (2013. godina)
Razdoblje 2015. – 2016.	
Smjernice turističke politike	• Jačanje promocije i poslovnih rezultata kao ključni izazov: Francuska je suočena s gubitkom tržišnog udjela. Tri dominantne regije (Paris, Rivijera i skijaško područje Alpa) trebaju zadržati svoj položaj uz jačanje ostalih regija – novi proizvodi i oblici turizma. Planirane mjere: jačanje digitalnih tehnologija (besplatan wifi), brže procedure dobivanja visa, obrazovni programi za nova radna mjesta, ulaganja u turizam posredstvom agencije i/ili javne investicijske banke (posebne financijske ustanove za financiranje turizma: Caisse des Depots i Banque publique d investissement). • Program promocije „Gout de France“ • Jednostavnija i brža zakonska regulativa – 2015.godine održana konferencija s nizom prijedloga iz tog područja.
Primjeri dobre prakse	Program ulaganja za ostvarivanje boljih poslovnih rezultata Godine 2015. pokrenuta je nova inicijativa na javnom investicijskom agencijom <i>Caisse des Depots</i> koja će idućih 5 godina plasirati 1 milijardu EUR u turizam s 3 cilja. • Investicije u smještaj: primarne su investicije u smještajne kapacitete u destinacijama s jakim razvojnim potencijalom. • Investicije u opremu i infrastrukturu (marine, centri, spa, kulturne atrakcije i slično) • Investicije u mala i srednja poduzeća u turizmu Destination Contact – program suradnje odabranih destinacija i promocija Francuske Primjeri suradnje su: Mont-Saint-Michel (destinacija pod zaštitom UNESCO-a), dolina Loare, regija Champagne, Louvre-Lens regija (zaštita UNESCO-a). Cilj projekta je korištenjem međunarodno poznatih destinacija ostvariti bolje zajedničke rezultate promocije destinacijskog i nacionalnog turističkog tržišta. Tijekom 2014-15 potpisano je 20 ugovora.
Nacionalni budžet za turizam	68 milijuna EUR (2015. godina)
Razdoblje 2017. – 2018.	
Smjernice turističke politike	Na sastanku CIT-a 2017. godine istaknuto je 6 ključnih područja za budućnost turizma Francuske. • Kvaliteta usluga i sigurnosti: važnost za zadovoljstvo turista i lojalnost destinaciji; implementacija prepoznatljivog sustava kvalitete (Qualite Tourisme oznake). • Koordinirana turistička ponuda: usmjerenost prema tržišnim nišama, „Destination contract“ projekti. • Državni poticaji kroz ulaganja i bolju povezanost – razrađeno kroz France Tourism Development Fund. • Edukacija i zapošljavanje: ključni element • Poticaj digitalizaciji i uvođenju informacija: DATAtourism projekt • Promocija dostupnosti odmora za obitelji, starije i hendikepirane osobe (socijalni turizam)

	Brži postupak izdavanja vize: unutar 48 sati za 10 novih zemalja do 6. 2018.; kraće vrijeme na aerodromskim granicama na 30 minuta na EU stanovnike i 45 minuta za sve ostale posjetitelje od 1. 1. 2018. Novi sustav koordinacije i komuniciranja: regularni sastanci s definiranim programom rada. Političke nestabilnosti i teroristički napadi (7. i 9. 2016.): zahtijevale su dodatna ulaganja od strane Atout France. Nove digitalne platforme i utjecaj na klasične oblike turističkog smještaja: plaćanje, oporezivanje, zaštita potrošača.
Nacionalni budžet za turizam	70 milijuna EUR (2016. godina)
Razdoblje 2019. – 2020.	
Smjernice turističke politike	• Na sljedećem ICT sastanku održanom 2018. godine dodatno su usmjerena sredstva u financiranje posredstvom vladine agencije <i>Caisse des depots</i> i javne investicijske banke <i>Bpifrance</i>. Na sastanku održanom u 2019. godine naglasak je dan zapošljavanju te održivom razvoju turizma. • Veliku važnost u razvoju turističke ponude ima privatni smještaj, koji je zbog važnosti počeo značajno utjecati na cijene nekretnina u zemlji. Značajan doprinos u proširivanju turističke ponude, ali i sprečavanju daljnje rasta cijena nekretnina, je prihvaćanje zakona koji se odnosi na kupovinu nekretnina i iznajmljivanje istih u turističke svrhe što je regulirano <i>ELAN zakonom</i> iz 2018. godine (2018 Law on Changes in Housing, Land Management and Digital Technology), a prema kojemu se nekretnine može iznajmiti maksimalno 120 dana godišnje.
Nacionalni budžet za turizam	70-75 milijuna EUR (2018. godina)

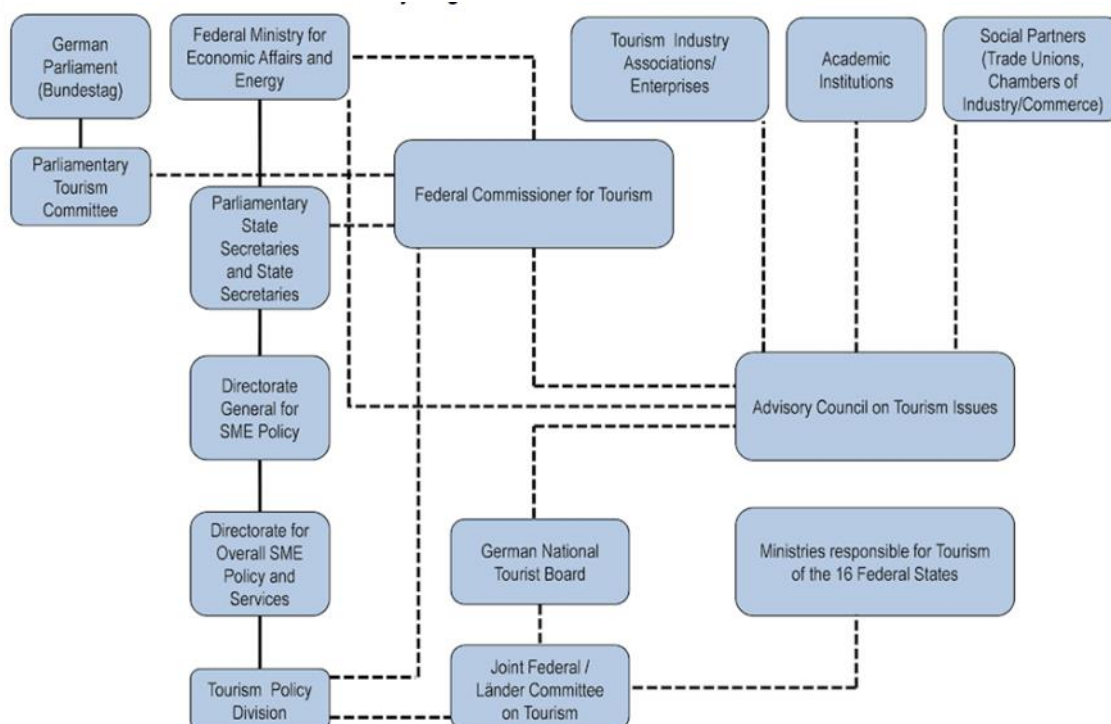
Njemačka

Iako gospodarstvo Njemačke spada u red najrazvijenijih i najjačih u Europi, turizam zauzima značajno mjesto i izrazito pozitivno utječe posebice za tržište rada. Njemačka postaje sve popularnija turistička destinacija i trend rasta posebno je izražen posljednjih godina. Njemačka je posebno popularna među domicilnim stanovništvom koje ostvaruje 82 % ukupnih turističkih noćenja u zemlji. U turizmu Njemačke posebno mjesto zauzimaju mala i srednja poduzeća te je dan strateški naglasak na njihovo financiranje.

Turističku politiku Njemačke provodi središnja vlada i to u nadležnosti Ministarstva ekonomije i energetike (*Federal Ministry for Economic Affairs and Energy BMWi*) koje je osnovalo Centar izvrsnosti turizma (*Centre of Excellence for Tourism*). Ministarstvo surađuje sa savjetodavnim tijelom za turizam (*Advisory Council on Tourism Issues*) koji koordinira interese vlade, turizam i ostale interesne skupine. Posebna Komisija za turizam (*The Commissioner for Tourism*) odgovorna je za koordinaciju turističke politike unutar vlade i parlamenta. Federalne države su odgovorne za oblikovanje i promociju turističke politike na regionalnoj razini te organizaciju provođenja na regionalnoj, lokalnoj i općinskoj razini.

Njemačka turistička zajednica (*German National Tourist Board, GNTB*) odgovorna je za predstavljanje Njemačke u inozemstvu i marketinške aktivnosti i usko surađuje s nacionalnim i međunarodnim organizacijama.

Slika 3. Njemačka: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9633dbda-en/index.html?itemId=/content/component/9633dbda-en>

Slijedi prikaz osnovnih smjernica turističke politike Njemačke u razdoblju 2009. – 2020. godine kroz mjere turističke politike i primjere dobre prakse u pojedinom razdoblju.

Osnovne smjernice turističke politike Njemačke

Razdoblje 2009. – 2010.	
Smjernice turističke politike	Prihvaćen je German Federal Government Guidelines on Tourism u 2008. godini u kojemu je istaknuto: turizam je važan za ekonomski rast i zapošljavanje, važnost ekologije i održivosti, razvoj održivog razvoja turizma, demografske promjene i utjecaj na turizam, povećanje kvalitete turističke usluge, poboljšanje vještina i zapošljavanja u turizmu, poboljšanje infrastrukture i inovacija, razvoj domaćeg turizma, sinergija turizma. Posebno je istaknuta važnost klimatskih promjena i demografskih promjena (pad broja stanovništva). Prepoznata važnost i potencijal zdravstvenog turizma.
Nacionalni budžet za turizam	35 milijuna EUR (2009. godina)
Razdoblje 2011. – 2012.	
Smjernice turističke politike	Zdravstveni turizam: povezivanje turizma i zdravlja. U 2011. godini završen je projekt Gesundheitstourismus (Inovativni zdravstveni turizam) s brojnim primjerima i ponudama iz zdravstvenog turizma. Turizam i održivost: prirodni turistički sadržaji i ponuda (planinarenje, cikloturizam i riječni turizam; vodi se računa o klimatskim promjenama i prilagodbama). Ruralna područja: projekt iz 2011. godine <i>Tourismusperspektiven in ländlichen Raumen</i> (Turističke perspektive u ruralnim područjima) – poticanje razvoja i poslovanja u ruralnim područjima. TSA metodologija: od 2012. godine prate se i evaluiraju podaci i provodi ekonomska analiza utjecaja turizma.

