

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine

Sadržaj

- Sadašnje stanje
- Konkurentski status
- Tržišne prilike za Hrvatsku
- 10 ključnih razvojnih usmjerenja hrvatskog turizma do 2020.
- Vizija turizma RH do 2020.
- Glavni razvojni cilj
- Operativne strategije
- Uloga Međuministarskog vijeća
- Akcijski plan
- Očekivani učinci



Zašto Strategija razvoja turizma?

- Preduvjet za brži i kvalitetniji razvoj turizma
- Usvajanjem i provedbom osigurati upravljanje turističkom budućnošću
- Ohrabriti investitore u realizaciji svojih planova
- Podloga za definiranje turističkih razvojnih i prostornih planova nižih razina
- Osnova za povlačenje sredstava iz Fondova Europske unije

Zašto turizam treba Hrvatskoj?

Turizam nam treba:

- Zbog investicija i snažnijeg gospodarskog rasta
- Zbog zapošljavanja/novih radnih mjesta
- Zbog ukupnog doprinosa društvenoj zajednici

Turizmom želimo:

- Pozicionirati se u nadolazećem pristupanju u EU kao zemlja jakog turističkog identiteta
- Biti gostoljubiv i iskren domaćin s fokusom na kvalitetu
- Ponuditi atraktivne proizvode i doživljaje zasnovane na autentičnosti i emocijama
- Ustrajati na održivom razvoju fokusirajući se na inovacije

Sadašnje stanje

PONUĐA

- Više od 852 tisuće stalnih ležajeva – **13% u hotelima**, 25% u kampovima, 13% ostalim kolektivnim kapacitetima te 49% u kućanstvima
- Svega 40% hotelskih kapaciteta su **visoke kvalitete 4* i 5***
- Dominantni turistički proizvod: **sunce i more**

POTRAŽNJA

- Preko **60,4 milijuna noćenja** u registriranim komercijalnim smještajnim objektima (2011. prema DZS)
- 11,5 milijuna dolazaka** (2011. prema DZS)
- Svako treće noćenje ostvareno u **privatnom smještaju**

REZULTATI

- Preko **95,500 osoba zaposlenih** u sektoru ugostiteljstva i turizma, što čini gotovo 7% svih zaposlenih u Hrvatskoj
- 7,3 milijarde EUR** turističke potrošnje (6,3 mlrd inozemna + 1 mlrd domaća)
- Zbog proizvodne strukture izrazita sezonalnost – u četiri ljetna mjeseca (lipanj-rujan) ostvari se **87% svih noćenja** u Hrvatskoj

Konkurentski status

KONKURENTSKI STATUS

- Nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga
- Nedostatak inovativnih i kvalitetnih sadržaja za goste
- Rast temeljen na ekspanziji privatnog smještaja
- Nedovoljna investicijska aktivnost i premalo novih hotelskih kapaciteta
- „Klasični” nacionalni turistički marketing
- Naslijeđena orijentacija ka sezonskom poslovanju

No i s ovakvim konkurentskim nedostatcima, Hrvatski turizam je u krizno doba

ostvarivao rezultate bolje od mediteranske konkurencije!



Nedostaci hrvatskog turizma

U osnovi hrvatski turizam još uvijek obilježava:

- nedovoljna diferenciranost proizvoda i usluga;
- pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju;
- rast temeljen ponajviše na ekspanziji obiteljskog smještaja u kućanstvima;
- nedostatak kvalitetne hotelske ponude praćen nedovoljnom investicijskom aktivnošću;
- nedovoljno dobra povezanost zračnim i morskim putem;
- statičan sustav nacionalnog marketinga;
- premalen broj globalno brendiranih destinacija;
- neadekvatna destinacijska turistička infrastruktura;
- naslijeđena orijentacija lokalnog stanovništva prema sezonskom poslovanju

Nedostaci hrvatskog turizma

RAZVOJNA OGRANIČENJA HRVATSKOG TURIZMA 2012.

