

**STRATEŠKI PLAN**

**MINISTARSTVA TURIZMA**

**ZA RAZDOBLJE 2012. – 2014.**

## UVOD

Sukladno odredbama Zakona o ustrojstvu i djelokrugu ministarstava i drugih središnjih tijela državne uprave (Narodne novine, br. 150/11) ustrojeno je Ministarstvo turizma, te je propisan njegov djelokrug.

Ministarstvo turizma obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na: turističku politiku Republike Hrvatske, strategiju razvitka hrvatskog turizma; razvoj i investicije u turizmu; razvitak kongresnoga, seoskoga, lovnoga, zdravstvenoga, omladinskoga i drugih selektivnih oblika turizma; unapređivanje i razvoj malog poduzetništva u turizmu i ugostiteljstvu; sanacijske programe u svezi s restrukturiranjem hotelsko-ugostiteljskih tvrtki, praćenje i sudjelovanje u procesu privatizacije; turističku informatiku, promicanje hrvatskog turizma u inozemstvu; sustav turističkih zajednica; turističku i ugostiteljsku statistiku; stanje i pojave na području turističkih i ugostiteljskih usluga; međunarodnu suradnju u svezi s turizmom; djelovanje instrumenata gospodarskog sustava i mjera gospodarske politike na razvoj ponude i pružanje turističkih i ugostiteljskih usluga i poslovanje turističkih i ugostiteljskih gospodarskih subjekata; uvjete obavljanja turističke i ugostiteljske djelatnosti, praćenje i analiziranje kvalitete turističke ponude, turističkih i ugostiteljskih usluga, uvođenje međunarodnih standarda kvalitete ponude smještaja i usluga; kategorizaciju turističkih i ugostiteljskih objekata; unapređivanje turističke i ugostiteljske djelatnosti.

Ministarstvo obavlja poslove koji se odnose na sudjelovanje Republike Hrvatske u radu tijela Europske unije u područjima iz njegove nadležnosti, te druge poslove koji su mu stavljeni u nadležnost.

## VIZIJA

**Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana.**

## MISIJA

**Ministarstvo turizma Republike Hrvatske stvara preduvjete za konkurentnost ukupnog hrvatskog turističkog sektora kroz razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na principima održivosti i kroz učinkovito tržišno promicanje hrvatskog turizma, a time i Republike Hrvatske u cijelosti.**

## CILJEVI

### 1. Podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma uz pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih europskih turističkih destinacija

Hrvatski turistički sektor nalazi se na prekretnici koja će omogućiti promjenu smjera budućeg razvoja i tržišnog pozicioniranja Republike Hrvatske kao cjelovite i kvalitetne turističke destinacije.

Prvi korak za definiranje i stvaranje novog turističkog koncepta je dovršenje Glavnog plana i Strategije razvoja hrvatskog turizma koji su u izradi, a što će uz postavljanje glavnih smjernica i strateškog okvira održivog razvoja hrvatskog turizma, definirati i ključne projekte kroz prostornu i vremensku dimenziju cjelovitog razvoja hrvatskog turističkog sektora. Polazeći od takve podloge omogućit će definiranje Hrvatske kao zemlje doživljaja za različite turističke segmente sukladno njenim komparativnim prednostima i snažnije generiranje pozitivnih ukupnih društvenih učinaka na principima održivosti. Sve će se to naravno postaviti u okvir razvojnog konteksta ukupnog nacionalnog gospodarstva i društva u cjelini.

Osim ovih polazišnih smjernica kroz glavne gospodarske politike makroekonomskog okvira stvorit će se preduvjeti za konkurentnost cijelog turističkog sektora. Uz to ostvarit će se potpuni zaokret u razvojnom segmentu kako bi se s destinacijskog gledišta provela kvalitetna privatizacija preostalog državnog portfelja i omogućila ubrzana priprema i realizacija brown-field i green-field projekata u hrvatskom turizmu. U svemu tome koristit će se u većoj mjeri komponenta europskih fondova koji su nam na raspolaganju kako u razdoblju do ulazaka u EU, a posebice na strukturne fondove nakon ulaska u punopravno članstvo u EU.

Neophodno je spomenuti i novo tržišno i marketinško repozicioniranje na globalnom tržištu sukladno ostvarivanim i predvidivim razvojnim dosezima i promjenu modela upravljanja destinacijama od nacionalne do nižih razina, koji će u punom smislu te riječi omogućiti sinergiju djelovanja na svim razinama kroz suradnju javno-javnog, javno-privatnog i privatno-privatnog sektora ne isključujući iz toga i sve one dionike iz civilnog sektora našeg društva koji će pripomoći tom procesu.

