ULOGA FONDOVA EUROPSKE UNIJE U JAČANJU KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA

Kurtović, Anita

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:846210

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

ULOGA FONDOVA EUROPSKE UNIJE U JAČANJU KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA

Mentorica:
prof. dr.sc. Lidija Petrić

Studentica:
Anita Kurtović

Split, rujan 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD 5

1.1 Problem i predmet istraživanja 5

1.2 Istraživačka pitanja 10

1.3 Ciljevi i doprinos istraživanja 11

1.4 Metode istraživanja 12

1.5 Sadržaj istraživanja 13

2 EUROPSKA UNIJA I TURIZAM 15

2.1 Osnivanje Europske unije 15

2.2 Proces europskog integriranja 17

2.3 Proces integracije RH u Europsku uniju 20

2.4 Gospodarska važnost turizma u Europskoj uniji 21

2.5 Važnost Europske unije u svjetskom turizmu 25

2.6 Turistička tržišta EU i njihove karakteristike 28

2.7 Gospodarska važnost turizma u RH 30

2.8 Trendovi u turizmu EU 34

2.9 Implikacija trendova u turizmu EU na RH 39

2.10 Prilagođavanje turističke ponude RH trendovima EU 40

3 TURISTIČKA POLITIKA EU 44

3.1 Pojam i definicija turističke politike 44

3.2 Ciljevi, nositelji i smjerovi djelovanja turističke politike 45

3.3 Mjere i instrumenti turističke politike 48

3.4 Pravni okvir EU u području turizma 49

3.5 Faze razvoja turističke politike EU 51

3.5.1 Prva faza: početne inicijative turističke politike EU 52

3.5.2 Druga faza: intenziviranje aktivnosti u kreiranju turističke politike EU 53

3.5.3 Treća faza: intenzivno kreiranje jedinstvene aktivne turističke politike u EU ... 55

3.6 Obilježja hrvatske turističke politike 57

3.7 Izazovi s kojima se suočava turizam EU 59

3.8 Izazovi razvoja turizma u EU 60

4 EU FONDOVI I TURISTIČKI SEKTOR 61
4.1 Pojam fondova 61
4.2 Pregled fondova EU relevantnih za turistički sektor 63
4.2.1 Europski fond za regionalni razvoj 63
4.2.2 Kohezijski fond 65
4.2.3 Europski socijalni fond 66
4.2.4 Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj 67
4.2.5 Europski fond za pomorstvo i ribarstvo 68
4.2.6 LIFE 69
4.2.7 Horizon 2020 69
4.2.8 COSME 70
4.2.9 Kreativna Europa 72
4.2.10 Erasmus+ 73
4.2.11 Zapošljavanje i socijalne inovacije 74
4.3 Korisnici sredstava fondova 75
4.4 Pravo RH na korištenje fondova EU s naglaskom na turizam 78
5 ULOGA EUROPSKIH FONDOVA U JAČANJU KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA 80
5.1 Pojam konkurentnosti 80
5.1.1 Stanje konkurentnosti europskog turizma 85
5.1.2 Stanje konkurentnosti hrvatskog turizma 87
5.2 Mogućnosti jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma kroz projekte financirane od strane EU fondova 90
5.3 Identifikacija turističkih projekata u Hrvatskoj financiranih putem fondova Europske unije…… 92
5.4 Pozicioniranje Ministarstva turizma kao posredničkog tijela u operativnoj strukturi za upravljanje procesom korištenja EU fondova 97
5.5 Razlozi za nepotpunu iskorištenost fondova EU i preporuke budućeg djelovanja……..99
5.6 Dosadašnji rezultati u korištenju sredstava Europske unije za razvoj i konkurentnost hrvatskog turizma 102
6 OSVRT NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA 105
7 ZAKLJUČAK 108
LITERATURA 109

POPIS SLIKA I TABLICA **116**
SAŽETAK **117**
SUMMARY **118**

1. UVOD

1.1 Problem i predmet istraživanja

Problem istraživanja

Europska unija predstavlja najznačajniju europsku integraciju te područje najveće razmjene u svijetu. Ima značaj nezaobilaznog činitelja međunarodnih i političkih odnosa u Europi i svijetu. Njena važnost se očituje u tome što integrira gotova sva područja djelovanja i života zemalja članica: ekonomske, političke, zdravstvene, monetarne, socijalne, razvojne, ekološke i druge prirode. Zadaća je Europske unije da uspostavljanjem zajedničkog, a potom jedinstvenog tržišta i postepenim usklađivanjem privrednih politika osigurava harmoničan razvitak privrede, ubrzano podizanje standarda ljudi i uspostavljanje što boljih veza među zemljama članicama.[1]

Od proglašenja samostalnosti, jedan od glavnih ciljeva vanjske politike Republike Hrvatske bilo je pridruživanje Europskoj uniji. Nakon desetljeća reformi i pregovora, Hrvatska je 1. srpnja 2013. godine postala 28. članica Europske unije. Ulaskom ostvarene su brojne prednosti i povlastice, ali i preuzete obveze koje dolaze s njima.[2]

Europa je danas vrlo atraktivno turističko područje, koje se odlikuje raznovrsnim prirodnim ljepotama, kulturnim bogatstvom, dobrom prometnom povezanošću te relativno ugodnom klimom. Većina zemalja članica Europske unije predstavlja u svjetskim razmjerima vodeća receptivna i emitivna turistička tržišta. Turizam je jedan od važnih gospodarskih činitelja u Europskoj uniji u čijem BDP-u direktno i indirektno sudjeluje s oko 10% te zapošljava približno 9.7 milijuna radnika.[3] Involviran je u politiku zapošljavanja i politiku platne bilance, čije je značenje veoma veliko u modernom makroekonomskom upravljanju.[4] Hrvatska kao tradicionalna mediteranska destinacija u turističkom pogledu predstavlja značajan partner