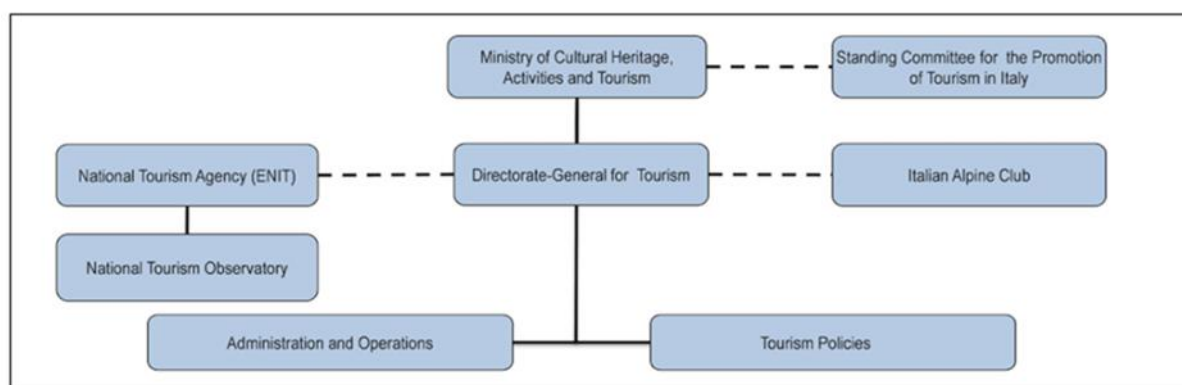
	• Projekt Water Tourism (Riječni turizam): jačanje specifičnog turističkog proizvoda i ponude; organizacija sajma Boot 2012 (jačanje riječnog i nautičkog turizma). • Turizam bez ograničenja: uvođenje oznake <i>tourism-without-barriers</i>, Internetsko oglašavanje, prezentacija koncepta i ponude.
Nacionalni budžet za turizam	29,3 milijuna EUR (2012. godina)
Razdoblje 2013. – 2014.	
Smjernice turističke politike	Naglasak podrške malim i srednjim poduzećima u turizmu Oni predstavljaju glavni potencijal za rast i zapošljavanje, počivaju na održivim modelima i potiču društvenu odgovornost. Razvoj ruralnih područja Projekt <i>Tourism prospects in rural areas</i> naglašava važnost radnih mjesta i prihoda u ruralnim područjima. Projekt <i>Tourism for children and adolescence</i> za poticanje turizma za mlade, organizacije događaja i kongresa na tu temu. Zajednička kampanja i promotivne aktivnosti sa Švicarskom i Austrijom protiv seksualnog iskorištavanja djece i mladih. Demografske promjene i nedostatak radne snage Kontinuirano naglašavanje važnosti kontinuiranog rada na edukaciji i osposobljavanju radne snage za turizam. Program edukacije za agenta privatnih i poslovnih putovanja i certificirani turistički službenik.
Nacionalni budžet za turizam	29,9 milijuna EUR (2013. godina)
Razdoblje 2015. – 2016.	
Smjernice turističke politike	Nastavak osnovnih smjernica turističke politike iz prethodnog razdoblja. Poticanje turističkih putovanja osoba s ograničenim mogućnostima i obiteljima s malom djecom: posebno označavanje i osnivanje lanca usluga za takve potrebe. Poseban sustav označavanja <i>Tourism for All labelling</i> sistem; organiziran događaj <i>Accessible Tourism Day</i> na Sajmu turizma u Berlinu 2013. godine. Ruralni turizam: ruralna područja zauzimaju 60 % teritorija Njemačke i imaju 32 % smještajnih kapaciteta, ali samo 12 % ostvarene dodane vrijednosti. Nezadovoljavajuća je struktura ponude, kvalitete, zaposlenosti i prihoda. Nedostatak radne snage: velika potražnja za kvalificiranom radnom snagom
Primjeri dobre prakse	Projekt <i>Skilled Labour for the Tourism Industry – Fit for the Future</i> Dualni sustav obrazovanja: formalno obrazovanje u stručnim školama i stručnog osposobljavanja kroz praksu, strukovna udruženja, sindikate. Poslodavci i radnici kontinuirano komuniciraju oko potrebe za modernizacijom sustava obrazovanja i prakse. Stručno osposobljavanje provode centri izvrsnosti koji podupiru mlade i odabir buduće profesije.
Nacionalni budžet za turizam	30,6 milijuna EUR (2015. godine)
Razdoblje 2017. – 2018.	
Smjernice turističke politike	Nastavak turističke politike iz prethodnih razdoblja. Potencijal kulturnog turizma: izazovi za bolje korištenje potencijala, posebice u manjim turističkim destinacijama i regijama. Sinergija kulturnog i ruralnog turizma: projekt <i>The Destination as a Stage: How can Cultural Tourism Make Rural Areas Successful</i>. Pilot-projekt na 5 ruralnih regija. Istraživanje se nastavlja u 2018. godini. Digitalizacija: nužnost prilagodbe zakonske regulative za rezervaciju smještajnih kapaciteta. Projekt ekološke i energetske učinkovitosti smještajnih kapaciteta: provodi se na 30 hotela i hostela – <i>Check-in Energy Efficiency</i> pilot-projekt.

Primjeri dobre prakse	Održive destinacije Njemačko turističko udruženje (<i>German Tourist Association</i>) definiralo je 40 ekoloških, ekonomskih, društvenih i upravljačkih kriterija za definiranje održivosti turističke destinacije.
Nacionalni budžet za turizam	30,6 milijuna EUR (2016. godina)
Razdoblje 2019. – 2020.	
Smjernice turističke politike	• Smjernice turističke politike dane su u dokumentu <i>Federal Government Report on Tourism Policy</i> iz 2017. godine. Glavne smjernice turističke politike u Njemačkoj usmjerene su na: poticanje malih poduzeća za razvoj kompetitivnih prednosti i potencijala za rast i zapošljavanje, dostupnost informacija i usluga za što veći broj potencijalnih potrošača, jačanje ruralnog turizma, osnaživanje radne snage, projekt digitalizacije, razvoj novih receptivnih tržišta, osiguravanje principa održivosti na svim razinama. • Njemačka vlada je u 2019. prihvatila temeljne principe nacionalne strategije turizma (<i>2019 National Tourism Strategy</i>) s trima glavnim prioritetima: porast dodane vrijednosti domaćeg turizma, povećanje kvalitete života domicilnog stanovništva i jačanje globalne stabilnosti. • Ministarstvo je 2019. godine podržalo razvoj programa LIFT (jačanje aktivnosti i promocija inovacija u turizmu), čime se financiraju novi inovativni projekti za mala i srednja turistička poduzeća.
Primjeri dobre prakse	Centar izvrsnosti za turizam Centar je osnovalo odgovorno ministarstvo za turizam u cilju podrške u definiranju i implementaciji ispravne turističke politike. Ona se redovito prati, analiziraju ekonomske, tehničke i društvene promjene u putovanjima i turizmu. Poseban program <i>Tourism 2030</i> kroz koji centar surađuje s privatnim sektorom i znanstvenicima na razradi dugoročnih scenarija i mogućnosti za kretanje turizma u Njemačkoj. Centar ima savjetodavnu ulogu i okuplja predstavnike iz glavnih turističkih udruženja. Novije promjene nastale su pod utjecajem digitalizacije i dijeljenja ekonomije, rasta mobilnosti, personalizacije putovanja, utjecaja sve starije populacije na module putovanja, rastuća potražnja u zemljama u razvoju za udaljene turističke destinacije. Centar istražuje održivost, klimatske promjene, terorizam i političke nestabilnost te njihov utjecaj na turizam.
Nacionalni budžet za turizam	32,6 milijuna EUR (2018. godina)

Italija

U posljednjih nekoliko godina Italija je imala promjena po pitanju upravljanja turizmom. Od 2019. godine turizam je pod odgovornošću Ministarstva kulture, aktivnosti i turizma (*Ministry of Cultural Heritage, Activities and Tourism, MiBACT*). Generalni odbor za turizam pri ministarstvu donio je strateški plan koji je koordiniran s regijama i autonomnim pokrajinama, te nacionalnom turističkom agencijom (*National Italian Tourism Agency, ENIT*).

Slika 4. Italija: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Ministry of Cultural Heritage, Activities and Tourism, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3d4192c2-en/index.html?itemId=/content/component/3d4192c2-en>

Slijedi prikaz osnovnih smjernica turističke politike Italije u razdoblju 2009. – 2020. godine kroz mjere turističke politike i primjere dobre prakse u pojedinom razdoblju.