Naravno, uz sve to skupa potaknut će se snažniji i kvalitetniji razvoj segmenta ljudskih resursa u turizmu. U vrlo bliskoj suradnji s glavnim nosiocima politike obrazovanja nastavit će se aktivnosti na daljnjem jačanju interesa mladih za zanimanja u turizmu, koncentracija kvalitete obrazovanja na nacionalnoj i regionalnim razinama, poboljšanje kvalitete i udjela praktičnog rada i nastavak unapređenja suradnje sa privatnim sektorom.

## 1.1. Podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma kroz razvoj turističkog sektora

Konkurentnost Hrvatske na zahtjevnom turističkom tržištu ovisi o razvoju i oblikovanju novih te poboljšanju postojećih turističkih proizvoda i usluga, odnosno jačanju konkurentnosti hrvatskog turističkog tržišta.

Cilj kojem Vlada Republike Hrvatske teži je postizanje visoke razine kvalitete u svim segmentima, što podrazumijeva kvalitetu kadrova koji pruža usluge, kvalitetu same usluge, smještaja, organiziranog boravka, popratnih usluga odnosno kvalitetu ukupnog turističkog doživljaja.

Ministarstvo turizma, želeći prije svega poboljšati nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta i unaprijediti kvalitetu ponude, potiče jačanje segmenta malog i srednjeg poduzetništva u turizmu. U cilju proširenja turističke ponude, povećanja potrošnje, bolje iskorištenosti prirodnih i kulturnih potencijala, povezivanja turističke ponude plave i zelene Hrvatske, Ministarstvo turizma nastavit će poticati razvoj i unapređenje posebnih oblika turizma, posebice u turistički manje razvijenim područjima.

S obzirom da je prostor i očuvan okoliš prepoznat kao najvredniji nacionalni turistički potencijal, planirane su prioritetne razvojne mjere prvenstveno usmjerene na korištenje već zauzetog prostora i postojećih turističkih kapaciteta odnosno njihove obnove, rekonstrukcije, modernizacije i općenito podizanja kvalitete u skladu sa zahtjevima suvremenog turističkog tržišta.

Programi Ministarstva turizma usmjereni su prije svega podržavanju turističkih inicijativa i stvaranju ukupnog okruženja na svim razinama i posebice na turistički nedovoljno razvijenim i ruralnim područjima za intenzivniji razvitak turizma. Pri tome su programski kriteriji razvoja usmjereni na: stvaranje novih turističkih/ugostiteljskih kapaciteta, izvornih hrvatskih turističkih proizvoda koji se temelje na uključivanju našeg ukupnog prirodnog, povijesnog, kulturnog i posebice arhitektonskog naslijeđa u kreiranje različitog i turistički atraktivnog novog proizvoda, razvoj posebnih oblika turizma (seoski, kulturni, zdravstveni, eno-gastronomski, ekoturizam, lovni, ribolovni, avanturistički, vjerski, omladinski i dr.) što će sve doprinijeti povećanju udjela turizma na kontinentu u odnosu na maritivni te afirmirati dalmatinsko zaleđe i unutrašnjost otoka. Taj je proizvod prihvatljiv potrošaču i na globalnoj razini te osigurava razvoj održivog turizma kao komplementarnog dijela ukupne nacionalne turističke ponude.

Tijekom 2011. Hrvatsku je posjetilo 11,35 milijuna gostiju (8%) više nego prethodne godine) koji su ostvarili 60 milijuna noćenja (+7% u odnosu na 2010.).

### Načini ostvarenja postavljenog cilja:

#### 1.1.1. Razvoj turističkog sektora

Poticanje razvoja turističkog sektora planira se provoditi kroz postojeće programe subvencioniranja kreditnih programa u turizmu, ali i nove programe unapređenja turističkog sektora i razvoja novih proizvoda održivog turizma.

Ministarstvo turizma u suradnji s bankama provodi poticajne kreditne programe od

kojih je najznačajniji Program kreditiranja malog obiteljskog poduzetništva u turizmu „Poticaj za uspjeh“. Uz poticanje poduzetništva, cilj Programa je proširenje smještajne ponude sa objektima manjeg kapaciteta, ali veće kvalitete. Sredstva su strogo namjenski ulagana u kupnju, izgradnju, adaptaciju ili uređenje objekata vrste hotel i pansion do 40 smještajnih jedinica, aparthotel do 20 apartmana i kamp do najviše 100 parcela. Program se temelji na kreditnim sredstvima banaka i sredstvima Ministarstva turizma za subvencioniranje kamate u odobrenim kreditima. Nakon završenog ulaganja, dovršeni objekt mora zadovoljiti kategoriju od minimalno „3 zvjezdice“ za hotel i aparthotel, odnosno „komfor“ za pansion.