[1]Radnić Alkier, R. (2009): Turizam u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 43.- 44. str.
[2]http://europa.eu/newsroom/highlights/special-coverage/croatia-joins-eu/index_en.htm <29.08.2015.>
[3]http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/background/index_en.htm#h2-1 <29.08.2015.>
[4]Koncul, N. (2009): Ekonomika i turizam, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 141. str.

zemljama članicama Europske unije te svojim prirodnim, kapitalnim i ljudskim potencijalima ima velik značaj za razvoj europskog turizma.[5]

Na europskom turističkom tržištu sve se više osjeća potreba za raznovrsnošću, inovacijama i humanošću turističkih usluga, odnosno strukture turističke ponude i potražnje. Deklarirano opredjeljenje Hrvatske za ujedinjenu Europu (još od Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju) implicira i sadržava stalno praćenje trendova u zajedničkoj turističkoj politici Europske unije.[6]

Da bi hrvatski turizam bio sukladan europskim turističkim tijekovima, nužno je osuvremeniti njegov turistički proizvod u skladu s vladajućim trendovima na međunarodnom tržištu. S obzirom da turistička politika Europske unije počiva na visokim ekološkim standardima kvalitete i zaštite turista kao potrošača, podizanje kvalitete turističke ponude odnosno cjelokupnog turističkog proizvoda, nameće se kao temeljno usmjerenje hrvatskog turizma ka boljoj konkurentnosti.[7]

Turistička politika podrazumijeva sve aktivnosti države u turističkim zemljama kojima se nastoji osigurati optimalan turistički razvoj i profitabilnost turizma na dugi rok. Važnost primjerene turističke politike izražena je u zemljama Europske unije, kao i u Hrvatskoj, u kojima turizam ima posebnu ekonomsku ulogu i važnost.[8]

S rastom shvaćanja važnosti turizma i uz ohrabrenje Europskog parlamenta, Europska unija je od 1986. godine postavila zajedničke ciljeve razvoja sektora turizma. To je bilo potrebno i stoga što mnoge odrednice politike Unije u drugim sektorima utječu i na turizam, te generiraju mnoštvo popratnih pojava. Sukladno tome, za područje turizma Europska unija je definirala sljedeće ciljeve:

- Omogućiti razvoj i promovirati turizam u Uniji
- Popraviti njegovu sezonsku i regionalnu distribuciju
- Bolje iskoristiti financijske instrumente Unije, odnosno fondove za poticanje razvoja turizma
- Osigurati bolje informacije i zaštitu potrošača
- Popraviti radne uvjete ljudi zaposlenih u turističkom sektoru

[5]Vuković I. (2006): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Tourism and Hospitality Management vol. 12., no 1., 35. str.
[6]Hitrec T. i Hendija Z (2008). : Politika, organizacija i pravo u turizmu, Zagrebačka škola za menadžment, Zagreb, str. 30.
[7]Radnić Alkier R. (2009).: Turizam u Europskoj Uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 165. str.
[8]Bartoluci M.(2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 237.-254. str

- Osigurati potpunije informacije o sektoru i uspostaviti konzultacije i koordinaciju između Europskog vijeća i država članica[9]

Turizmom te aktivnostima vezanim uz razvoj turizma u zemljama Europske unije bavi se Odjel za turizam koji je u nadležnosti je Europske Komisije, nalazi se pod Općom upravom za poduzetništvo i industriju, a akcije poduzima s ciljem promidžbe kompetitivnosti i održivosti europskog turizma, poboljšanja regulatorne okoline u turizmu te unaprjeđivanja razumijevanja i vizibiliteta turizma te promidžbe europskih destinacija.[10]

Nositelji hrvatske turističke politike trebali bi biti Ministarstvo turizma i ostala ministarstva iz područja poljoprivrede, prometa, trgovine te Hrvatska gospodarska komora, dok na regionalnoj razini to bi trebale biti turističke zajednice i uredi za planiranje i razvoj županija, gradova i općina te poduzeća u turističkom sustavu.[11]

Postoje brojni izazovi s kojima se suvremeni europski turizam danas suočava, a ističu se socio -demografske promjene, klimatske promjene, informatička, komunikacijska i tehnološka unapređenja, tržišna konkurentnost, te moguća proširenja Europske unije. Usprkos tome, predviđa se rast važnosti Europske unije u svjetskom turizmu.[12] Na tržište turizma, velik utjecaj ima demografski trend starenja stanovništva te promijenjene populacijske vrednote.[13]

Europljanima treba snažan turistički sektor iz ekonomskih razloga i kulturnog povezivanja članica. Turizam se suočava sa stalnom potrebom inoviranja i podizanja kvalitete, stoga treba podršku Unije da bi ostao konkurentan. Iz toga razloga sve veći broj fondova postaje dostupan turističkom sektoru.