Osnovne smjernice turističke politike Italije

Razdoblje 2009. – 2010.	
Smjernice turističke politike	Nacionalna strategija turizma - Smjernice strategije turizma dane su 2008. godine u dokumentu National Strategy to Enhance the Development of Tourism in Italy. Osnovni ciljevi: promocija Italije kao turističke destinacije, bolja interakcija i koordinacija turističke politike na lokalnoj i nacionalnoj razini (potpisan dokument <i>Agreement for Synergistic Promotion in Tourism</i>), ugovori s ključnih međunarodnim turoperatorima, privlačenje kulturnih i sportskih događanja, obrazovni programi i zapošljavanje, nove tehnologije, organizacija prikupljanja turističkih podataka. Zakonodavstvo - Nacionalni zakon koji regulira turizam donesen je 2001. godine i predstavljao je značajnu reformu cijelog turističkog sustava. Turistički zakoni i regulative donose se na razini 20 regija. Godine 2002. država je donijela dokument kojim sve regije moraju prihvatiti zakonodavstvo EU i nacionalne zakone. Mjere za oporavak od ekonomske i financijske krize i stabilizacija - Brži i lakši proces planiranja, kooperacije javnog i privatnog sektora, diferencijacija ponude, bolje i lakše obrazovanje, bolji uvjeti za manja poduzeća. - Posebne mjere za socijalno ugrožene obitelji i pomoć za turistička putovanja u Italiju izvan glavne sezone: posebni popusti za obitelji uz istovremeno održavanje radnih mjesta izvan glavne sezone. - Zajednička promocija s Francuskom i Španjolskom prema novim udaljenim emitivnim tržištima.
Primjeri dobre prakse	MOTUS projekt Projekt je obuhvatio 1000 nezaposlenih mladih ljudi koji su odabrani u regijama južne Italije i to kroz sveučilišta, srednje škole i zavode za rad te im je pružena edukacija iz područja turizma. Nakon edukacije i međusobnom upoznavanja s poslodavcima bila je to prilika za zapošljavanje u turizmu. Studenti su dobili mogućnost stipendiranja i smanjivanja troškova školarina te su se tako formirali visoko obrazovani ljudski potencijali. Projekt je rezultirao u povećanju kvalitete i konkurentnosti 259 poduzeća, od kojih je 159 iz južne Italije čime je smanjena stopa nezaposlenosti. Vaučeri za odmor Usljed ekonomske krize vlada je 2009. godine donijela odluku o vaučerima za odmor (eng. <i>holiday vouchers</i>) za domaće turiste s niskim primanjima. Vaučeri su se mogli koristiti od 6.

	siječnja do prvog tjedna u srpnju i od početka rujna mjeseca do 20. prosinca. Država je plaćala 20 – 45% prosječnih troškova obiteljskog odmora (ovisno o prihodima i veličini obitelji). Zajednički međuregionalni turistički projekti Država je potencirala međuregionalne projekte u nizu područja: smještajni kapaciteti u selima, mediteranska hrana i piće, turizam u kontinentalnom dijelu, zajednička promocija kvalitete turističkog sustava, praćenje kvalitete u hotelima, poboljšanje kvalitete turističke ponude, promocija kulturnog turizma, razvoj turističkih i kulturnih ruta, razvoj planinskih destinacija.
Nacionalni budžet za turizam	76,5 milijuna EUR (2009. godina)
Razdoblje 2011. – 2012.	
Smjernice turističke politike	Regionalni i lokalni razvoj - Projekti konvergencije i bržeg turističkog i ekonomskog razvoja za regije Kalabrija, Campania, Puglia i Sicilija u cilju: I) ubrzanja ekonomskog rasta (EU projekti ERDF 2007-13), II) EU projektni programi razvoja kulturnih, prirodnih i turističkih atrakcija i III) EU projekti programi ekonomska istraživanja. - Godine 2010. potpisan je dokument o suradnji Ureda za turizam i regija kroz zajedničku podršku i financiranje projekata (regije moraju sudjelovati s minimalno 10 % financiranja u svojim projektima). Zakonodavni okvir - Godine 2011. donesen je turistički kodeks (<i>Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo</i>), kojim je definiran zakonski okvir i sukladnost sa zakonima EU. Vaučeri za odmor - Nastavlja se korištenje vaučera za odmor koji se mogu koristiti tijekom cijele godine. Programi i projekti - Projekti obuhvaćaju područje društvene politike i ekonomski plan oporavka, financirani su iz domaćih i EU izvora. Nastavlja se program MOTUS iz prethodnog razdoblja. Nastavljaju se započeti međuregionalni projekti iz prethodnog razdoblja. - Povodom 150-e godišnjice ujedinjenja Italije pokrenut je projekt promoviranja obrazovnih programa putovanja za učenike srednjih škola na mjesta gdje se slavi godišnjica. To se prvenstveno odnosi na učenike iz područja turizma, koji se tako upoznaju s povijesnim činjenicama i prirodnim ljepotama; ujedno se proširuje turistička sezona. - Promocija Italije kao brenda (<i>Destination Italy, Made in Italy</i>) za poticanje stranih ulaganja u turizam. - Zajednički projekt Italije i Francuske Via Francigena – zajednička dugoročna strategija za zaštitu i promociju zajedničke kulturne baštine i ruta. - Zajedničke promotivne aktivnosti Italije, Francuske i Španjolske za turiste iz Kine, Indije i Brazila - Projekt <i>Jewels of Italy</i> i <i>Magic Tour of Italy</i> – promocija turističkih gradova Italije - Projekt <i>Easy Italy</i> – informativna višejezična on-line podrška za turiste, prva B2B virtualna platforma.
Primjeri dobre prakse	Projekt Lavoro e Sviluppo 4, 2007-2013 Projekt „s prakse na posao“ financiran iz konvergencijskog fonda EU za slabije razvijene regije odnosi se na otvaranje 6000 mjesta za usavršavanje za ugrožene ili nezaposlene osobe u konvergencijskim regijama Italije na način da se usavršavaju na radnom mjestu u turističkim subjektima, u okviru politike kreiranja radnih mjesta, kako bi se radna mjesta popunila educiranom radnom snagom.
Nacionalni budžet za turizam	41,2 milijuna EUR (2011. godina)
Razdoblje 2013. – 2014.	
Smjernice turističke politike	Nacionalni strateški plan turizma do 2020.godine donesen je 2012.godine. Plan sadrži 61 mjeru za razvoj i jačanje talijanskog turizma. Nastavak provođenja turističke politike iz prethodnog razdoblja.

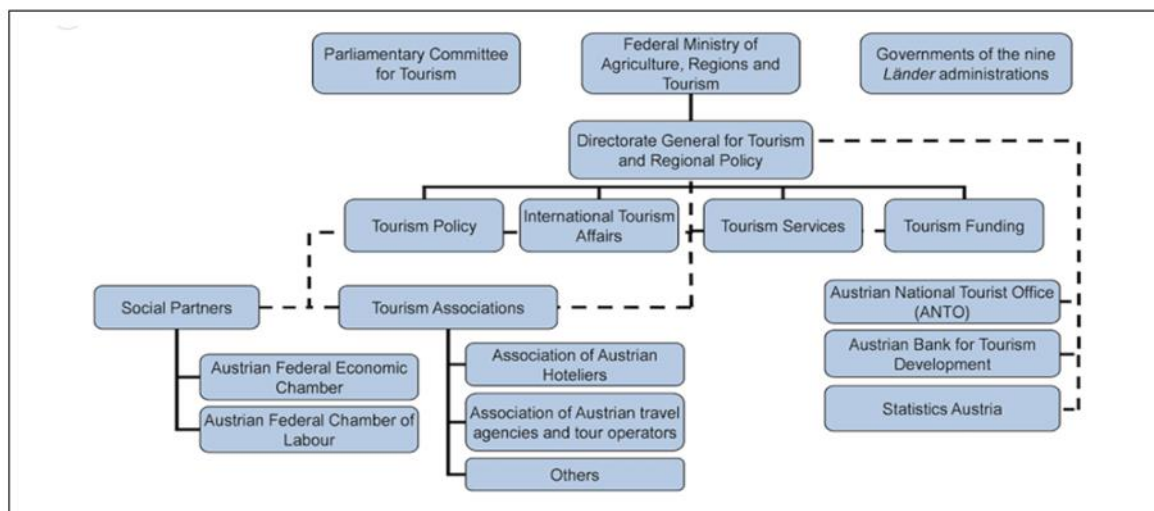
Nacionalni budžet za Turizam	34,3 milijuna EUR (2013. godina)
Razdoblje 2015. – 2016.	
Smjernice turističke politike	Mjere sinergije turizma i kulture za jačanje atraktivnosti i konkurentnosti. Najveća potražnja za kulturnom baštinom u Rimu, Veneciji, Firenzi i Napulju; potreba kreiranja potražnje za ostalim kulturnim dobrima. Velika disperzija u turističkim rezultatima: 67 % turističkih rezultata ostvaruje 5 talijanskih regija – Lazio, Lombardija, Veneto, Emilija-Romagna i Toskana; svega 18 % ostaruje jug Italije. Sinergija turizma i prijevoza: poboljšanje intermodalnog prijevoza i turističke mobilnosti kroz programe cikloturizma. Implementacija sustava Art Bonus Decree. Projekt suradnje s talijanskim željeznicama. Sinergija turizma i zračnog prijevoza: Nacionalni plan razvoja zračnog prijevoza: odabrano je 11 aerodroma od strateškog interesa i 26 od nacionalnog interesa. Važan je razvoj aerodromske infrastrukture i modalnog pristupa.
Primjeri dobre prakse	Poticanje digitalizacije u turizmu: formiranje laboratorija za digitalni turizam koji razvija strategiju digitalizacije u turizmu; definiranje kreditnih mjera i poreznih poticaja za ulaganja u digitalni turizam i razvoj komunikacije i promocije digitalnog turizma u Italiji. Laboratory for Digital Day definirao je strategiju 2014. godine s 27 akcijskim prijedloga. Art Bonus Decree: Mjera donesena zakonom br.83 od 31. 5. 2014. godine koja donosi jasne mjere i poticanje za financiranje obnove javnog kulturnog bogatstva. To se odnosi na oslobađanje plaćanja poreza kao potpora za obnovu i nadogradnju turističke strukture kako bi se investiralo u efikasnije i održive zgrade. Zakon obuhvaća i aktivnosti iz područja digitalnog turizma. Art Bonus priznaje smanjenje 30 % troškova uloženi u modernizaciju i digitalizaciju turističkih usluga u razdoblju 2014. – 2018. uključujući troškove: a) web stranica i web portala; b) programa koji će se integrirati na web stranice i društvene mreže; c) programi automatizacije sustava rezervacije i online usluga; d) komunikacija, promocija i marketing i e) razvoj aplikacija za promociju turističkih usluga. Digital Tourism: promocija turizma Italije kroz kulturu, hranu, vina, umjetnost, kreativnu industriju.
Nacionalni budžet za turizam	30 milijuna EUR (2015. godine)
Razdoblje 2017. – 2018.	
Smjernice turističke politike	- Uvodi se novi Nacionalni strateški plan turizma 2017. – 2022. U izradu plana uključeni su svi turistički dionici uz naglašenu koordinaciju i kooperaciju. Istaknuta su četiri područja: teritorij i baština, konkurentnost i zapošljavanje, turist u središtu te integracija i kooperacija uz strateške principe održivosti, inovacija i pristupačnosti. Art Bonus Decree porezne olakšice iz 2014. godine koristit će se do 2020. godine za modernizaciju turističkih kapaciteta. - Prihvaćen je novi sustav klasifikacije hotela uz naglasak na održivosti i dostupnosti.
Primjeri dobre prakse	Naglasak na mobilnosti i povezanosti turizma i prijevoza Specijalni plan turističke mobilnosti za razdoblje 2016. – 2024. obuhvaća ulaganja u <i>soft mobility</i> mrežu (staze za bicikle, turističke staze), turističke staze (<i>Camini</i>) poput <i>Via Francigena</i> i <i>Via Appia</i>. Godina 2016. bila je godina talijanskih staza u cilju osvježavanja kulturnih staza. Tijekom cijele godine provedene su aktivnosti i promocije oglašavane na www.camminiditalia.it.
Razdoblje 2019. – 2020.	
Smjernice turističke politike	- Nacionalni okvir turizma definiran je strateškim planom <i>National Strategic Plan for Tourism 2017-2022 (PST Piano Strategico del Turismo)</i> koji naglašava principe održivosti, inovacije i konkurentnosti, a koji je usmjeren na četiri ključna područja: kultura i prirodna baština, konkurentnost i zapošljavanje, turist kao središte aktivnosti te integracija i suradnja na svim razinama. - Talijanska središnja vlada u posljednjih nekoliko godina kontinuirano ulaže sredstva kako bi se realizirali strateški dokumenti. Tako su 2016. godine uložena značajna financijska sredstva u digitalizaciju turizma; napravljen je plan ulaganja za povećanje mobilnosti u turizmu i infrastrukturna ulaganja za period 2016. – 2024. U razdoblju od 2014. – 2020. na snazi je