Kvaliteta i
struktura
ponude

Investicijska
klima

Marketing i
prodaja

Ljudski potencijali
i upravljanje
kvalitetom

Zakonski okvir
i upravljanje

Vizija turizma Republike Hrvatske 2020.

Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost te autentične sadržaje i doživljaje.

Glavni razvojni cilj

**Ulazak u vodećih 20 turističkih
destinacija na svijetu po kriteriju
konkurentnosti.**

Ciljevi razvoja turizma do 2020.

Investicije

- Nove investicije od 7 milijardi €

Poboljšanje strukture i kvalitete smještaja

- Povećanje hotelskog udjela (sa 13% na 18%) i povećanje kvalitete obiteljskog smještaja te smještaja u kampovima

Novo zapošljavanje

- Novih 20 – 22 tisuće direktnih i 10 tisuća indirektnih radnih mjesta

Povećanje turističke potrošnje

- 14,3 milijardi € ukupne turističke potrošnje (12,5 mlrd. € inozemna)

Operativne strategije

1. Marketing
2. Razvoj turističke ponude
3. Investicije
4. Razvoj ljudskih potencijala
5. Upravljanje procesima

1. Marketing

- Novi organizacijski ustroj Glavnog ureda HTZ-a i reorganizaciju sustava TZ-a prema DMO-ima
- Profesionalnu proceduru turističkog brandinga
- Profesionalizacija odnosa s javnošću u turizmu
- Prelazak na online komunikaciju prema tržištima
- Permanentnu edukaciju kadrova na svim razinama

2. Razvoj turističke ponude

Razvoj turističkih proizvoda

- Fokus i poticaji razvoju diferenciranih proizvoda s ciljem ublažavanja sezonalnosti

Brza privatizacija i aktiviranje državne imovine

- Brownfield i greenfield

Unapređenje smještajne ponude

- Novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4-5* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova

Unapređenje ostale turističke ponude

- Tematski parkovi, centri za posjetitelje, plaže, staze i šetnice, shopping ponuda, zabava.....

2.1. Razvoj turističkih proizvoda

- **Sunce i more** – repositioniranje kroz jačanje svih karika lanca vrijednosti i produljenje sezone
- **Nautički turizam** – novih 15.000 vezova, nova regulativa, fokus na ekologiju
- **Zdravstveni turizam** – tržišna specijalizacija, umrežavanje, podizanje kvalitete smještaja
- **Kulturni turizam** – dalja turistifikacija kulturnih sadržaja, interpretacijski centri, manifestacije
- **Poslovni turizam** – infrastruktura (kongresni centri), upravljanje, zračne linije
- **Golf turizam** – infrastruktura (igrališta) uz najjače destinacije, golf resorti

- Cikloturizam
- Eno i gastro turizam
- Ruralni i planinski turizam
- Pustolovni i sportski turizam

3. Investicijska strategija

Opis investicije	Iznos (postojeći kapaciteti)	Iznos (novi kapaciteti)
Nova izgradnja hotela i resorta – 20.000 soba		2.2 mld. EUR
Obnova i rekonstrukcija postojećih hotela – 15.000 soba	825 mil. EUR	
Mali obiteljski hoteli i pansioni	30 mil. EUR	265 mil. EUR
Ploveći mali hoteli	10 mil. EUR	100 mil. EUR
Kampovi	230 mil. EUR	170 mil. EUR
Smještaj u kućanstvima (rekonstrukcija i podizanje kvalitete)	700 mil. EUR	
Luke nautičkog turizma	77 mil. EUR	475 mil. EUR
Kongresni centri		46 mil. EUR
10-ak novih tematskih parkova		300 mil. EUR
Ostalo (hrana/piće, zabava, trgovina, plaže, kulturni objekti, itd.)		1,5 mld. EUR
UKUPNO		7 mld EUR