Fondovi Europske unije imaju za cilj poduprijeti provedbu zajedničkih politika EU, a iz količine financijskih sredstava koja se odobravaju u sklopu pojedinog fonda razvidna je važnost koju države članice Unije pridaju provedbi pojedinih politika.[14] Pravila pojedinog fonda definiraju se za višegodišnje razdoblje, tijekom kojeg su moguće određene izmjene kako bi se programi prilagodili novim izazovima.[15] Mogućnosti sufinanciranja za turistički

[9]Geić, S. (2011) : Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 528. str.
[10]Petrić L. (2012):Upravljanje razvojem turizma – aktualne teme i trendovi, Ekonomski fakultet Split, Split, 232.str.
[11]Čavlek N. et. al. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 433.str
[12]http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%20201314/MT%202013_06%20b_turist%20politika%20EU%20u%2021%20st_19%2012%202013.pdf <02.09.2015.>
[13]Cooper C. et al (2008).: Ekonomija turizma – načela i praksa, Ekokon, Split, 570. str.
[14]Mintas-Hodak, Lj (2004).: Uvod u Europsku Uniju, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb.
[15]Dolenec H. (2013): Pojmovnik fondova Europske unije, Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije, Samobor, 7. str.

sektor izviru iz različitih programa i fondova koji se direktno ili indirektno odnose na turizam, a ističu se Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond, Europski socijalni fond, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj, Europski fond za pomorstvo i ribarstvo, LIFE, Horizon 2020, COSME, Kreativna Europa, Erasmus+ te program Zapošljavanje i socijalne inovacije.[16]

Fondovi uglavnom podupiru poboljšanje javne turističke infrastrukture, razvoj tematskih turističkih platformi, poboljšanje kvalitete smještaja i širenje turističke ponude, podršku razvoju malog i srednjeg poduzetništva u sektoru turizma, promociju turističke ponude i brendiranje turističkih destinacija, potiču korištenje obnovljivih izvora energije i energetske učinkovitosti, promociju i razvoj kulturne i prirodne baštine, podršku razvoju inovativnih oblika turizma, inovativnih turističkih ponuda, primjenu socijalnih inovacija u turizmu te primjenu ICT-a u turizmu.[17]

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju 2013. godine omogućen je pristup tim fondovima. U državi čija državna potrošnja premašuje prihode, što je većim godinama slučaj, štednja je u minusu te je potreban strani kapital.[18] U strategiji 2014. – 2020., Europska komisija je namijenila 8,6 milijardi eura hrvatskom tržištu.[19] Ministarstvo turizma se za to pripremilo osnivanjem posebne Službe za EU fondove te izradom sektorske Strategije razvoja hrvatskog turizma 2013. - 2020. Među glavnim smjernicama te strategije ističe se jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma.[20]

Konkurentnost u turističkom sektoru odnosi se na sposobnost da destinacija pravodobno i učinkovito odgovori na promjene zahtjeva potrošača, a obuhvaća političko – zakonodavnu, ekonomsku, sociokulturnu i tehnološku razinu.[21] Destinacije se moraju diferencirati od ostalih, ponuditi visoku kvalitetu usluge te jedinstveni doživljaj.[22] Naglasak je na tome da konkurentnost turističke destinacije ovisi o sposobnosti destinacije da valorizira resursnu osnovu uz ostvarenje dodane vrijednosti.[23]

---

[16]Directorate - General for Enterprise and Industry (2014): Guide on EU founding for the tourism sector (2014 - 2020),European Commision.
[17]http://www.mint.hr/UserDocsImages/131025_m_rajakovic-mingo.pdf<02.09.2015.>
[18]Družić G. (2009): Croatian economic development and the EU – Potential and Perspectives, Školska knjiga, Zagreb, 232.str
[19]http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1223_hr.htm <05.09.2015.>
[20]http://www.mint.hr/UserDocsImages/dht12-eu-z-kramaric.pdf <05.09.2015.>
[21]Kandžija V. i Kumar A., (2010):Economic integration, competition and cooperation, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 182. str.
[22]http://ec.europa.eu/enterprise/dg/files/evaluation/cses-gp-tourism_en.pdf <08.09.2015.>
[23]Gržinić J. i Bevanda V. (2014): Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, str. 146.

Prema izvještaju Svjetskog ekonomskog foruma, pet zemalja članica Europske unije nalazi se u vodećih 10 zemalja prema razini konkurentnosti s obzirom na različite kriterije, primjerice regulatorni okvir, sigurnost, zdravstvo, održivost, infrastrukturu, resurse i cijene. Hrvatska je rangirana na 33. mjestu te postoji mnogo prostora za napredak. Kao najslabija strana konkurentnosti ističe se poduzetničko okruženje, u čije poboljšanje se može uložiti upravo iz fondova Europske unije koji podupiru inovacije, malo i srednje poduzetništvo, otvaranje novih radnih mjesta te stvaranje i unapređenje turističke infrastrukture.[24]

Ministarstvo turizma je u suradnji s Ministarstvom poduzetništva te Ministarstvom regionalnog razvoja i fondova Europske unije već ostvarilo potporu za bespovratno financiranje devet turističkih projekata ukupno vrijednih 313,3 milijuna kuna. Ovi projekti iz strukturnih fondova dobili su ukupno 113 milijuna kuna.[25]

Turizam je industrija doživljaja i emocija te je unapređenje turističke ponude važno za jačanje konkurentnosti turizma. S obzirom na financijsku situaciju koja ograničava brojne inovativne ideje u području turizma, europski fondovi predstavljaju idealnu priliku za poboljšanje konkurentnosti hrvatskog turizma. Važno je dobro upoznati se s ciljevima koje fondovi podupiru te mogućnostima koje daju, kako bi se ponuđena sredstva mogla dobiti.

Predmet istraživanja

Iz problema ovog istraživanja može se razlučiti njegov predmet, a taj je uloga fondova Europske unije u turističkom sektoru te mogućnosti koje fondovi Europske unije pružaju u podupiranju hrvatskog turističkog sektora i jačanju njegove konkurentnosti.