	poseban model oporezivanja turizma <i>Art Bonus Decree</i> u cilju modernizacije turističkih smještajnih jedinica. • Uveden je novi sustav klasifikacije hotela usmjeren na povećanje održivosti. • Marketinške aktivnosti koje provodi <i>ENIT</i> usmjerene su prema manje poznatim, ali značajnim kulturnim i turističkim resursima zemlje kako bi se diversificirala ponuda i potaknuo regionalni razvoj manje razvijenih područja. Strateško usmjerenje Italije je diversifikacija i razvoj niša turističkih proizvoda u skladu s potrebama i očekivanjima suvremenih turista. Velik naglasak je na razvoju kulturnog turizma te razvoju manjih kulturnih središta umjetnosti. • Financiranje turizma u Italiji osim iz nacionalnog budžeta velikim je dijelom ovisno o financiranju iz EU strukturnih fondova, od kojih je veliki dio financijskih sredstava usmjeren prema kulturnim središtima manje razvijenih regija. Godine 2014. formiran je <i>Tourism Investment Fund</i> koji je pod kontrolom vlade i kojim upravlja državna banka <i>Bank Cassa Depositi e Prestiti</i>. Taj fond predstavlja vezu između javnog i privatnog tržišta.
--	---

Austrija

Turizam je značajan za austrijsku ekonomiju u kojoj se ostvaruje najveći udio zaposlenosti. Specifičnost veličine i prirodnih resursa Austrija kombinira s valorizacijom bogate kulturne baštine, gastronomije, visokom kvalitetom usluga, koja je velikim dijelom usmjerena na manje obiteljske subjekte u turizmu. Velika važnost turizma prepoznata je na svim razinama gospodarstva te se podupire kroz nacionalno zakonodavstvo poštujući EU zakone i direktive. Na nacionalnoj razini od početka 2020. godine turističku politiku provodi Ministarstvo poljoprivrede, regija i turizma (*Ministry of Agriculture, Regions and Tourism BMLRT*) koji surađuje s Odborom za turizam pri vladi te predstavnicima osam austrijskih pokrajina. Strateški plan turizma na nacionalnoj razini koordiniran je sa strategijama turizma i turističkih organizacijama na federalnoj i regionalnoj razini. Marketinške aktivnosti provodi *Austrian National Tourism Office ANTO*.

Slika 5. Austrija: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Federal Ministry of Ministry for Agriculture, Regions and Tourism, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/5c26359f-en/index.html?itemId=/content/component/5c26359f-en>

Slijedi prikaz osnovnih smjernica turističke politike Austrije u razdoblju 2009. – 2020. godine kroz mjere turističke politike i primjere dobre prakse u pojedinom razdoblju.

Osnovne smjernice turističke politike Austrije

Razdoblje 2009. – 2010.	
Smjernice turističke politike	Jačanje kvalitete i konkurentnosti turističkog sektora - Izvrstan primjer suradnje javno-privatnog sektora kroz financiranje putem državne banke <i>Austrian Bank for Tourism Development</i>, koja je zadužena za financiranje malih i srednjih poduzeća u turizmu (www.oeht.at). - Vlada od 1999. godine daje državnu nagradu za turizam (<i>National Award for Tourism</i>). Svake godine posebna je tema nagrade (2007. godine: Vrtovi u Austriji, 2009. godine: Energetska efikasnost). - Poticanje suradnje i umrežavanje dionika u turizmu – primjer <i>Imerial Austria Residences i Creative Austria</i>. - Austrija je sudjelovala u EU projektu iz 2007. godine: Projekt EDEN – European Destinations of Excellence. Svake godine posebna je tema u okviru koje se provodi natjecanje i odabir iz područja inovativnog proizvoda i promocija koja obuhvaća društvenu, kulturnu i ekološku održivost. - Poticanje koncepta <i>Tourism for All i Friend of Fairness</i> u cilju ukidanja/sprečavanja barijera i ograničenja za turizam i putovanja. Poticanje održivog razvoja turizma i klimatske promjene - Vlada redovito publicira i informira sve dionike o važnosti navedenih promjena kroz publikacije i primjere, kontakte, sastanke i prezentacije novih proizvoda iz ovih područja, suradnja s ostalim ministarstvima. - Vlada potiče program istraživanja klimatskih promjena (<i>StartClim</i>) i studije iz tog područja. Jačanje tržišta radne snage - Publikacija <i>A Job in the Tourism and Leisure Industry – Attractive and Promising</i> namijenjen je studentima, učenicima, roditeljima, svima koji rade u području turizma. Poticajno za obrazovanje i odabir budućeg obrazovanja. - Uspostavljen je sustav kontinuiranog obrazovanja i usavršavanja zaposlenih u turizmu kroz regionalne kvalifikacijske programe, sustav obrazovanja prije sezone, obrazovanje na daljinu za novu radnu snagu. Jačanje međunarodne i prekogranične suradnje - Austrija potiče sve oblike suradnje i predstavlja dobar primjer zemlje koja potiče suradnju sa susjednim zemljama i organizacija okupljanja i skupova. Evaluacija turizma i praćenje podataka - Podaci su prepoznati kao osnova za strateško planiranje i upravljanje. <i>TSA (Tourism Satellite Account)</i> se provodi redovito od 2001. godine, kao i ekonomske analize turizma. Provodi se program T-MONA (<i>Tourism Monitor Austria</i>) praćenja turista preko web portala; redoviti podaci o domaćim i stranim turistima na razini destinacija, regija i države. Ekonomska kriza – nacionalne mjere - Vlada je izdvojila 4 milijuna EUR u promocijske aktivnosti usmjerene u aktiviranje domaćeg tržišta i glavnih bližih emitivnih tržišta koja su u manjoj mjeri zahvaćena ekonomskom krizom kako bi se umanjio očekivani pad turističkog prometa. - Nacionalna banka (<i>Austrian Tourism Development Bank</i>) osigurala je likvidnost turizma i povoljnije uvjete ulaganja u turizam: krediti malim i srednjim poduzećima, bankovne garancije, manje donacije prioritetnim projektima, mikrokrediti do 50.000 EUR uz 2,5 % kamatu, financijski programi u trajanju od 2 godine za smanjivanje utjecaja ekonomske krize.
Nacionalni budžet za turizam	59 milijuna EUR (2008. godina)
Razdoblje 2011. – 2012.	
Smjernice turističke politike	Nacionalna turistička strategija temelji se na 5 područja koja detaljno definiraju zadatke i ciljeve: marketing, subvencije, inovacije, infrastruktura i poslovno okruženje.