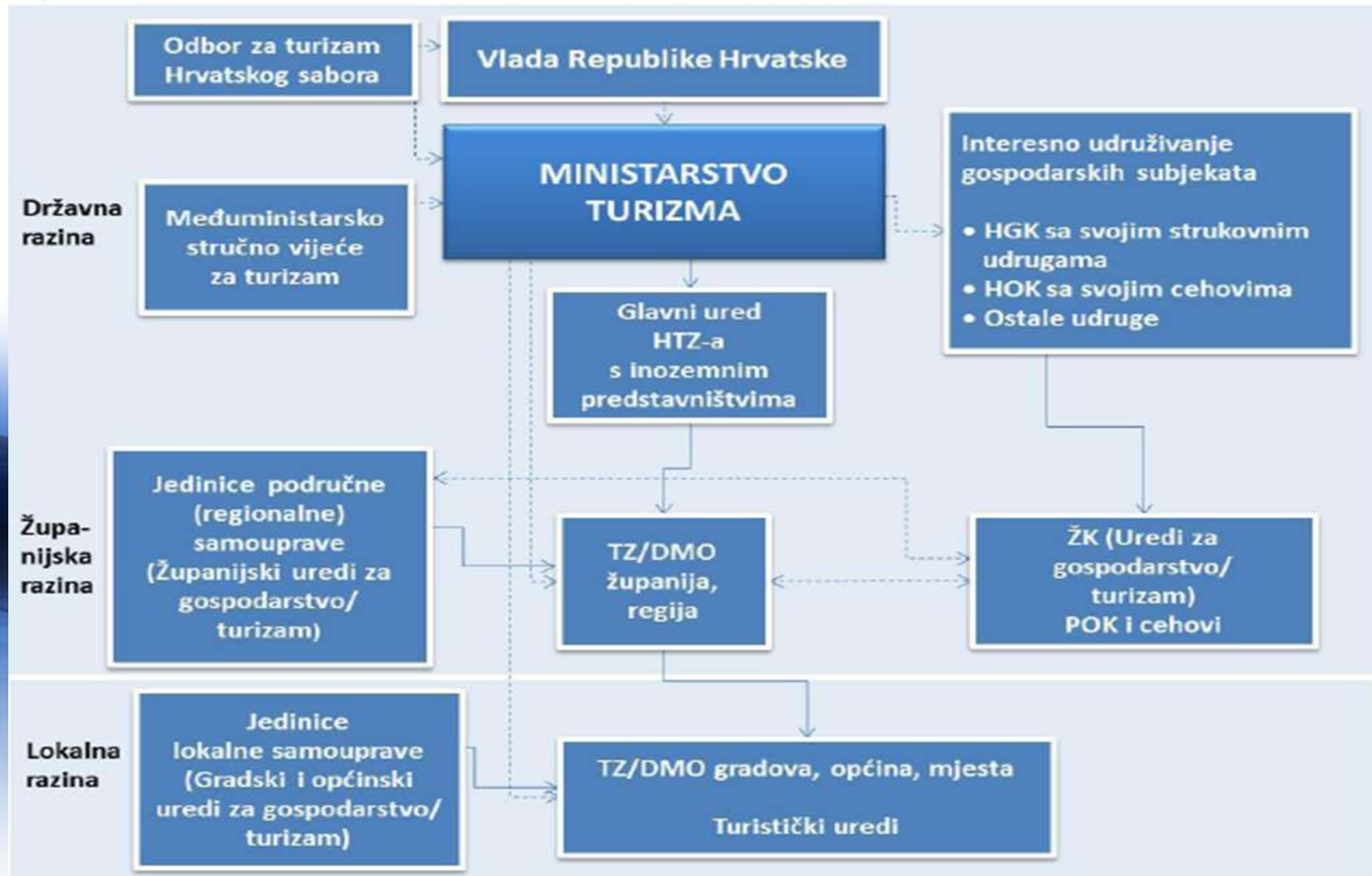
3.1. Investicijsko okruženje

- Privatizacija državnih poduzeća
- Rješenje pitanja turističkog zemljišta
- Daljnje približavanje uvjeta poslovanja konkurentskim destinacijama
- Dalje jačanje uloge HBOR-a kao razvojne banke s poticajnim tretmanom turističkih razvojnih projekata
- Maksimizacija korištenja EU fondova