Zemlje članice Europske unije oduvijek su bile među vodećim silama u turističkom sektoru te se sve više važnosti pridaje turizmu kao okosnici gospodarskog razvoja i načinu smanjenja nejednakosti. Zbog utjecaja turizma na ukupno društvo, gospodarstvo, kulturu i politiku, u Europskoj uniji postepeno raste svijest o potrebi usklađivanja aktivnosti u turizmu na zajedničkoj razini. Paralelno, rastu ovlasti pojedinih organa EU i Europske komisije u domeni organizacije putovanja i turizma.[26]

[24] http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf <07.09.2015.>
[25] http://www.poslovni.hr/hrvatska/prvih-devet-turistickih-projekata-koje-bespovratno-sufinancira-eu-277038<07.09.2015.>
[26] http://ec.europa.eu/enterprise/dg/files/evaluation/cses-gp-tourism_en.pdf<8.9.2015.>

Hrvatska, kao jedna od najznačajnijih turističkih destinacija na Mediteranu, ima dugu turističku tradiciju i velike razvojne mogućnosti. Pripada zemljama koje privlače posjetitelje odlikama svoga prirodnog prostora i bogatstvom kulturno-povijesne baštine. Među prirodnim atrakcijama najvažnije mjesto zauzima more, razvedena obala te mnoštvo otoka, ali i brojne očuvane prirodne plaže, kao i zelenilo i šumovitost velikog dijela teritorija. To čini turizam jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Hrvatskoj.

U radu su iznijete činjenice o važnosti turizma za Europsku uniju i napose Hrvatsku, razjašnjena turistička politika te njena obilježja te predstavljeni nedostaci i izazovi s kojima se suočava europski turizam.

EU fondovi za turizam osiguravaju snažan razvoj te gospodarske grane, što ima pozitivan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo. Da bi se što bolje iskoristile mogućnosti sufinanciranja iz EU fondova za turizam, potrebno je izraditi kvalitetne projekte koji će pridonijeti unapređenju i rastu gospodarstva. Također, time će se povećati i stupanj zaposlenosti i poboljšati konkurentnost turističkog sektora. Iz pregleda fondova dostupnih za turizam i pozitivnih primjera prethodnog korištenja fondova, iznesen je uvid u mogućnosti za razvoj turističkog sektora koje ima Hrvatska kao punopravna članica Europske unije.

1.2 Istraživačka pitanja

S obzirom da je ovdje riječ o kvalitativnom istraživanju, uobičajeno je postaviti istraživačka pitanja:

I1…Koja je uloga turizma u gospodarstvu Europske unije?

I2…Kako se uz pomoć fondova Europske unije potiče konkurentnost u zemljama članicama?

I3…Kako je Hrvatska iskoristila fondove Europske unije u poticanju konkurentnosti hrvatskog turizma?

I4…U kojim područjima konkurentnosti je realiziran najveći broj EU projekata u Hrvatskoj?

1.3 Ciljevi i doprinos istraživanja

Ciljevi istraživanja

Temeljem definiranog problema i predmeta istraživanja, mogu se postaviti ciljevi ovog rada. Primarni cilj ovog istraživanja je utvrditi ulogu fondova Europske unije u podupiranju razvoja i unapređenja turističkog sektora u Hrvatskoj. Ostali ciljevi su:

- Utvrditi gospodarsku važnost turizma za Europsku uniju
- Utvrditi važnost Europske unije kao vodeće emitivne i receptivne destinacije u turizmu
- Prepoznati trendove koje pokreće europsko turističko tržište te njihove implikacije na Hrvatsku
- Definirati turističku politiku EU te njenu važnost
- Utvrditi nedostatke i izazove s kojima se suočava europski turizam
- Analizirati dostupne fondove EU u turističkom sektoru te ponuditi primjere
- Utvrditi mogućnost financiranja turističkih projekata u Hrvatskoj iz fondova
- Analizirati stanje konkurentnosti europskog i napose hrvatskog turizma
- Utvrditi ulogu fondova pri jačanju konkurentnosti hrvatskog turizma

Doprinos istraživanja

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju omogućen je pristup fondovima i programima Europske unije koji su kreirani u svrhu podupiranja glavnih ciljeva zemalja članica. S obzirom na prepoznatu važnost turizma, Europska unija iznijela je niz programa koji se direktno ili indirektno tiču turizma te podupiru njegov razvoj. S otvorenim vratima prema tim bespovratnim financijskim sredstvima koja su Hrvatskoj neophodna zbog ekonomske situacije, potrebno je razjasniti sve mogućnosti kako bi se ta sredstva iskoristila na učinkovit način.

Doprinos ovog rada manifestira se u stvaranju jasne predodžbe o programima i fondovima Europske unije koji su relevantni za turistički sektor. Kroz pregled dostupnih fondova te uspješnih primjera dosadašnjeg sufinanciranja turističkih projekata u Europskoj uniji, prepoznate su mogućnosti za hrvatski turistički sektor da svoje ideje pretoči u konkretne

projekte koje će prijaviti za sufinanciranje iz fondova, sve u svrhu unapređivanja konkurentnosti hrvatskog turizma kako bi uspješno odgovorio na promjenjivost i heterogenost turizma kao industrije.

1.4 Metode istraživanja

S obzirom na potrebe ovog diplomskog rada, u istraživanju su korištene sljedeće metode kvalitativnog istraživanja:

- Induktivna metoda – sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi do općih zaključka.
- Deduktivna metoda - sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci
- Metoda analize – postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.
- Metoda sinteze – postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije.
- Metoda dokazivanja i opovrgavanja – utvrđivanje točnosti neke spoznaje i dokazivanje pogrešnosti teze.
- Deskriptivna metoda – postupak jednostavnog opisivanja ili očitovanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- Komparativna metoda – postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava, procesa i odnosa, odnosno utvrđivanje njihove sličnosti i razlike u njihovu ponašanju i intenzitetu.[27]

[27]Tkalac Verčić A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N., (2011): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, 2. izd. M.E.P., Zagreb.