Kreditni Program bio je aktivan i krediti su odobravani u razdoblju od 2003. do 2009. godine. Ministarstvo ostaje u obvezi plaćanja subvencije kamate za sve kredite do njihove konačne otplate. Prema podacima i evidenciji Ministarstva turizma 432 poduzetnika (d.o.o. i obrti) koristilo je kredite po ovom Programu (ukupno 476 kredita u ukupnom iznosu od 1.957.908.319 kn). Sredstva su ulagana u 357 objekata hotelskog tipa, te je obnovljeno 107 objekata tradicijske arhitekture. Realizirani projekti po ovom Programu značajno su doprinijeli poboljšanju strukture smještajnih kapaciteta.

U razdoblju od 2010. do 2012. godine krediti iz Programa nisu operativni, ali ranije odobrena sredstva su iskorištena, kod nekih korisnika još traju radovi na objektima. Kada je objekt dovršen njegov vlasnik (d.o.o. ili obrt koji je ujedno korisnik kredita) mora ishoditi Rješenje o utvrđivanju minimalnih uvjeta i uvjeta za kategoriju objekta. Tek dobivanjem tog Rješenja može započeti ugostiteljsku djelatnost pružanjem usluga smještaja i prehrane u kreditiranom objektu.

Sličan postojeći program je i Program kreditiranja seoskog turizma, kao mjera poticanja razvoja seoskog turizma na ruralnim područjima Hrvatske. I ovaj Program temelji se na kreditnim sredstvima poslovnih banaka i Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR), te sredstvima državnog proračuna za subvencioniranje kamata, a u čijoj provedbi može sudjelovati i Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG) izdavanjem jamstva kao sredstva osiguranja povrata kredita. Program je namijenjen fizičkim i pravnim osobama koje su upisane u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i registrirane za obavljanje ugostiteljske i turističke djelatnosti. Krediti po ovom Programu odobravani su u razdoblju od 2008. do kraja 2011. godine, a Ministarstvo ostaje u obvezi plaćanja subvencije kamate za sve kredite do njihove konačne otplate.

Prema podacima i evidenciji Ministarstva turizma po ovom Programu odobreno je 48 kredita (46 korisnika – OPG, d.o.o. i obrti) u ukupnom iznosu od 47.113.039,00 kn. Sredstva su ulagana u smještane i ugostiteljske kapacitete pretežito u ruralnim krajevima s razvijenom poljoprivrednom proizvodnjom. Po dovršetku objekta, njegov vlasnik (OPG, d.o.o. ili obrt koji je ujedno korisnik kredita) mora ishoditi Rješenje o utvrđivanju minimalnih uvjeta i uvjeta za kategoriju objekta. Tek dobivanjem tog Rješenja može započeti ugostiteljsku djelatnost pružanjem usluga smještaja i prehrane u kreditiranom objektu, te ostvaruje subvenciju na kamatu. Do kraja 2011. godine realizirana su 33 kredita a preostalih 15 je u fazi realizacije. Realizirani projekti po ovom Programu doprinijeli su razvoju turističke ponude na turistički nerazvijenim područjima.

Ministarstvo pokreće program razvoja novih proizvoda održivog turizma kojim želi

razvijati turističke proizvode i aktivnosti koji trajno odražavaju okolišni, društveni i ekonomski integritet, koriste turističku resursnu osnovu (prirodnu, graditeljsku i kulturnu) u cilju povećanja broja posjetitelja i profita, ali na način da ona ostane sačuvana i budućim generacijama.

Program će poticati: zaštitu, obnovu i uključivanje u turizam kulturne i prirodne baštine, očuvanje običaja i starih zanata, plasman eko proizvoda kroz ugostiteljstvo i turizam, razvoj eko turizma, uvođenje eko certificiranja turističkih proizvoda, uvođenje standarda zaštite okoliša i energetske učinkovitosti u ugostiteljske objekte, razvoj turističke infrastrukture u zaštićenim područjima (nacionalni parkovi, parkovi prirode i druga zaštićena područja), edukacije vezane za održivi turizam i druge inovativne proizvode održivog turizma.

Novim Programom unapređenja ponude turističkog sektora planira se poticati razvoj kvalitetne, suvremene i inovativne turističke ponude, koja će doprinijeti povećanju konkurentnosti hrvatskog turizma. Program je namijenjen javnom i privatnom sektoru, a posebice je usmjeren jačanju konkurentnosti hotelijerskih i ugostiteljskih tvrtki, te poticanju stvaranja uvjeta za realizaciju greenfield i brownfield projekata na zemljištu i objektima u vlasništvu Republike Hrvatske.