4. Razvoj ljudskih potencijala

- Jaki regionalni centri obrazovanja za turizam unutar mreže srednjih strukovnih škola
- Usklađivanje kurikuluma sukladno potrebama gospodarstva
- Trening centri/tehničko opremanje strukovnih škola
- Uspostavljanje specijaliziranih poslovnih škola
- Uspostavljanje sustava cjeloživotnog učenja

5. Upravljanje procesima



Uloga Međuministarskog vijeća

- Razlog osnivanja: efikasno provođenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. i čvršća formalna suradnja
- posebno savjetodavno tijelo Ministarstva turizma čine: predstavnicima Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture, Ministarstva graditeljstva i prostornoga uređenja, Ministarstva kulture, Ministarstva zaštite okoliša i prirode, Ministarstva gospodarstva, Ministarstva poduzetništva i obrta, Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta, Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva zdravlja te Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije
- Osnovni zadatak: rasprava i usuglašavanje prijedloga godišnjih akcijskih planova provedbe Strategije te praćenje izvršenja dogovorenih aktivnosti prema pojedinim nositeljima

Uloga Međuministarskog vijeća

- Ciljevi:
 - Rasprava i usavršavanje prijedloga godišnjih akcijskih planova provedbe Strategije, odnosno utvrđivanje aktivnosti i nositelja te praćenje izvršenja aktivnosti
 - Nadgledanje provođenja Strategije u cilju iniciranja korektivnih aktivnosti kroz
 - a) kontrolu aktivnosti definiranih Akcijskim planom
 - b) valoriziranje učinaka provedenih aktivnosti
 - Vijeće će pratiti stanje i tijek realizacije planiranih aktivnosti na Strategiji razvoja turizma RH do 2020.

Uloga Međuministarskog vijeća

- Rad Vijeća:
 - Sjednice će se održavati svaka tri mjeseca ili češće po potrebi
 - Sjednice saziva Predsjednik Vijeća
 - Vijeće može osnovati radna tijela za koordinaciju aktivnosti vezanih uz provedbu akcijskih planova
 - O radu Vijeća vodit će se zapisnik sa sjednica Vijeća
 - Po potrebi na sjednice Vijeća mogu se pozivati predstavnici medija te strukovne udruge u sastavu HGK; HOK, udruge građana i druge neprofitne organizacije te Savjet prostornog uređenja države

Akcijski plan

Strategija definira konkretan i precizan Akcijski plan, **sastavljen od 26 prioriternih mjera** koje se, između ostalog, odnose na:

- ✓ jasno definiranje izmjena i dopuna zakonske regulative
- ✓ akcijske planove razvoja pojedinih turističkih proizvoda
- ✓ nacionalne programe razvoja određenih segmenata smještajnih kapaciteta
- ✓ izradu novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma
- ✓ preustroj sustava turističkih zajednica
- ✓ U tijeku je rad na 13 mjera, a rad na dodatnih 10 započće do kraja 2013. godine!