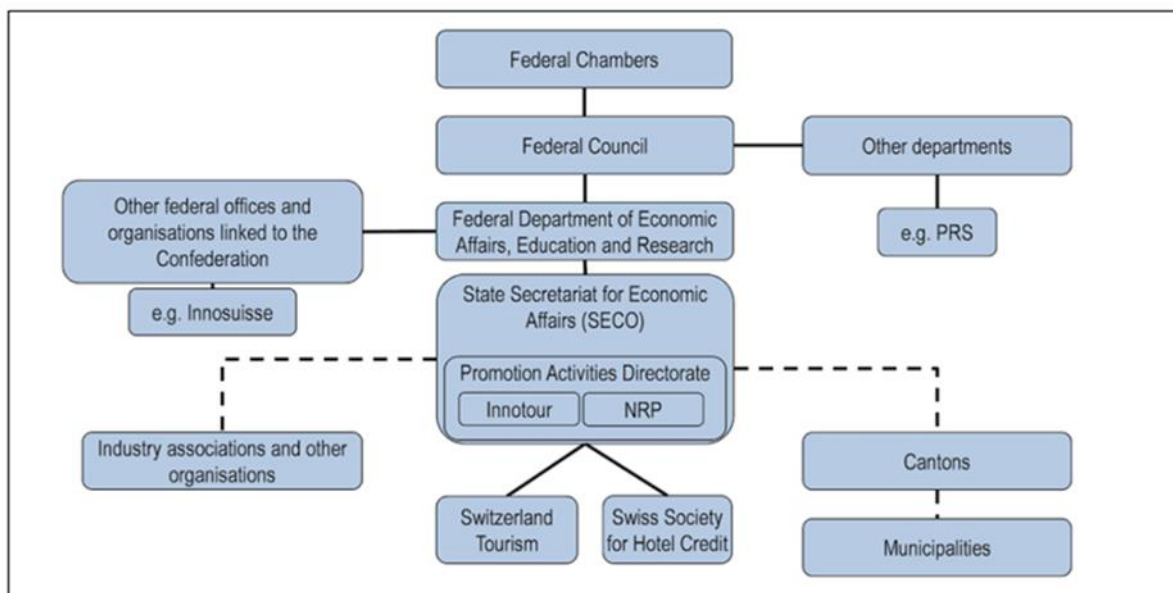
	• Marketing: zajednička suradnja svih dionika na nacionalnoj i lokalnoj razini. Projekt <i>Austria Unique Selling Propositions</i> (USPs). Ključni elementi turističke ponude su: Alpe, Dunav, jezera, gradovi i kultura. • Subvencije: nastavlja se suradnja javno/privatnog sektora kroz aktivnosti <i>Austrian Bank for Tourism Development</i>, privatne banke koja podupire kreditiranje malih i srednjih programa u turizmu. • Inovacije: svake dvije godine dodjeljuje se nagrada najbolje prakse iz inovacija; organiziraju se radionice o inovativnim proizvodima; povećane su subvencije za inovacije; primjer subvencija Innnovationsmillion, projekt vrijedan milijun EUR godišnje. • Infrastruktura: proširenje infrastrukture u ljetnim mjesecima, infrastruktura u planinskim predjelima, veća mobilnost javnim prijevozom prema, unutar i od turističkih regija; poticanje projekta <i>Tourism for All</i> – posebni poticaji za smještajne kapacitete i on-line platforme koje potiču ovaj projekt. • Poslovno okruženje: malo administrativno opterećenje, povoljni radni uvjeti, veća konkurentnost radne snage u turizmu (poticanje radionica u školama, financijska podrška za stažiranje u turizmu). Statistika i ekonomska evaluacija turizma • Redovito se provodi ekonomska evaluacija turizma i to je osnova za strateško odlučivanje. • TSA analiza i T-MONA – nastavak aktivnosti. • Od 2000. godine postavljen je TourMIS (<i>Tourism Marketing-Information-System</i>) s informacijama za odlučivanje; on line podaci istraživanja turista. Podaci dostupni za sve turističke organizacije, konzultante, poduzeća. Umrežavanje, istraživanje i razvoj proizvoda • Naglasak na istraživanju i klimatskim promjenama. • Publikacije o dobrim praksama, subvencije za turizam u području čiste energije, vode i mobilnosti.
Nacionalni budžet za turizam	61,9 milijuna EUR (2011. godina)
Razdoblje 2013. – 2014.	
Smjernice turističke politike	Nastavak elemenata turističke politike iz prethodnog razdoblja.
Nacionalni budžet za turizam	59,4 milijuna EUR (2013. godina)
Razdoblje 2015. – 2016.	
Smjernice turističke politike	• Nastavak implementacije Nacionalne turističke strategije iz 2010. godine kroz glavna područja. • Marketing: uska suradnja turističkih organizacija i devet turističkih marketinških organizacija regija u području brendiranja, marketinga, IT, istraživanja i komunikacija. • Financije i ulaganja: nastavak suradnje s <i>Austrian Bank for Tourism Development</i>. • Zapošljavanje i ljudski potencijali: od 2014. godine održavaju se redoviti sastanci na temu nedostatka radne snage i razvijen je prijedlog novog oblika naukovanja. Edukacija se promovira kroz suradnju s poslovnim okruženjem, informacijske brošure i sustav komunikacije. • Bolja dostupnost, povezanost i prijevoz: brojni skupovi i istraživanja usmjereni su na povezivanje turizma i prijevoza (<i>Tourism-Mobility-Day</i>); potiče se osvježavanje zakonske i regulatorne osnove. • Klimatske promjene: istraživanja, transfer znanja i informacije; korištenje subvencija. • Inovacije: nastavak aktivnosti iz prethodnih razdoblja.
Nacionalni budžet za turizam	51 milijuna EUR (2015. godine)
Razdoblje 2017. – 2018.	

Smjernice turističke politike	Nastavak elemenata turističke politike iz prethodnog razdoblja. Turizam i održivi razvoj: on line platforma kako turizam Austrije potiče održivi razvoj kroz 17 ciljeva, praktičnih primjera i mišljenja eksperata; organizacija brojnih događanja. Skupno financiranje: 2015. godine prihvaćen je zakon o alternativnim financijskim mogućnostima. 2016. godine osnova je skupna platforma <i>we4tourism</i> za brže i veće mogućnosti financiranja turizma.
Nacionalni budžet za turizam	52 milijuna EUR (2016. godina)
Razdoblje 2019. – 2020.	
Smjernice turističke politike	- Godine 2010. donesen je strateški plan turizma na nacionalnoj razini, a 2019. godine izrađen je aktualni strateški plan turizma Austrije <i>Plan T – Masterplan fur Tourismus</i> koji se temelji na održivom razvoju turizma i predstavlja osnovu za političke odluke po pitanju turizma na svim razinama. Nova kvaliteta turizma moguća je jedino kroz održivi razvoj i izrazitu kooperaciju na svim razinama. Strateški plan prate odgovarajući akcijski planovi doneseni za implementaciju mjera i aktivnosti. Strateški plan temelji se na razvojnim principima: uravnoteženog razvoja turizma, koordinacije turizma i gospodarstva, digitalizacije i uvođenja novih tehnologija, razvoja novog optimalnog modela gospodarstva, kontinuirani rad na edukaciji radne snage, važnost kooperacije turizma i ukupnog gospodarstva, potpora malih gospodarskim subjektima u turizmu, održivost na svim razinama i potrebitost statističkog praćenja i izvještavanja. - Korištenje <i>Climate and Energy</i> fonda za bržu i učinkovitiju energetska učinkovitost i klimatske prilagodbe. - Olakšavanje administrativnih okvira za turistička poduzeća: 2018. godine snižena je stopa poreza na dodanu vrijednost za noćenja s 13 % na 10 %.
Nacionalni budžet za turizam	69,8 milijuna EUR (2018. godina)

Švicarska

U Švicarskoj vodeću ulogu u provođenju turističke politike ima *Schweizerische Eidgenossenschaft Confederation Suisse (SECO State Secretariat for Economic Affairs)* koji je federalni centar izvrsnosti zadužen za održivi ekonomskih razvoj, visoku zaposlenost i ekonomske uvjete rada. Ova organizacija zadužena je za organizaciju *Innotour*, koja provodi promociju inovacija, kooperaciju i implementaciju znanja u turizam te nadgleda rad organizacija *Switzerland Tourism*, koja je zadužena za marketing, i *Swiss Society for Hotel Credit*, koja potiče investicije u smještajne resurse. S obzirom na važnost turizma i specifičnu organizaciju države velika važnost pridaje se turizmu, dugoročnom razvoju i strategiji, kao i na koordinaciji na svim razinama i institucijama unutar zemlje i s inozemstvom. U tom kontekstu uspostavljena je platforma *Tourism Forum Switzerland (TFS)* kao radna skupina koja uključuje privatni sektor, kantone, federalnu vlast, turističke organizacije i koja se redovito sastaje po pitanju turizma i turističke politike, a koja se pokazala izrazito pogodnom za promociju start-up aktivnosti i subjekata.

Slika 6. Švicarska: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema State Secretariat for Economic Affairs, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/50e854cd-en/index.html?itemId=/content/component/50e854cd-en>

Veliki izazovi postavljeni su uslijed rastućih troškova, novih tržišnih trendova, novih standarda i digitalizacije te je 2017. godine postavljena nova strategija razvoja turizma *Tourism Strategy of the Swiss Confederation* u kojoj su postavljeni prioriteti: poboljšanje okvira za poslovanje u turizmu, promoviranje i poticanje poduzetništva u turizmu te jačanje atraktivnosti i tržišnog udjela. Iste godine formirano je savjetodavno tijelo za turizam koje prati implementaciju strategije (*Tourism Policy Advisory Group*).

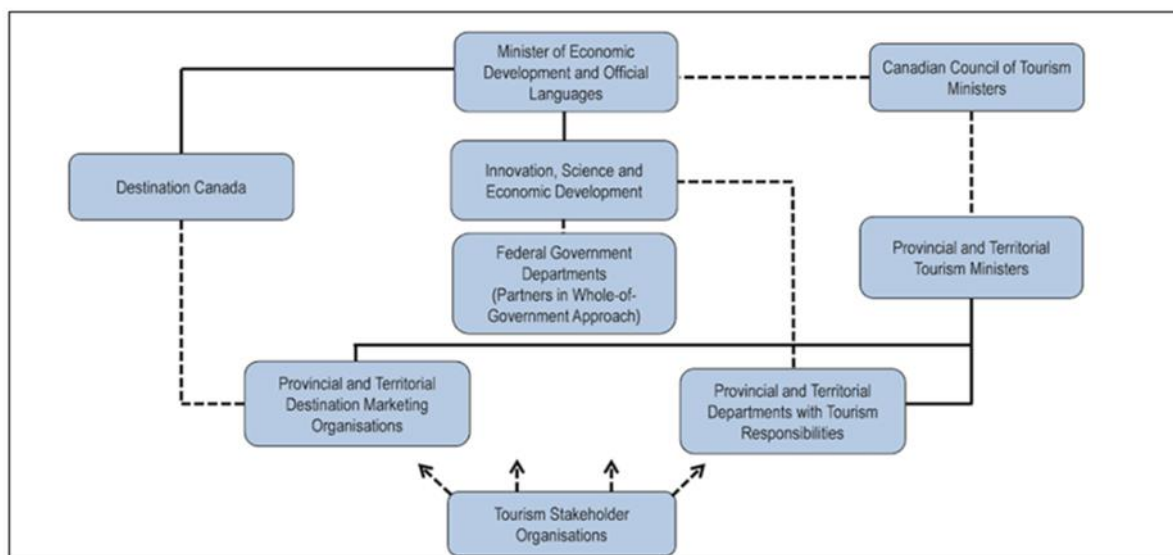
Godine 2019. uvedena je na nacionalnoj razini platforma *MySwitzerland.com* u cilju provođenja ciljeva strategije. Poticanje poduzetništva istaknuto je zbog oblika turističkog poslovanja i subjekata koji su prisutni u turističkom gospodarstvu ove zemlje. SECO i turistički poduzetnici surađuju s agencijom *Innosuisse*, zaduženom za istraživanje implementaciju inovacija u turizmu kako bi se što više iskoristio stečena podrška u znanju i koristila za unapređenje poslovanja u turizmu.