#### 1.1.2. Stvaranje uvjeta za jačanje turističkog tržišta

Razvijeno turističko tržište ponude podrazumijeva stabilnu ponudu visoke kvalitete u svim segmentima, od smještajnih kapaciteta, educiranog i stručnog kadra u turizmu i ugostiteljstvu, visoki stupanj svih oblika sigurnosti turista (medicinske zaštite, sanitarnih uvjeta, sigurnosti na prometnicama i u turističkim odredištima).

U cilju ostvarenja takvog turističkog proizvoda što vodi ka podizanja ukupne konkurentnosti, Ministarstvo sufinancira aktivnosti (stručni i obrazovni programi, seminari, radionice, istraživački projekti i znanstveni programi) strukovnih udruga i drugih neprofitnih organizacijama u turističkom sektoru, koje se javljaju i kao partneri Ministarstvu turizma u detektiranju, analiziranju i rješavanju otvorenih pitanja u području turizma i ugostiteljstva, ali i u stvaranju strateških smjernica razvoja hrvatskog turizma. U 2011. sufinancirano je 36 projekata u ukupnom iznosu od 3,2 milijuna kuna

Sigurnost domaćih i stranih turista u Republici Hrvatskoj jedna je od primarnih komparativnih prednosti turističke Hrvatske. U tu svrhu Ministarstvo turizma sufinancira aktivnosti za prevenciju nesreća i spašavanja turista koji se kreću na nepristupačnim prostorima stvarajući imidž Hrvatske kao zemlje s dobrom organizacijom službi spašavanja i pomoći.

Nadalje, sufinanciranjem potiče organiziranje dodatnih timova medicinske pomoći u turističkim odredištima, osiguranje kvalitetnih uvjeta na cestama i svih popratnih usluga na cestama kao i druge aktivnosti čiji je cilj stvoriti sigurno okruženje domaćim i stranim turistima za vrijeme boravka u našoj zemlji.

Proračunskim sredstvima Ministarstva turizma sufinancira se udio u sredstvima predpristupnih fondova Europske unije i drugih međunarodnih fondova odobrenim projektima u području turizma. Cilj je ovog programa potaknuti korištenje sredstava iz međunarodnih fondova u razvoj turizma. U 2011. sufinancirano je 19 projekata. Za

aktivnosti podizanja konkurentnosti hrvatskog turizma Ministarstvo je iz proračuna izdvojilo 396.000 kn.

### 1.1.3. Razvoj kadrova u turizmu

Zadržavanje stečene pozicije na međunarodnom turističkom tržištu, ali i daljnje jačanje imidža Hrvatske kao prepoznatljivog turističkog odredišta moguće je uz postizanje visoke razine kvalitete u svim segmentima. To podrazumijeva kvalitetu kadrova koji pruža usluge, kvalitetu same usluge, smještaja, organiziranog boravka, popratnih usluga, tj. kvalitetu ukupnog turističkog doživljaja.

Programom poticanja obrazovanja i obuke kadrova u ugostiteljstvu i turizmu namjerava se utjecati na podizanje kvalitete kadrova u ugostiteljstvu i turizmu potičući strukovno obrazovanje kadrova i deficitarnih zanimanja u turizmu, kao i cjeloživotno obrazovanje. Program će se provoditi kroz nekoliko modela kao što su sufinanciranje stipendija učenicima i studentima ili sufinanciranje troškova promocije zanimanja u ugostiteljstvu i turizmu.

U školsku godinu 2008/2009 u sva 4 razreda ugostiteljskog i turističkog usmjerenja upisano je ukupno 15.939 učenika. Već sljedeće školske godine taj broj iznosi 17.115 učenika. U školsku godinu 2010/11 upisano je, prema podacima Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa 16.056 učenika. Iako je ukupan broj pao, primjećuje se povećani interes za zanimanje kuhar (zanimanje za koje poseban interes pokazuju hotelijeri), pa je tako u opatijskoj školi otvoren dodatni razred kuhara. U 2011/12 upisano je, prema podacima Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa 17.516 učenika, što ukazuje na novi porast interesa za ovim zanimanjima. U 2011. Ministarstvo je za navedene aktivnosti izdvojilo preko 2 milijuna kn. Od 2008. do 2011. sufinancirano je 517 stipendija za učenike i studente u suradnji s 14 gospodarskih tvrtki i županijskih obrtničkih komora; u 2011. potpisano je novih 60 ugovora; sufinancirana su 23 projekta promocije zanimanja srednjim strukovnim školama u iznosu 287.600 kn.