Akcijски plan

Mjere/podmjere/projekti	Opis	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
1.	Usklađivanje i unapređenje zakonskog okvira u funkciji jačanja poduzetništva i investicija								
1.a	Izmjene i dopune Zakona o prostornom uređenju i gradnji								
1.b	Izmjene i dopune propisa i mjera s područja rada i zapošljavanja								
1.c	Izmjene i dopune Zakona o pomorskom dobru i morskim lukama								
1.d	Izmjene i dopune Zakona o šumama i Zakona o poljoprivrednom zemljištu								
1.e.	Izmjene i dopune Zakona o zaštiti kulturnih dobara								
1.f.	Izmjene i dopune Zakona o turističkom i ostalom građevinskom zemljištu								
2.	Ubrzavanje investicijske aktivnosti donošenjem posebnog zakona								
3.	Ubrzano rješavanje imovinsko-vlasničke problematike								
4.	Izrada i provedba programa privatizacije turističkih poduzeća u većinskom državnom vlasništvu								
5..	Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/ lokaliteta kojima upravlja AUDIO								

Akcijski plan

Mjere/podmjere/projekti	Opis	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
6. Proaktivna fiskalna politika u turizmu	Kontinuirano sagledavanje mogućnosti za smanjenje fiskalne presije.								
7. Pokretanje novih programa za poticanje razvoja malih, srednjih i velikih poduzetničkih poduhvata	Osiguranje sredstava za poticanje investicijske aktivnosti malih, srednjih i velikih poduzetnika u turizmu.								
8. Nacionalni program razvoja malih obiteljskih hotela	Utvrđivanje primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog okruženja za razvoj malih obiteljskih hotela.								
9. Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja	Utvrđivanje primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog okruženja za povećanje kvalitete ponude smještaja u domaćinstvima.								
10. Stvaranje poduzetničkih klastera	Uspostava poduzetničkih klastera te osiguranje organizacijskih, financijskih i kadrovskih pretpostavke njihovog funkcioniranja.								
11. Definiranje jedinstvenih kriterija za strateško planiranje turističkog razvoja i Izrada strateških planova	Uspostava standardnog metodološkog okvira izrade strateških planova razvoja turizma.usklađivanje postojećih i novih strateških planova razvoja turizma na županijskoj/lokalnoj razini s metodološkim okvirom.								
12. Regionalni/lokalni programi uređenja i upravljanja plažama	Uspostava sustavnog, promišljenog i održivog pristupa uređenju i upravljanju plažama.								
13. Akciji plan razvoja nautičkog turizma – yachtinga	Ocjenjuju se lokacije buduće izgradnje, pri čemu prioritete čine postojeće luke nautičkog turizma i luke otvorene za javni promet.								
14. Akciji plan razvoja zdravstvenog turizma	Utvrđuju se prioritete osuvremenjivanja ponude/usluge postojećih destinacija/institucija te prepoznaju prioritete lokacije za izgradnju novih sadržaja ponude.								
15. Akciji plan razvoja kulturnog turizma	Utvrđuju se prioritete osuvremenjivanja ponude/usluge postojećih destinacija/institucija te prepoznaju prioritete lokacije za izgradnju novih sadržaja ponude.								
16. Akciji plan razvoja kongresne ponude	Utvrđuju se prioritete destinacije za izgradnju novih kongresnih centara, izrađuje se procjena tržišne i financijske opravdanosti izgradnje, ali i pozitivnih i negativnih učinaka. na okruženje								
17. Akciji plan razvoja golf ponude	Utvrđuju se konkretni, zemljišno-knjižno 'čisti' lokaliteti za izgradnju, razrađuje se koncept najbolje uporabe izabranih lokaliteta kao i prijedlog poslovno-upravljačkog modela								