1.5 Sadržaj istraživanja

Diplomski rad koncipiran je u ukupno sedam poglavlja.

U uvodnom dijelu obrađeni su problem te predmet istraživanja, razjašnjeni ciljevi rada, navedene korištene metode istraživanja, objašnjen doprinos istraživanja te struktura rada.

U drugom poglavlju, razjašnjena je pozicija turizma u Europskoj uniji kroz statističke podatke koji pokazuju gospodarsku važnost turizma u zemljama članicama kao i podatke koji naglašavaju ulogu Europske unije kao vodeće turističke emitivne i receptivne sile. Objašnjene su karakteristike europskog tržišta te utjecaj tih zemalja na diktiranje trendova u turizmu. Shodno tome, pojašnjena je pozicija hrvatskog turizma u svjetlu prilagođavanja tim trendovima.

Treće poglavlje daje uvid u turističku politiku Europske unije, njene ciljeve, mjere i instrumente kojima se regulira funkcioniranje turizma u okvirima temeljnih načela koje pretpostavlja zakonodavstvo Unije. Kroz pregled faza razvoja turističke politike, uvidjelo se postupno shvaćanje turizma kao sve važnijeg generatora razvoja te važnosti koja mu se pridonosi danas. Nadalje, razjašnjeni su i nedostaci te izazovi koji se nameću turizmu u Europskoj uniji.

U četvrtom poglavlju, teorijski je objašnjen pojam fondova te iznijet pregled svih fondova Europske unije koji su relevantni za turistički sektor. Kroz pojašnjenje tih fondova u vidu namjene, ciljeva, mogućnostima prijave, razinama potpore te uspješnim primjerima dosadašnjeg sufinanciranja, vidljive su mogućnosti za hrvatski turistički sektor. Razjašnjena je biti uloga dionika te mogućnost financiranja iz tih fondova. koju je Hrvatska ostvarila ulaskom u Europsku uniju.

Peto poglavlje donosi stanje konkurentnosti europskog i napose hrvatskog turizma, te mogućnosti koje proizlaze iz financiranja turističkih projekata iz fondova za unapređenje konkurentnosti. Konkurentnost predstavlja način na koji se destinacija diferencira od drugih i svojom ponudom pravovremeno odgovara na promjene u turističkoj potražnji, stoga je izuzetno bitna za uspješnost destinacije u turističkom sektoru. Iskazan je i pregled turističkih projekata u Hrvatskoj koji su ostvarili potporu iz fondova te pojašnjena uloga Ministarstva turizma u povlačenju tih sredstava.

U šestom poglavlju, dan je osvrt na postavljena istraživačka pitanja te je u sedmom poglavlju iznijet zaključak rada.

2 EUROPSKA UNIJA I TURIZAM

2.1 Osnivanje Europske unije

Tijekom povijesti, javljale su se ideje o ujedinjenoj Europi u različitim oblicima. Prisjetivši se razdoblja Rimskog carstva, slavnog Cezara i brojnih kasnijih vladara i vojskovođa, vide se česta nastojanja da se teritorij Europe objedini na osvajački način. Ideja o ujedinjenoj Europi zaokupljala je stoljećima brojne filozofe, mislioce, vizionare i pjesnike poput Dubiosa, Prudhona, Nietzschea, Rousseaua, Kanta i Hugoa, koji je proročki iznio svoju misao o ujedinjenim europskim zemljama u Parizu 1849. godine. Trebalo je proći još dosta ratova, gladi i siromaštva kako bi se ta ideja, ovaj put na demokratski način, ostvarila putem svjesne suradnje uz odustajanje od uskih nacionalnih težnji.

Proces povezivanja europskih zemalja započeo je neposredno nakon Drugog svjetskog rata. Nakon strašnih razaranja i uništavanja civilizacijskih vrijednosti na kojima počiva Europa, shvatilo se da samo ujedinjenjem ona može postati mjesto mira i sigurnosti, gospodarski se razviti te osigurati bolju budućnost za nadolazeće generacije.[28]

Dana 9. svibnja 1950. godine, u govoru nadahnutim djelom Jeana Monneta, francuski ministar vanjskih poslova Robert Schuman predstavio je viziju ujedinjene i demokratske Europe. Schuman je predložio integraciju industrija ugljena i čelika zapadne Europe, te su njegove ideje sljedeće godine ugrađene u Pariški ugovor čime je rođena prethodnica Europske unije, Europska zajednica za ugljen i čelik. Koliko je taj datum bitan u procesu ujedinjenja, govori i sama činjenica da se tog dana obilježava Dan Europe.[29]

Europska unija je od tada redovito ažurirala i proširivala ugovore radi osiguranja učinkovite politike i odlučivanja:

- Pariški ugovor, kojim je utemeljena Europska zajednica za ugljen i čelik, potpisan je u Parizu 18. travnja 1951., a stupio je na snagu 1952. Njegova je valjanost istekla 2002.
- Rimski ugovori, kojima su osnovane Europska ekonomska zajednica (EEZ) i Europska zajednica za atomsku energiju (Euratom), potpisani su u Rimu 25. ožujka 1957. i stupili su na snagu 1958. godine.