### 1.1.4. Razvoj turizma u turistički nedovoljno razvijenim područjima

Ministarstvo pokreće novi program poticanja razvoja turizma na turistički nerazvijenim područjima u skladu sa strateškim smjernicama ukupnog razvoja turizma, stvaranja cjelogodišnjih turističkih proizvoda, jačanja turizma kao generatora ukupnog razvoja gospodarstva destinacije, u konačnici čitave zemlje.

Cilj je programa potaknuti razvoj turističke ponude na područjima na kojima turizam nije dovoljno razvijen, utjecati na oživljavanje gospodarske djelatnosti u turistički nerazvijenim područjima kroz stvaranje turističkih doživljaja u prostoru i turističke ponude uopće.

Pokazatelji rezultata (output)

Posebni cilj 1.1. Podizanje konkurentnosti hrvatskog turizma kroz razvoj turističkog sektora

Načini ostvarenja	Pokazatelj rezultata (output)	Definicija	Jedinica	Polazna vrijednost	Izvor	Ciljana vrijednost (2012.)	Ciljana vrijednost (2013.)	Ciljana vrijednost (2014.)
1.1.1. Razvoj turističkog sektora	1.1.1.3. Povećanje broja objekata više kategorije (kumulativ)	Povećanje broja hotela više kategorije	Broj objekata	4* - 175 5* - 26	Ministarstvo turizma	4* - 180 5* - 27	4* - 183 5* - 28	4* - 187 5* - 29
1.1.2. Stvaranje uvjeta za jačanje turističkog tržišta	1.1.2.1. Povećanje broja educiranih gorskih i dr. vodiča za potrebe turističkih agencija (kumulativ)	Efektivnija prevencija nesreća i spašavanje turista putem edukacije turističkih djelatnika	Broj vodiča	317	HGSS	350	370	400
	1.1.2.2. Povećanje broja plaža s "Plavom zastavom" (kumulativ)	Povećanje broja plaža koje zadovoljavaju standarde "Plave zastave"	Broj plaža	116	Udruga "Lijepa naša"	118	120	122
1.1.3. Razvoj kadrova u turizmu	1.1.3.1. Povećanje broja učenika upisanih u škole za zanimanja u ugostiteljstvu i turizmu u školskoj godini	Povećanje broja učenika upisanih u škole za zanimanja u ugostiteljstvu i turizmu u školskoj godini	Broj učenika	17.516	Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta	17.700	17.900	18.100
1.1.4. Razvoj turizma u turistički nedovoljno razvijenim područjima	1.1.4.1. Povećanje prihoda od naplate boravišne pristojbe za općine i gradove sa prihodom manjim od 200.000,00 kn.	Povećanje prihoda od raspodjele boravišne pristojbe za općine i gradove sa prihodom manjim od 200.000,00 kn	Iznos	3.487.405,00	FINA	+1%	+2%	+3%



## 1.2. Pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih europskih turističkih destinacija kroz učinkovitu promociju

Uspješno pozicioniranje Republike Hrvatske na turističkom tržištu u mnogome ovisi i o učinkovitoj promociji turističkog proizvoda i usluga, pri čemu je temeljni cilj zadržati i osnažiti imidž sigurnog i privlačnog turističkog odredišta.

Ministarstvo turizma će poticati promoviranje turističke destinacije, povezivanje, koordinaciju i organizaciju svih nositelja turističke ponude (javni i privatni sektor: turističke tvrtke, turističke zajednice, domicilno stanovništvo, udruge, mediji i drugi) radi optimalnog ostvarivanja planirane strategije razvoja turizma u destinaciji.

U cilju zadržavanja stečenih pozicija na svjetskom turističkom tržištu i osvajanja novih tržišta potrebno je poduzeti pojačane promotivne aktivnosti hrvatskog turizma na turističkim tržištima i aktivnosti usmjerene povećanju sigurnosti turista.

Osim neposrednih promotivnih aktivnosti, Hrvatska kao članica UNWTO-a (Svjetske turističke organizacije), koju zastupa Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, aktivnim sudjelovanjem predstavnika Ministarstva, jača svoj status svjetskog turističkog odredišta. U tu namjenu, iz proračunskih sredstava predviđenih na aktivnosti Međunarodne suradnje svake se godine izdvajaju sredstva za članarinu. Također, kroz bilateralnu i multilateralnu suradnju Hrvatska je kontinuirano prisutna na međunarodnom turističkom tržištu.