Akcijnski plan

Mjere/podmjere/projekti	Opis	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
18. Program razvoja cikloturizma	Uspostava cjelovitog sustava biciklističkih staza na cijelom teritoriju Hrvatske, s naglaskom na glavna turistička područja te povezivanje urbanih područja s njihovom okolicom								
19. Usklađivanje sustava obrazovanja u ugostiteljstvu s potražnjom	Racionalizacija broja obrazovnih institucija te stvaranje jačih regionalnih obrazovnih centara i specijaliziranih visokoškolskih ustanova.								
20. Nacionalni program cjeloživotnog učenja za djelatnike u turizmu	Sustavna provedba cjeloživotnog učenja za sve zaposlene u turizmu i ugostiteljstvu na neodređeno vrijeme, ali i doobrazovanja nezaposlenih za potrebe turizma.								
21. Preustroj sustava TZ i izgradnja efikasnog sustava upravljanja turističkom destinacijom	Organizacijske promjene i/ili prilagodbe postojećeg sustava turističkih zajednica i implementacija zadaća i odgovornosti regionalnih i lokalnih turističkih zajednica kao DMO								
22. Izrada novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma	Izrada novog strateškog marketing plana hrvatskog turizma kojim će se utvrditi marketinški strateški ciljevi, te dizajn, komunikacija i distribucija vrijednosti za plansko razdoblje.								
23. Razvojni program specijalizacije receptivnih turističkih agencija	Razvoj sposobnosti kreiranja i plasmana jedinstvenih i pamtljivih doživljaja i turističkih paketa posebnih interesa, naročito u periodima pred- i posezone, te u kontinentalnim destinacijama.								
24. Kontinuirana izrada TSA i regionalnih TSA	Osiguranje informacijskih, organizacijskih i među-institucionalnih pretpostavki za periodičnu izradu satelitskog računa turizma Republike Hrvatske.								
25. Promocija investicija u turizam	Uspostava središnjeg mjesta informiranja potencijalnih investitora na području turizma, priprema projekata, održavanje investicijskih konferencija i obilazak investitora.								
26. Pozicioniranje Ministarstva turizma kao Posredničkog tijela u korištenja fondova EU 2014.-2020	Pozicioniranje omogućava stvaranje kvalitetnih pretpostavki za povlačenje sredstava iz EU fondova za potrebe projekata iz područja turizma.								



Najviši
prioritet

Srednje visok
prioritet

SEKTORI

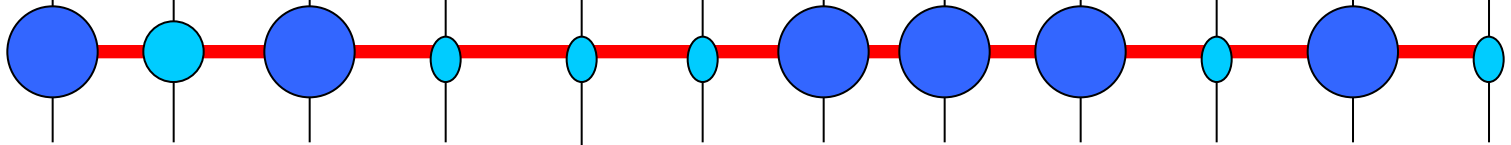
- Prehrambeni
- Auto
- Maritimni
- Drvni
- El.str.ured
- Farmaceutika
- Gradevina
- Kreativni
- IT
- Kemijska
- Tekstil
- Obrambeni

PROMET I LOGISTIKA

BIO TEHNOLOGIJE

NANO TEHNOLOGIJE

TURIZAM



Očekivani učinci do 2020.

- 7 milijardi eura novih investicija
- 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim objektima (+ 102 tisuće ležajeva u odnosu na 2011)
- 30 tisuća novo zaposlenih (20 tisuća u turizmu i 10 tisuća u pratećim djelatnostima)
- 86 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima (rast od 43% u odnosu na 2011)
- 14,3 milijardi EUR ukupne turističke potrošnje (+ 6 mlrd eura)

Očekivani učinci do 2020/25.

	do 2020.	do 2025.
Kreveta u komercijalnim smještajnim objektima	0,96 mil.	1,1 mil.
Noćenja u milijunima	86	107
Ukupna iskorištenost smještaja	24,7%	26,6%
Ukupna turistička potrošnja u mld. EUR	14,3	18,5
Novozaposlenih u tisućama	31	72
U turizmu	21	50
Inducirano u ostalim djelatnostima	10	22
Ukupno investicija u mld.E UR	7	13

Hvala na pozornosti!