Kanada

U Kanadi je naglašena važnost turizma u svim dijelovima zemlje iz čega proizlazi bitnost koordinirane aktivnosti na svim razinama u ostvarivanju turističkih rezultata i rasta. Središnje tijelo odgovorno za turizam je *Federal Ministry of Innovation, Science and Economic Development*, dok je središnje tijelo za marketing organizacija *Destination Canada*, koja surađuje s javnim i privatnim sektorom. Regionalne vlade zadužene su za domaću turističku promociju i razvoj. Kanada ima razrađeni sustav horizontalne i vertikalne koordinacije i suradnje po pitanju turizma, pri čemu ključnu ulogu ima tijelo *Canadian Council of Tourism*

Ministers. Ono na godišnjoj razini okuplja ministre i odgovorne osobe na svim razinama koji identificiraju situaciju i mogućnosti u odnosu turizam.

Slika 7. Kanada: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



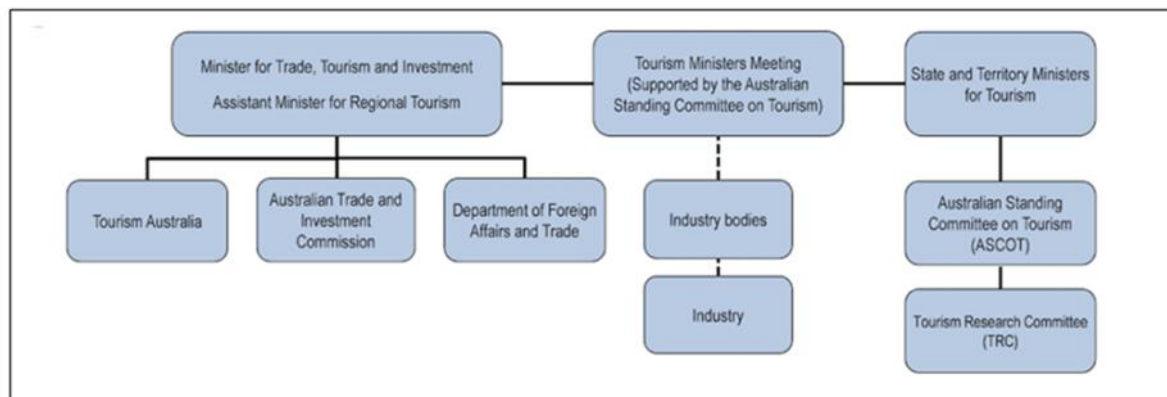
Izvor: OECD, prilagođeno prema Department of Innovation, Science and Economic Development, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/2e3a791a-en/index.html?itemId=/content/component/2e3a791a-en>

Prioritetne smjernice turističke politike vlade Kanade su stvaranje novih radnih mjesta, diversifikacija turističke ponude, privlačenje investicija u turistički sektor. Destination Canada objavila je 2018.godine strateški dokument *Unlocking the Potential of Canada's Visitor Economy* u kojemu su istaknuti glavni izazovi turizma te zemlje: koncentrirana potražnja u velikim urbanim sredinama i izražena sezonalnost, nedostatak radne snage i vještina, dostupnost zbog udaljenosti i troškova prijevoza, nužnost ulaganja i izazovi upravljanja. Godine 2019. objavljen je strategija pod nazivom *Creating Middle Class Jobs: A Federal Tourism Growth Strategy* s naglaskom na veća ulaganja u turizam, privlačenje ulaganja i javno-privatnu suradnju u turizmu.

Australija

Odgovorno tijelo za provođenje turističke politike Austrade (*The Australian Trade and Investment Commission*) surađuje s organizacijom *Tourism Australia*, koja djeluje pri Ministarstvu vanjskih poslova i trgovine i *Tourism Research Australia*, koja je zadužena za prikupljanje turističkih podataka i međunarodnu suradnju. Redovito organiziraju *Tourism Ministers Meetings* (TMM) na kojemu se okupljaju svi ministri koji zajednički raspravljaju o turizmu i povezanim pitanjima, kao i implementaciji nacionalne strategije *Tourism 2020*.

Slika 8. Australija: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: OECD, prilagođeno prema Australian Government, 2020., <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/0ad35b5f-en/index.html?itemId=/content/component/0ad35b5f-en>

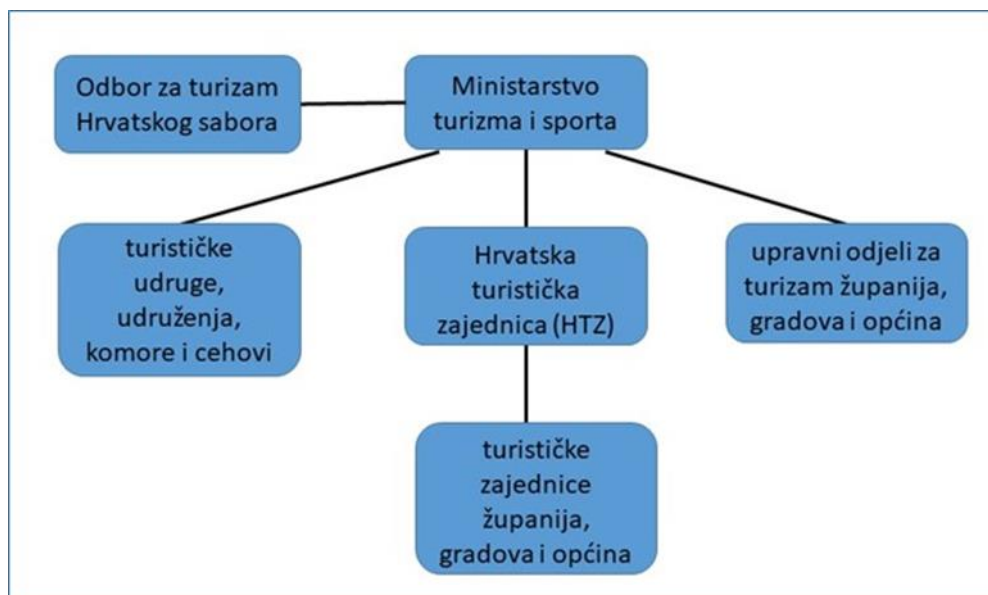
Tourism 2020 je dugoročna strategija objavljena 2011. godine i obuhvaća razdoblje do kraja 2020. godine. To je ujedno bila prva strategija usmjerena na povećanje turističke potražnje, investicijske aktivnosti, plan zapošljavanja i radne snage, jačanje i razvoj zračnog prometa sastavljena na nacionalnoj razini. Cilj te strategije bio je dvostruko povećavanje broja noćenja do 2020. godine. Način na koji je strategija postavljena i implementirana tijekom razdoblja čine dobru praksu i nužnost rada na novoj strategiji *Tourism 2030* koja je u procesu. Izazovi s kojima se susreće turizam su: održivi razvoj uz nužno povećanje broja turističkih dolazaka, uravnoteženje prihoda od turizma kroz balansiranje tržišnih udjela s više emitivnih tržišta, modeliranje optimalne strukture ponude uz nužna veća ulaganja u turizam, izgradnja kapaciteta i ulaganje u radnu snagu (razvijen je *Tourism Employment Plans, TEPS*) uz kontinuirani rad na dostupnosti i razvoju zračnog prijevoza.

Analiza potvrđuje da različite zemlje imaju različite turističke politike i različitu organizacijsku shemu ključnih nositelja turizma kao odgovor na izazove suvremenog turističkog tržišta. U provođenju turističkih politika ključna je efikasnost i djelotvornost upravljačke strukture, odnosno mogućnost ključnih nositelja turističkih politika da pozitivno djeluju u interakciji s ključnim nositeljima ostalih područja (sektora) u izmjenama zakonodavnog okvira i ostalih politika (investicijska, porezna politika, politika ljudskih potencijala) u funkciji poticanja pozitivnog poslovnog okruženja i ostvarenja turističkog razvoja. Analiza odabranih zemalja pokazuje da neke zemlje imaju samostalno ministarstvo nadležno za turizam, druge resor turizma povezuju s drugim područjima (npr. Ministarstvo poljoprivrede, regija i turizma u Austriji) ili je za resor turizma nadležno ministarstvo koje odgovara za resor gospodarstva (npr. Ministarstvo ekonomije i energetike u Njemačkoj).

Organizacijska struktura upravljanja turizmom u Hrvatskoj

Organizacijska shema nositelja hrvatskog turizma pokazuje da se na vrhu nalazi Ministarstvo turizma i sporta (u sastavu Ministarstva turizma i sporta na čelu s ministrom/icom ustrojavaju se: Kabinet ministra, Glavno tajništvo, Uprava za strateško planiranje, digitalizaciju i EU fondove, Uprava za održivi razvoj i konkurentnost turističke destinacije, Uprava za razvoj poduzetništva, investicije i konkurentnost turističkoga gospodarstva, Uprava za sustav turističkih zajednica, kategorizaciju i pravne poslove, Uprava za sport, Samostalni sektor sportske inspekcije, Samostalna služba za drugostupanjski upravni postupak i Samostalna služba za unutarnju reviziju)⁶⁸ koje je povezano s Hrvatskom turističkom zajednicom (tijela HTZ su Glavni ured na čelu s direktorom, Skupština i Turističko vijeće, dok je predsjednik/ica HTZ-a ministar/ica turizma i sporta) s definiranim obvezama i odgovornostima po područjima djelovanja i Odborom za turizam Hrvatskog sabora. Niže upravljačke razine su upravni odjeli za turizam i turističke zajednice županija, gradova i općina (predsjednici turističkih zajednica su župani, gradonačelnici, načelnici) te turističke udruge, udruženja, komore i cehovi.

Slika 9. Hrvatska: Organizacijska struktura upravljanja turizmom



Izvor: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/e1fa2868-en/index.html?itemId=/content/component/e1fa2868-en> (4.8..2021.).