Tijekom 2011. godine prema podacima DZS Hrvatsku je posjetilo 11,5 milijuna gostiju (8% više nego prethodne godine) koji su ostvarili 60 milijuna noćenja (+7% u odnosu na 2010.).

Promotivne aktivnosti su neophodne u svakom obliku turističkih usluga što iziskuje i velika financijska sredstva. S druge strane, samo turističko putovanje iziskuje određeni životni standard turista. Upravo iz tog razloga, postavljeni ciljevi u ostvarenju većeg broja turista ugroženi su svjetskom gospodarskom i financijskom krizom koja još uvijek nije zaustavljena, pa uz pojavu pada standarda potencijalnih turista, ali i opreza u trošenju zbog nesigurnosti, i pojačane promotivne aktivnosti ne moraju rezultirati porastom broja turista. Već i zadržavanje razine prethodne godine, u određenim uvjetima, može biti veliki uspjeh.

### Načini ostvarenja postavljenog cilja:

#### 1.2.1. Učinkovita turistička promidžba Republike Hrvatske

Sukladno odredbama novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (Narodne novine, br. 152/08), Sabor Hrvatske turističke zajednice, kao jedno od tijela, donosi godišnji Program rada i financijski plan uz prethodnu suglasnost Ministarstva turizma. Godišnje financijsko izvješće, mora sadržavati i specificirane izdatke i obveze za promociju hrvatskog turizma koji se financiraju od doznačenih sredstava Ministarstva turizma.

Sukladno tome, Ministarstvo turizma kontinuirano prati realizaciju postavljenih ciljeva, zadaća i aktivnosti promocije, definiranih Programom rada i financijskim planom, a

sve u cilju što učinkovitije i kvalitetnije promocije hrvatskog turizma (proizvoda i usluga).

Programom rada i financijskim planom Hrvatske turističke zajednice, između ostalog su, definirane sljedeće aktivnosti: Funkcionalni marketing (Unapređenje proizvoda: Volim Hrvatsku, Potpore projektima i manifestacijama, turistička signalizacija, marketinška infrastruktura, (tržišna istraživanja i izobrazba, formiranje i informatizacija podataka-izrada novih sadržaja na Internet stranicama, mobilni i GPS uređaji; banka fotografija, filmoteka i CD), komunikacijske taktike (Internet stranice, CMS, održavanje i dodatne nadogradnje sustava, Webinarni i Online Training tečajevi, brošure i info materijali, suveniri i ostali promidžbeni materijali, studijska putovanja novinara i Zlatna penkala, studijska putovanja agenata i poslovne radionice, oglašavanje u tisku, vanjsko oglašavanje, online marketing (globalno Internet oglašavanje, Internet oglašavanje po tržištima) TV oglašavanje; Udružene tržišne aktivnosti sa sustavom turističkih zajednica i gospodarstvom), Udruženi poticaji organiziranim turističkim dolascima, Sajmovi i prezentacije; Uredi predstavništva i ispostave (Hrvatski kongresni i insentiv ured, Ured za kulturni turizam, predstavništva i ispostave); Interni marketing (nagrade i priznanja-Hrvatska turistička nagrada; časopisi (HTZ Glasnik, E-newsletter, Potpore programima sustava turističkih zajednica u nerazvijenim područjima); Edukacija (obuka osoblja, nadzor; potpora razvoju DMC i DMO, suradnja s međunarodnim institucijama); Administrativni marketing i dr.

Ministarstvo turizma s posebnom pozornošću prati aktivnosti temeljene na smjernicama „*Strateškog marketinškog plana hrvatskog turizma 2010. - 2014.*“, kao što su: optimizacija promidžbenih aktivnosti sustava turističkih zajednica temeljem; razvoj i primjena novih marketinških modela temeljnih na iskustvima i emocijama turista; poticanje projekta unapređenja i kreiranja destinacijskih menadžment kompanija (DMC) koji su nositelji tzv. nižeg ustroja ili strukovne udruge kao i drugi turistički subjekti te poticanje projekta usmjerenih prema stvaranju uvjeta za efikasniju koordinaciju javnog i privatnog sektora na županijskoj ili lokalnoj razini, tj. razvoju destinacijskih menadžment organizacija (DMO); modifikacija marketinških kampanja s ciljem plasiranja poruke personaliziranog doživljaja odmora u Hrvatskoj te s naglaskom na emocionalnom pristupu u komuniciranju USP-a (Unique selling proposition), tj. jedinstvenih elemenata identiteta koje Hrvatska može ponuditi turističkom tržištu (posebice ekološku zeleno-plavu dimenziju hrvatskog identiteta te očuvanosti prostora); intenziviranje zajedničkih tržišnih aktivnosti u promociji i poticanju organiziranih turističkih dolazaka, posebice onih u razdobljima predsezone i posezone, uz uvođenje novih modela poticaja organizatorima putovanja i dr.