[28]Barić Punda V, et al. (2006.): Hrvatska i EU – izazovi integracije, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 19.-22.
[29] Omejec, J. (2008.): Vijeće Europe i Europska unija – institucionalni i pravni okvir, Novi informator, Zagreb.

- Jedinstveni europski akt (JEA) potpisan je u veljači 1986. i stupio je na snagu 1987. Njime je izmijenjen Ugovor o EEZ-u i otvoren put ostvarenju jedinstvenog tržišta.
- Ugovor o Europskoj uniji: Maastrichtski ugovor, potpisan je u Maastrichtu 7. veljače 1992. i stupio je na snagu 1993. godine. Njime je osnovana Europska unija, Parlament je dobio veće ovlasti u postupku donošenja odluka i dodana su nova područja za suradnju.
- Amsterdamski je ugovor potpisan 2. listopada 1997. i stupio je na snagu 1999. godine. Njime su izmijenjeni prethodni ugovori.
- Ugovor iz Nice potpisan je 26. veljače 2001.i stupio je na snagu 2003. godine. Njime je organiziran institucionalni sustav Europske unije da se očuva učinkovitost nakon novog vala proširenja 2004. godine.
- Lisabonski je ugovor potpisan 13. prosinca 2007. i stupio je na snagu 2009. godine. Njime su pojednostavnjene metode rada i pravila glasanja, stvorena je institucija predsjednika Europskog vijeća i uvedene su nove strukture kako bi Europska unija postala snažniji čimbenik na globalnoj razini.[30]

Europska unija utemeljena je 1. studenoga 1993. godine ratificiranjem Ugovora iz Maastrichta od strane tadašnjih 12 članica Europske zajednice: Belgije, Luksemburga, Nizozemske, Portugala, Španjolske i Ujedinjenog Kraljevstva. Europska zajednica prerasta u Europsku uniju, a jedinstveno tržište u unutarnje tržište.[31]

Današnja Europska unija izgrađena je na konkretnim postignućima sviju koji su marljivo radili na njenoj ujedinjenosti. Predstavlja jedinstvenu nadnacionalnu organizaciju, političko i gospodarsko partnerstvo, čiji je cilj jačanje ekonomske integracije i suradnje između 28 zemalja članica.[32] Europska unija je regionalna organizacija europskih država putem koje njezine članice ostvaruju određene zajedničke ciljeve, a ono što ju čini posebnom u odnosu na druge međunarodne organizacije su postojanje vlastitih institucija, postupaka odlučivanja i sudionika u zajedničkim politikama, širok raspon područja političke odgovornosti te djelovanje nadnacionalne strukture.[33]

[30]Politika Europske unije: Kako funkcionira Europska unija, 2014 dostupno na: http://bookshop.europa.eu/hr/kako-funkcionira-europska-unija-pbNA0414810/?CatalogCategoryID=sciep2OwkgkAAAE.xjhtLxJz<9.11.2015.>
[31]Kandžija V. i Cvečić I. (2008): Makrosustav Europske unije, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 9-25 str.
[32]http://europa.eu/about-eu/basic-information/about/index_hr.htm<9.11.2015.>
[33] Kandžija V. i Cvečić I. (2010.): Ekonomika i politika Europske unije, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

2.2 Proces europskog integriranja

Europska unija povijesni je uspjeh jer je stvorila svojim narodima najdulje razdoblje mira i visoku razinu blagostanja. Proces koji je započeo kao klub šest država, danas obuhvaća 28 država s više od 500 milijuna stanovnika. Integriranje novih članica dio je vizije osnivača koji su predvidjeli ulazak drugih demokratskih europskih zemalja. Pomaganje zemljama koje žele postati članice stalna je zadaća Europske unije u posljednjih pet desetljeća i to promicanjem gospodarskog rasta i solidarnosti, te pružanjem podrške demokratskim snagama u zemljama koje su izašle iz diktature.

Proširenje je proces kojim se države pridružuju Europskoj uniji. Od osnivanja 1957. godine EU se proširila sa 6 na 28 država. Europska ekonomska zajednica, osnovana pedesetih godina dvadesetoga stoljeća, a danas poznata kao Europska unija, izvorno je imala šest država članica: Belgiju, Francusku, Njemačku, Italiju, Luksemburg i Nizozemsku. Godine 1973. pridružile su se Danska, Irska i Ujedinjeno Kraljevstvo. Grčka se pridružila 1981., a potom, 1986. godine, pristigli su Španjolska i Portugal. Austrija, Finska i Švedska pridružile su se 1995. Godine 2004., u najvećem dotadašnjem proširenju, Cipar, Češka, Estonija, Mađarska, Latvija, Litva, Malta, Poljska, Slovačka i Slovenija postale su države članice. Tri godine poslije toga, 2007., pristupile su Bugarska i Rumunjska. Hrvatska je ušla u EU 1. srpnja 2013., čime se ukupan broj članica povećao na današnjih 28.[34]

Proces pridruživanja vidljiv je i na slici 1 u nastavku.

[34]Politike Europske unije: Proširenje http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/hr/enlargement_hr.pdf<10.11.2015.>



Slika 2-1: Proces europskog integriranja

Izvor: Politika Europske unije: Proširenje, dostupno na: http://europa.eu/pol/enlarg/index_hr.htm

Ugovor o Europskoj uniji određuje da bilo koja europska država može podnijeti zahtjev za pridruživanje ako poštuje demokratska načela EU i posvećena je njihovom promicanju. Određena se država, međutim, može pridružiti ako ispunjava sve kriterije članstva:

- političke – mora imati stabilne institucije koje jamče demokraciju, vladavinu prava i ljudska prava;
- gospodarske – mora imati funkcionalno tržišno gospodarstvo i biti sposobna svladati konkurentski pritisak i tržišne sile u okviru Europske unije;

- pravne – mora prihvatiti utvrđeno pravo i praksu Europske unije, posebice osnovne ciljeve političke, gospodarske i monetarne unije.