Na temelju pozitivnih primjera turističkih politika i modela organizacijske strukture turizma promatranih odabranih zemalja, hrvatski turizam mora implementirati inovirana rješenja prilagođena vlastitim posebitostima u funkciji veće efikasnosti turističkih politika.

⁶⁷ https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:f1ebd6bf-a0d3-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0015.02/DOC_1&format=PDF (27.5.2020.)

⁶⁸ Uredba o unutarnjem ustrojstvu Ministarstva turizma i sporta, NN 97/20, objavljeno 31. 8. 2021.

Prilog 4. Doprinos strateških ciljeva održivog turizma Hrvatske ciljevima Programa Ujedinjenih naroda za održivi razvoj 2030.

Strateški cilj	Doprinos ciljevima Programa UN-a (SDG) 2030.
1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam	         
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu	      
3. Konkurentan i inovativan turizam	       
4. Otporan turizam	      

Prilog 5. Prikaz strateških ciljeva i pokazatelja učinka Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine

Strateški cilj	Pokazatelj	Jedinica mjere	Izvor podataka za praćenje	Učestalost prikupljanja podataka	Godina početne vrijednosti	Početna vrijednost	Ciljana vrijednost
1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam	Udio komercijalnih noćenja u Kontinentalnoj Hrvatskoj u ukupnom broju noćenja	%	DZS	Godišnje	2019.	5,4 %	10,1 %
	Sezonalnost – udio noćenja izvan perioda od 1. 6. do 30. 9.	%	DZS	Godišnje	2019.	16,0 %	28,3 %
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu	Indeks konkurentnosti putovanja i turizma – okolišna održivost	Mjesto na ljestvici	WEF – Travel & Tourism Competitiveness indeks – Environmental sustainability	Svake dvije godine	2019.	14. / 140	≤ 10. mjesta
	Emisije CO2 u zrak prema NACE (revizija II) aktivnostima u turizmu	t	Eurostat	Godišnje	2019.	46196 t	43000 t
3. Konkurentan i inovativan turizam	Ukupni indeks razvoja putovanja i turizma (TTDI – WEF)	Mjesto na ljestvici	WEF – Travel & Tourism Development indeks	Svake dvije godine	2019.	46. mjesto	≤ 35. mjesta
	Prihod po stranom noćenju – 2019. u odnosu na prosjek EU	%	DZS, HNB	Godišnje	2019.	57 %	67 %
4. Otporan turizam	Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Prioritizacija putovanja i turizma	Mjesto na ljestvici	WEF – Travel & Tourism Competitiveness indeks – Prioritization of Travel and Tourism	Svake dvije godine	2019.	57. / 140	< 50. mjesta
	Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Sigurnost	Mjesto na ljestvici	WEF – Travel & Tourism Competitiveness Index – Safety & Security	Svake dvije godine	2019.	35. / 140	< 25. mjesta

NOSITELJ IZRADE AKTA:		Ministarstvo turizma i sporta	NAZIV AKTA:	Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine				ROK VAŽENJA AKTA:	Do 2030. godine		
Razvojni smjer NRS-a 2030.		RS 1. Održivo gospodarstvo i društvo									
Popis strateških ciljeva											
Rb	Naziv cilja sektorske/ višesektorske strategije	Pokazatelj učinka	Početna vrijednost pokazatelja učinka	Ciljna vrijednost pokazatelja učinka	Tijelo nadležno za provedbu strateškog cilja	Naziv strateškog projekta od nacionalnog značaja	Ukupna procijenjena vrijednost provedbe strateškog projekta od nacionalnog značaja	Nositelj provedbe strateškog projekta od nacionalnog značaja	Doprinos zelenoj tranziciji (DA/NE)	Doprinos digitalnoj transformaciji (DA/NE)	SDG
1	Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam	Udio komercijalnih noćenja u Kontinentalnoj Hrvatskoj u ukupnom broju noćenja	5,4 %	10,1 %	Ministarstvo turizma i sporta	n/p	n/p	n/p	ne	ne	1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 12
		Sezonalnost – udio noćenja izvan perioda od 1. 6. do 30. 9.	16,0 %	28,3 %							
2.	Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu	Indeks konkurentnosti putovanja i turizma – okolišna održivost	14. / 140	≤ 10. mjesta	Ministarstvo turizma i sporta	n/p	n/p	n/p	da	da	6,7,11, 12
		Emisije CO2 u zrak prema NACE (revizija II) aktivnostima u turizmu	46196 t	43000 t							
3	Konkurentan i inovativan turizam	Ukupni indeks razvoja putovanja i turizma (TTDI – WEF)	46. mjesto	≤ 35. mjesta	Ministarstvo turizma i sporta	n/p	n/p	n/p	da	da	3, 4, 8, 9, 11, 16, 17
		Prihod po stranom noćenju – 2019. u odnosu na prosjek EU	57 %	67 %							
4	Otporan turizam	Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Prioritizacija putovanja i turizma	57. / 140	< 50. mjesta	Ministarstvo turizma i sporta	n/p	n/p	n/p	ne	ne	3, 5, 6, 8, 10, 16, 17
		Travel & Tourism Competitiveness Indeks – Sigurnost	35. / 140	< 25. mjesta							

Prilog 6. Strateška procjena utjecaja na okoliš Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine

Sukladno odredbama Zakona o zaštiti okoliša („Narodne novine“, broj 80/13, 153/13, 78/15, 12/18 i 118/18) i Uredbe o strateškoj procjeni utjecaja strategije, plana i programa na okoliš („Narodne novine“, broj 3/17) za Strategiju provodi se postupak strateške procjene utjecaja na okoliš (u daljnjem tekstu: postupak SPUO), koji je započeo u prosincu 2020. godine Odlukom o započinjanju postupka strateške procjene utjecaja na okoliš Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine. Sukladno Rješenju Ministarstva gospodarstva i održivog razvoja, u okviru postupka SPUO provodi se i postupak Glavne ocjene prihvatljivosti Strategije za ekološku mrežu.

Nakon postupka utvrđivanja sadržaja Strateške studije utjecaja na okoliš Strategije (u daljnjem tekstu: Strateška studija) u kojem su sudjelovala relevantna tijela zadužena za pojedine sastavnice okoliša, jedinice područne (regionalne) samouprave, kao i ostala relevantna tijela i zainteresirana javnost, te donošenja Odluke o sadržaju strateške studije utjecaja na okoliš Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, odabrani ovlaštenik je izradio nacrt Strateške studije. Po utvrđivanju cjelovitosti i stručne utemeljenosti Strateške studije od strane Povjerenstva za stratešku procjenu utjecaja na okoliš Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine, Strateška studija i nacrt Strategije su Odlukom Ministarstva turizma i sporta upućeni u javnu raspravu u razdoblju od 20. srpnja do 19. kolovoza 2022. godine, o čemu se u svrhu informiranja javnosti objavljuje Obavijest/informacija na internetskim stranicama Ministarstva te u dnevnom tisku.

Kao rezultati Strateške studije proizašle su mjere zaštite okoliša kako bi se prepoznati negativni utjecaji do kojih može doći provedbom Strategije sveli na najmanju moguću razinu. Također, u okviru Glavne ocjene prihvatljivosti za ekološku mrežu predložene su mjere ublažavanja negativnih utjecaja Strategije na ciljne vrste, stanišne tipove i ciljeve očuvanja te cjelovitost područja ekološke mreže. Nadalje, Strateškom studijom zaključeno je da se primjenom predloženih mjera može isključiti mogućnost značajnog negativnog utjecaja provedbe mjera Strategije na okoliš i ekološku mrežu te se ne predlaže program praćenja stanja okoliša i ekološke mreže. U nastavku su dani tablični pregledi predloženih mjera.

Tablica 21. Mjere zaštite okoliša

R. br.	Mjera zaštite okoliša	Prioritetno područje na koje se mjera zaštite odnosi	Sastavnica okoliša / okolišna tema
1.	Poticati korištenje ekoloških poljoprivrednih proizvoda u turizmu.	1.3., 2.1.	Zrak Tlo i poljoprivreda Bioraznolikost Zaštićena područja

R. br.	Mjera zaštite okoliša	Prioritetno područje na koje se mjera zaštite odnosi	Sastavnica okoliša / okolišna tema
2.	Poticati razvoj turističkih projekata na „brownfield“ područjima (napuštene nekretnine koje se ne koriste).	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Tlo i poljoprivreda Šume i šumarstvo Lovstvo i divljač Krajobraz
3.	Poticati sadnju višegodišnje autohtone vegetacije kod izgradnje turističkih sadržaja i infrastrukture s ciljem sprječavanje pojave erozije tla.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Tlo i poljoprivreda
4.	Provoditi izgradnju turističke i prometne infrastrukture uz planiranje adekvatne odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda sukladno relevantnom zakonodavstvu.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Tlo i poljoprivreda Vode i more
5.	Ograničiti gubitak tla prenamjenom na najvrjednijim površinama poljoprivrednog zemljišta (osobito vrijedno obradivo (P1) i vrijedno obradivo (P2) poljoprivredno zemljište).	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Tlo i poljoprivreda
6.	Poticati agrokulturni identitet prepoznatih područja te uključivanje istog u turističku prezentaciju/ponudu u sklopu samih poljoprivrednih gospodarstava, čija je primarna poljoprivredna djelatnost te prerada i prodaja vlastitih poljoprivrednih proizvoda.	1.3.	Tlo i poljoprivreda Krajobraz Kulturna baština
7.	Provoditi unaprjeđenje i izgradnju turističke infrastrukture u skladu s trenutnim mogućnostima i kapacitetima sustava odvodnje te u skladu s planiranim aktivnostima unaprjeđenja sustava.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Tlo i poljoprivreda Vode i more
8.	Izgradnju infrastrukture na vodnim tijelima planirati u skladu s ciljem Okvirne direktive o vodama – postizanje najmanje dobrog stanja vodnih tijela.	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Vode i more
9.	Izgradnju turističkih sadržaja i infrastrukture planirati uz minimalne negativne utjecaje na ocjenu općekorisnih funkcija šuma te gospodarske i zaštitne funkcije šuma.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Šume i šumarstvo Lovstvo i divljač
10.	Primjenjivati načelo integralnog pristupa pri planiranju turističke namjene, odnosno sveobuhvatno sagledavanje korištenja i zaštite prostora na način da se u najvećoj mogućoj mjeri očuva stabilnost i bioraznolikost šumskih ekosustava, zadrže površine šumske sastojine visokog uzgojnog oblika te izbjegnju fragmentacije cjelovitog šumskog kompleksa, posebice u zaštićenom obalnom području mora.	2.2.	Šume i šumarstvo Lovstvo i divljač
11.	Pri pošumljavanju birati autohtone vrste šumskog drveća i niskog raslinja u sastavu vegetacije okolnog područja lokacije, u najvećoj mogućoj mjeri vrste otporne na utjecaj nastanka i širenja šumskih požara te koristiti šumske sadnice iz rasadnika s istog područja kako bi se spriječio unosa biljnih i životinjskih invazivnih vrsta.	2.3.	Šume i šumarstvo Lovstvo i divljač