U cilju što učinkovitije promocije turizma, Ministarstvo turizma će aktivno kreirati partnersku i unutar-sektorsku suradnju nositelja turističke ponude na svim razinama, posebno kod kreiranja i unapređenja turističkih proizvoda te marketinških aktivnosti usmjerenih prema inozemnim tržištima. U prioritete će se staviti optimizacija djelovanja svih nositelja turističke ponude, sinergijsko djelovanje te udruživanje financijskih sredstava i zajednički nastupi na tržištima. Navedeno će se realizirati u vidu organizacije stručnih povjerenstava, koordinacija te tematskih seminara i edukacija.

Ministarstvo turizma će stvarati uvjete za provedbu programa udruženih tržišnih

aktivnosti privatnog i javnog turističkog sektora. Ovakav način promidžbe povezuje neposredne interese pojedinih subjekata (turističke tvrtke, strukovne udruge, turističke zajednice na nižoj razini i Glavni ured Hrvatske turističke zajednice, na jednoj strani i inozemni turoperatori na drugoj strani). Tako se povezuje promocija hrvatskog turističkog odredišta sa stranim turoperatorima, stvara uvjete za jačanje pred i posezone, kao i avio odredište.

Ministarstvo turizma aktivnost promocije u velikom dijelu realizira kroz usku koordiniranu suradnju s Glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice, kao nacionalnom turističkom organizacijom. Suradnja se provodi kroz doznačavanje financijskih sredstava prema Hrvatskoj turističkoj zajednici za promociju hrvatskog turizma, planiranju aktivnosti za njihovo trošenje te nadzoru njihovog svrsishodnog trošenja. Navedena sredstva predstavljaju prihod Hrvatske turističke zajednice za provedbu aktivnosti promocije hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu, a definirani su ciljevima i zadaćama godišnjeg Programa rada i financijskog plana.

„*Strateški marketinški plan hrvatskog turizma 2010 .- 2014*“ definirao je pet glavnih taktika za postizanje marketinškog uspjeha hrvatskog turizma do 2014., i to: e-trgovina (prodaja putem interneta), on-line komunikacija (web stranice), stvaranje tržišnih marki ('labels' primjerice mali hoteli), suradnja (partnerstvo ključnih igrača u turizmu) i edukacija (pojačana na svim razinama unutar sektora). Sukladno tome, Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica će temeljem novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, kontinuirano stvarati uvjete za provođenje uspješne promocije i time za predstavljanje Hrvatske kao jedne od vodećih 'lifestyle' destinacija na međunarodnom tržištu.

Kako bi se uspostavilo što kvalitetnije i učinkovitije djelovanje sustava turističkih zajednica, Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica će temeljem odredbi Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma provoditi stalan nadzor nad istim.

Tijekom 2011. godine Hrvatsku je posjetilo 11,5 milijuna stranih turista koji su ostvarili 60 milijuna noćenja. U odnosu na prethodnu godinu, ostvaren je porast od 8% u dolascima i 7% u noćenjima.

### 1.2.2. Promocija hrvatskih turističkih odredišta

Prateći aktualne trendove na međunarodnom turističkom tržištu koji su usko povezani s razvojem destinacijskog menadžmenta, novi Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma donosi novine u elementima upravljanja turističkom destinacijom. Pored sustava turističkih zajednica veliku ulogu u primjeni imaju i ostali nositelji turističke ponude u destinaciji, jer se razvoj destinacijskog menadžmenta temelji na partnerskim odnosima, poglavito javnog i privatnog sektora.

Sukladno tome, turističke zajednice će svoje djelovanje razvijati na način da upravljaju destinacijom na razini za koju su osnovane, i to kroz: razvoj partnerskih odnosa svih nositelja turističke ponude u destinaciji u cilju razvoja zajedničkih turističkih proizvoda i razvoj zajedničkih aktivnosti promocije na međunarodnom tržištu, čime se u konačnici treba osigurati veća konkurentnost destinacije.