Proces obuhvaća 3 faze (sve tri podliježu odobrenju svih postojećih država Europske unije):

- državi se nudi mogućnost članstva;
- država postaje službeni kandidat za članstvo;
- kandidat prelazi u fazu formalnih pregovora o članstvu, proces koji obično obuhvaća reforme radi prihvaćanja utvrđenih zakona Europske unije.

Nakon dovršetka pregovora i pripadajućih reformi na obostrano zadovoljstvo, država se može pridružiti Europskoj uniji uz uvjet da s tim budu suglasne sve postojeće države članice Europske unije.

Planom proširenja Europske unije obuhvaćen je zapadni Balkan i Turska. Sve države članice EU-a potvrdile su da navedene države imaju „europsku perspektivu", što znači da mogu pristupiti Europskoj uniji ako ispune potrebne uvjete. U tom procesu one su u različitim fazama. Albanija, bivša jugoslavenska republika Makedonija, Crna Gora, Srbija i Turska države su kandidatkinje. Pristupni pregovori vode se s Crnom Gorom, Srbijom i Turskom. Osim toga, Komisija je preporučila otvaranje pristupnih pregovora s bivšom jugoslavenskom republikom Makedonijom. Bosna i Hercegovina i Kosovo potencijalne su države kandidatkinje kojima je obećana mogućnost kandidiranja kada budu spremne. Island je podnio zahtjev za članstvo 2009., ali pristupni su pregovori stavljeni na čekanje 2013. na njegov zahtjev.

Postupno proširenje odigralo je ključnu ulogu u očuvanju demokracije i održavanju stabilnosti na europskom kontinentu. To je istaknuto i u obrazloženju dodjele Nobelove nagrade za mir Europskoj uniji 2012. godine. I danas politike Europske unije a imaju stabilizirajući učinak na zapadni Balkan i predstavljaju temelj za demokratske reforme u Turskoj. Ova politička preobrazba dovodi do stvarnih promjena u praksi. Pristupanje Hrvatske najbolji je primjer: iako još prije samo dva desetljeća rastrgana sukobom, zemlja je danas u stabilnoj demokraciji,sposobna preuzeti obveze članstva i pridržavati se standarda Europske unije. Naravno, pristupanje EU-u ne odvija se automatski. Proces se temelji na strogoj uvjetovanosti, pri čemu se svaki daljnji korak temelji na stvarnom napretku na terenu i dogovaraju ga svi dionici procesa. Time se osigurava potpuna spremnost države kandidatkinje za članstvo prije pridruživanja. Reforme povezane sa Europskom unijom nisu ograničene na

usklađivanje domaćih zakona sa standardima Europske unije. Poštivanje vladavine prava, demokratskih načela i ljudskih prava i dalje su žarišna točka u procesu proširenja.[35]

2.3 Proces integracije RH u Europsku uniju

Važan trenutak razvoja diplomatskih odnosa Hrvatske i Europske unije dogodio se 15. siječnja 1992. godine kada je Hrvatska dobila međunarodno priznanje kao suverena i nezavisna država. Nastojanja Europske unije za stabilizacijom regije jugoistočne Europe, rezultirala su stvaranjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju Europskoj uniji kojim se stječe status pridružene članice Europske unije. U ovom procesu, od Hrvatske se očekivalo ispunjenje osnovnih preduvjeta poput osiguranja demokratskog funkcioniranja institucija, vladavine prava, promicanja zaštite temeljnih ljudskih prava i sloboda, zaštita prava manjina, razvoj i unapređenje gospodarskog sustava, te kvalitetna regionalna suradnja.[36]

Hrvatski put prema punopravnom članstvu u Europskoj uniji započeo je u svibnju 2001. godine parafiranjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. 15. veljače 2000. godine osnovana je Zajednička konzultativna radna skupina RH-EU, a u svibnju iste godine Europska komisija objavila je pozitivan Izvještaj o izvedivosti o početku pregovora za Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju. Prekretnica je bila Zagrebački summit održan 24. studenog 2000. koji je označio početak pregovora između Hrvatske i Europske unije o zaključivanju Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. Hrvatski sabor ratificirao je Sporazum 5. prosinca 2001. godine, a Europski ga je parlament potvrdio 12. prosinca iste godine.

Hrvatska je zahtjev za članstvo u Europskoj uniji podnijela 21. veljače 2003. godine, a u travnju iste godine Vijeće Europske unije dalo je mandat Europskoj komisiji da izradi mišljenje o zahtjevu Republike Hrvatske za članstvo u Europskoj uniji. Europska komisija predala je Hrvatskoj, 10. srpnja 2003. godine, upitnik s 4560 pitanja, a odgovore je Hrvatska uručila Europskoj komisiji tri mjeseca kasnije, 9. listopada 2003.

Europska komisija donijela je pozitivno mišljenje (avis) o zahtjevu Republike Hrvatske za punopravnim članstvom u Europskoj uniji 20. travnja 2004. godine, a dva mjeseca kasnije - 18. lipnja, Republika Hrvatska dobila status države kandidatkinje za članstvo u Europskoj uniji.

[35]Politika Europske unije: Proširenje dostupno na: http://europa.eu/pol/enlarg/index_hr.htm<10.11.2015.>
[36]Ceravec M.,et al. (2010.): Europska unija, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, str. 623.-625.