R. br.	Mjera zaštite okoliša	Prioritetno područje na koje se mjera zaštite odnosi	Sastavnica okoliša / okolišna tema
12.	Poticati planiranje i izgradnju zelene infrastrukture te primjenu rješenja temeljenih na prirodi (NbS).	2.1., 2.2., 2.3.	Tlo i poljoprivreda Šume i šumarstvo Lovstvo i divljač Krajobraz Stanovništvo i zdravlje ljudi Bioraznolikost Zaštićena područja Vode i more Zrak Kulturna baština
13.	Izgradnju turističkih sadržaja i infrastrukture planirati uz minimalne negativne utjecaje na vitalnost populacija divljači i proizvodnu sposobnost prirodnih staništa divljači.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Lovstvo i divljač
14.	Promicati održivo korištenje šuma i očuvanje prirodnih staništa divljači u skladu sa šumskogospodarskim planovima i lovnogospodarskim planovima.	2.1.	Lovstvo i divljač
15.	Pri izgradnji turističkih sadržaja i infrastrukture uzeti u obzir očuvanje bioraznolikosti i ekološke ravnoteže prirodnih staništa divljači, divlje faune i flore, posebice očuvanje cjelovitih šumskih područja i ritova. Nadalje, u najvećoj mogućoj mjeri osigurati mir u prirodnim staništima divljači, očuvati izvore vode i osigurati nesmetani pristup divljači vodi.	1.1, 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Lovstvo i divljač
16.	Obnovu objekata za iskorištavanje potencijala vode u energetske svrhe provoditi na način da se za smještaj postrojenja koristi postojeća građevina, da se koristi postojeća vodna infrastruktura (vodozahvat), da se ne pogorša hidrološki režim i hidromorfološko stanje vodotoka, da se ne povećava visina eventualne postojeće pregrade odnosno prirodne barijere, da se ne produbljuje korito rijeke ispred i iza pregrade te da se osigura linearna povezanost i neometana uzvodna i nizvodna prohodnost za ribe.	2.3.	Vode i more Bioraznolikost Zaštićena područja
17.	Obnovu objekata za iskorištavanje potencijala vode u energetske svrhe potrebno provoditi na način da se rekonstruirana mlinica i pregrada izgledom (boje, materijali, gabariti) maksimalno uklopi u krajobraz.	2.3.	Kulturna baština Krajobraz
18.	Obnovu objekata za iskorištavanje potencijala vode u energetske svrhe potrebno provoditi na način da se za smještaj postrojenja koristi postojeća građevina te da se koristi postojeća vodna infrastruktura (vodozahvat).	2.3.	Georaznolikost
19.	Izgradnju infrastrukture u najvećoj mogućoj mjeri planirati izvan područja rasprostranjenosti strogo zaštićenih vrsta i	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Bioraznolikost

R. br.	Mjera zaštite okoliša	Prioritetno područje na koje se mjera zaštite odnosi	Sastavnica okoliša / okolišna tema
	ugroženih i/ili rijetkih stanišnih tipova, planirati ih u blizini ili na već izgrađenom području i brownfield područjima te uz primjenu koncepta i mjera zelene infrastrukture.		Zaštićena područja prirode
20.	U obrani od poplava mora gdje je to moguće primijeniti obalni odmak.	2.3.	Bioraznolikost Zaštićena područja prirode Krajobraz
21.	Izgradnju nove infrastrukture unutar zaštićenih područja prirode planirati na način da ne dolazi do negativnog utjecaja na prirodne vrijednosti zbog kojih je područje zaštićeno.	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 2.3., 3.2.	Zaštićena područja prirode
22.	Odrediti prihvatni turistički kapacitet destinacije/područja, koji će u obzir uzeti i svu potrebnu infrastrukturu za boravak turista (promet, vodoopskrba i odvodnja, gospodarenje otpadom, energetika...).	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.6., 3.2.	Bioraznolikost Zaštićena područja prirode Georaznolikost Kulturna baština Krajobraz Vode i more Šume i šumarstvo
23.	Razvoj ribarstva i akvakulture u funkciji turizma provoditi poticanjem okolišno održivih i inovativnih praksi, a što uključuje smanjenje postojećeg pritiska na riblje stokove i morska staništa te smanjene emisije onečišćujućih tvari u vodeni okoliš.	2.1.	Bioraznolikost Zaštićena područja prirode
24.	Za zahvate izgradnje nove i unaprjeđenja postojeće infrastrukture na nepokretnom kulturnom dobru, kao i na području unutar granica kulturnog dobra, prije pokretanja postupka za izdavanje lokacijske dozvole utvrditi posebne uvjete zaštite kulturnog dobra.	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2., 4.2.	Kulturna baština
25.	Ukoliko će pojedini zahvati biti planirani unutar arheoloških lokaliteta i zona, prije izgradnje zahvata provesti terenske preglede lokacija na kojima se planira zahvat, te po potrebi provesti zaštitna arheološka istraživanja i adekvatnu zaštitu nalazišta.	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2., 4.2.	Kulturna baština
26.	Izgradnju nove infrastrukture i unaprjeđenje postojeće infrastrukture u najvećoj mogućoj mjeri planirati izvan područja značajnije georaznolikosti te ih planirati u blizini ili na već izgrađenom području i brownfield područjima	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 4.2.	Georaznolikost
27.	Izgradnju nove infrastrukture i objekata planirati na način da se što je moguće bolje uklopi u postojeći krajobraz (posebice u obalnom području) te ju u najvećoj mogućoj mjeri planirati izvan vrijednih prirodnih, doprirodnih i kulturnih krajobraza i zaštićenih područja prirode.	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2., 4.2.	Krajobraz

R. br.	Mjera zaštite okoliša	Prioritetno područje na koje se mjera zaštite odnosi	Sastavnica okoliša / okolišna tema
28.	Turističke sadržaje i infrastrukturu planirati u skladu sa zabilježenim i predviđenim klimatskim promjenama te primijeniti odgovarajuće mjere prilagodbe (primjena mjera zelene infrastrukture i rješenja temeljenih na prirodi (NBS – nature-based solutions), primjena izgradnja infrastrukture na kotu na kojoj se ne očekuju negativni utjecaji plavljenja zbog podizanja razine mora, izbjegavanje izgradnje na područjima s velikim rizikom od plavljenja i sl.)	1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.6., 3.2.	Klimatske promjene (prilagodba)

Tablica 22. Mjere ublažavanja negativnih utjecaja provedbe Strategije na ekološku mrežu

R. br.	Mjera ublažavanja negativnih utjecaja	Prioritetno područje Strategije na koji se mjera ublažavanja odnosi
1.	Izgradnju infrastrukture u najvećoj mogućoj mjeri planirati izvan područja rasprostranjenosti ciljnih stanišnih tipova i staništa ciljnih vrsta.	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma 1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet 1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda 1.4. Unaprjeđenje domaće i međunarodne prometne povezanosti 1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada 3.2. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
2.	Izgradnju infrastrukture planirati u potpunosti izvan područja rasprostranjenosti prioritarnih ciljnih stanišnih tipova.	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma 1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet 1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda 1.4. Unaprjeđenje domaće i međunarodne prometne povezanosti 1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada 3.2. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
3.	Osigurati očuvanje prirodnih plaža u prirodnom stanju i očuvanje prirodne vegetacije na stijenama.	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma 1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet 1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda 1.4. Unaprjeđenje domaće i međunarodne prometne povezanosti 1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada 3.2. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta

R. br.	Mjera ublažavanja negativnih utjecaja	Prioritetno područje Strategije na koji se mjera ublažavanja odnosi
4.	Izgradnju infrastrukture provoditi uz planiranje odgovarajuće tehnologije pročišćavanja otpadnih voda, u skladu s trenutnim mogućnostima i kapacitetima sustava odvodnje i uskladiti je s planiranim aktivnostima unaprjeđenja sustava	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma 1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet 1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda 1.4. Unaprjeđenje domaće i međunarodne prometne povezanosti 1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada 3.2. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
5	Odrediti prihvatni turistički kapacitet destinacije/područja, koji će u obzir uzeti i svu potrebnu infrastrukturu za boravak turista (promet, vodoopskrba i odvodnja, gospodarenje otpadom, energetika...).	1.1. Razvoj uravnoteženijeg i uključivog turizma 1.2. Prostorno ravnomjernije raspoređen turistički promet 1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda 1.4. Unaprjeđenje domaće i međunarodne prometne povezanosti 1.5. Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma 1.6. Stvaranje boljih uvjeta života i rada 3.2. Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
6	Poticati korištenje ekoloških poljoprivrednih proizvoda u turizmu.	1.3. Razvoj posebnih oblika turizma i strukturirani razvoj proizvoda
7	U obrani od poplava mora gdje god je to moguće primijeniti obalni odmak.	2.3. Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime
8.	Obnovu objekata za iskorištavanje potencijala vode u energetske svrhe provoditi na način da se za smještaj postrojenja koristi postojeća građevina, da se koristi postojeća vodna infrastruktura (vodozahvat), da se ne pogorša hidrološki režim i hidromorfološko stanje vodotoka, da se ne povećava visina eventualne postojeće pregrade odnosno prirodne barijere, da se ne produbljuje korito rijeke ispred i iza pregrade te da se osigura linearna povezanost i neometana uzvodna i nizvodna prohodnost za ribe	2.3. Smanjenje negativnog međuodnosa turizma i klime