U cilju što kvalitetnije primjene zakonskih odredbi, Ministarstvo turizma i Hrvatska turistička zajednica će u suradnji s sustavom turističkih zajednica lokalnom i područnom (regionalnom) samoupravom i turističkim subjektima kontinuirano raditi na edukaciji nositelja turističke ponude, poglavito kod jačanja suradnje po principima DMO (destinacijske menadžment organizacije) i DMC (destinacijske menadžment kompanije); stvaranja, osmišljavanja i promocije složenih novih turističkih proizvoda; unapređenja proizvoda podizanjem kvalitete turističkih i drugih komplementarnih usluga; razvijanja ponude u turistički nerazvijenim područjima; očuvanja i stvaranja prepoznatljivog i privlačnog turističkog okružja i osiguranja turističkog gostoprimstva u turističkoj destinaciji.

Obzirom da se radi o novom dijelu turističke politike, čiji je brz i kvalitetan razvoj nužan zbog daljnje mogućnosti praćenja svjetskih turističkih trendova i razvoja konkurentnosti destinacije, poglavito u razvoju turističkog proizvoda i promociji turističke destinacije. Navedeno će se realizirati kroz kontinuiranu tematsku i stručnu suradnju sa nositeljima turističke ponude, organizaciju stručnih edukativnih radionica i seminara te osnivanje stručnih radnih skupina. Kroz navedeno će se razviti učinkovito sinergijsko djelovanje nositelja turističke ponude, unaprijediti postojeći te inicirati razvoj novih turističkih proizvoda na način da se upravlja destinacijom, razviti usklađivanje zajedničkih promotivnih aktivnosti destinacije, poticati suradnja među destinacijama s ciljem razvoja konkurentnosti proizvoda i destinacije te sustavno pratiti primjena zakonskih odredbi s elementima razvoja destinacijskog menadžmenta i dr.

Ministarstvo turizma, Glavni ured Hrvatske turističke zajednice i sustav turističkih zajednica provode aktivnosti odabira hrvatskog kandidata (destinacije) za „*EDEN-European Destinations od Excellence*“, nagradu Europske (turističke) destinacije izvrsnosti, ustaljenu od Europskog parlamenta. Opći cilj nagrađivanja je promicanje umrežavanja i promocija nagrađenih destinacija, promicanje europskog turizma, stvaranjem svijesti o raznolikosti i kvaliteti europske turističke ponude, promicanje turizma europskih zemalja i regija, ublažavanje sezonalnosti i dr.

Osim navedenog, programom Ministarstva turizma koji se odnosi na poticanje organiziranja turističkih manifestacija sufinancira se realizacija različitih turističkih manifestacija: tradicijskih, kulturnih, sportskih te festivala i drugih promotivnih aktivnosti koje doprinose bogatijoj turističkoj ponudi i prepoznatljivosti Hrvatske u ovom dijelu turističke ponude. Razvojem kulturnog turizma unapređuje se važnost i promocija manje prepoznatljivih turističkih odredišta. Dakle, i šira društvena zajednica također ima koristi jer razvijanjem kulturnih resursa obogaćuje lokalnu kulturu i stvara ekonomsku dobit lokalnom stanovništvu. Broj prijavljenih projekata je u konstantnom rastu te je u 2010. iznosio 882, u 2011. 694 od kojih je 290 odabrano za dodjelu sredstava u ukupnom iznosu od 8,3 milijuna kuna. U daljnjem periodu se očekuje rast prijave što bi imalo za značenje veću angažiranost u smislu vrednovanja turističkih potencijala u turistički nerazvijenim područjima.

Pokazatelji rezultata (output)

Posebni cilj 1.2. Pozicioniranje Hrvatske kao jedne od vodećih europskih turističkih destinacija kroz učinkovitu promociju

Načini ostvarenja	Pokazatelj rezultata (output)	Definicija	Jedinica	Polazna vrijednost	Izvor	Ciljana vrijednost (2012.)	Ciljana vrijednost (2013.)	Ciljana vrijednost (2014.)
1.2.1. Učinkovita turistička promidžba Republike Hrvatske	1.2.1.1. Porast broja dolazaka i noćenja stranih turista	Porast broja dolazaka i noćenja stranih turista *podaci za prvih 11 mjeseci 2011.	Broj dolazaka i noćenja stranih turista	Broj dolazaka 9.800.000 Broj noćenja 54.600.000	DZS	Broj dolazaka 9.900.000 Broj noćenja 55.300.000	10.000.000 56.500.000	11.000.000 63.000.000
1.2.2. Promocija hrvatskih turističkih odredišta	1.2.2.1. Porast broja prijavljenih projekata za turističke manifestacije (kumulativ)	Porast broja prijavljenih projekata kao odraz poticaja na aktivnosti vezane uz obogaćivanje ponude i promociju turističkih odredišta	Broj projekata	694	Ministarstvo turizma	700	710	720