Pristupni pregovori između Republike Hrvatske i Europske unije otvoreni su 3. listopada 2005. godine, nakon čega je započeo postupak analitičkog pregleda usklađenosti hrvatskog zakonodavstva s pravnom stečevinom Europske unije. Održano je sveukupno trinaest sastanaka Međuvladine konferencije o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji na ministarskoj razini, a pregovori su formalno okončani 30. lipnja 2011. godine zatvaranjem svih 35 pregovaračkih poglavlja.[37]

Najvažnija tijela koja su sudjelovala u pregovorima s Europskom unijom su Državno izaslanstvo Republike Hrvatske za pregovore o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji, Koordinacija za pregovore o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji, Pregovaračka skupina za vođenje pregovora o pristupanju, Radne skupine za pripremu pregovora po pojedinim poglavljima pregovora, Ured glavnog pregovarača, Tajništvo pregovaračke skupine te Nacionalni odbor za praćenje razgovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji.[38]

Ugovor o pristupanju RH Europskoj uniji potpisan je 9. prosinca 2011. godine u Bruxellesu. Referendum o pristupanju Hrvatske Europskoj uniji održan je 22. siječnja 2012. godine i na njemu je 67% glasača glasalo ZA članstvo u Uniji.1. srpnja 2013. Republika Hrvatska postala je punopravna članica Europske unije.[39]

2.4 Gospodarska važnost turizma u Europskoj uniji

Turizam je zasluženo stekao status iznimno važne komponente nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja zbog brojnih ekonomskih koristi koje proizlaze iz njegova razvoja i odnosa koji nastaju u sustavu u kojem turizam djeluje i kojem pripada. Za samo kvantifikaciju ukupnih ekonomskih koristi koje proizlaze iz razvoja turizma na nekom području potrebno je definirati mjesto ili obuhvat turizma u strukturi nacionalnog gospodarstva, odnosno utvrditi koje sve gospodarske djelatnosti i u kojoj mjeri čine gospodarsku strukturu turizma. Sama mjerenja su kompleksna zbog različitog svrstavanja turizma u ekonomske kategorije.[40]

Turizam je visokosofisticiran integralni sustav u okviru nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a

[37] http://www.mvep.hr/hr/hrvatska-i-europska-unija/pregovori/<13.11.2015.>
[38] Barić Punda V.,et al.(2006.): Hrvatska i EU – izazovi integracije, Ekonomski fakultet Split, Split, str. 41.-42.
[39] http://www.mvep.hr/hr/hrvatska-i-europska-unija/pregovori/<13.11.2015.>
[40] Čavlek N. (2011); Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 237.-257. Str.

čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu.[41]

Gospodarske funkcije turizma znanost promatra s različitih stajališta, a zajedničko im je da se turistička potrošnja promatra kao materijalni izvor a utjecaj na dohodak kao krajnji rezultat. Razlikujemo nekoliko gospodarskih (ekonomskih) funkcija turizma, a to su: multiplikativna, induktivna, konverzijska, funkcija zapošljavanja, tercijarizacija privrede, utjecaj na bilancu, unapređenje međunarodne ekonomije, regionalni razvoj, razvitak nerazvijenih područja, investicije, ubrzanje gospodarskog rasta, usklađivanje robno – novčanih fondova, generiranje deviza te apsorpcijska funkcija.[42]

Turizam ima važnu ulogu u ekonomiji Europske unije. Prema podacima Europske komisije, predstavlja treću po važnosti socio-ekonomsku aktivnost u Europskoj uniji, nakon trgovine i distribucije te građevinskog sektora. Ima pozitivan učinak na ekonomski rast i zaposlenost te doprinosi regionalnom razvoju Europe. Nadalje, njegova važnost ogleda se u oblikovanju identiteta europskog kontinenta te razvoju i održavanju prirodne i kulturne baštine.

Europska komisija procjenjuje da u turističkom sektoru Europske unije posluje gotovo 2 milijuna poduzeća, a većinom se odnosi na malo i srednje poduzetništvo, pružajući zaposlenje 5.2% od ukupne radne snage Europske unije. U 2013., samo smještajni i ugostiteljski sektor ponudio je oko 10 milijuna poslova (4% ukupno zaposlenih u Europskoj uniji).

Turizam se ističe i pri zapošljavanju žena. Sa razinom od 56%, udio žena zaposlenih u turizmu Europske unije u 2013. godini bio je veći od cjelovite europske ekonomije (udio 46%). Zaposlenost je posebno visoka u turističkim agencijama i turoperatorima, zatim u smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima.

S druge strane, većina tih poslova u turizmu je lošije plaćena, ima skraćeno radno vrijeme te je sezonskog i uslužnog karaktera. U 2013. godini, trećina poslova u Europskoj uniji u području turizma je bila sezonskog karaktera. Mnogi zaposleni imali su neregularne radne

[41]Blažević B. (2007.): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Rijeka
[42]Geić, S. (2007.): Organizacija i politika turizma – kulturološki-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilište u Splitu, Split, 68.-69. Str.

sate, radili nedjeljom i noću. Svi ovi faktori doprinose čestim izmjenama osoblja u turizmu koji odlaze zbog nemogućnosti pronalaženja stalnog zaposlenja s dobrim uvjetima.[43]

Pregled učinaka turizma na gospodarstvo (ekonomiju), između ostalih, mjeri i World Travel and Tourism Council. Prema njegovom izvještaju „Putovanja i turizam – ekonomski učinci: Europska unija 2015“, ukupni doprinos turizma BDP-u je trostruko veći od onog direktnog. Direktni učinci čine samo 37.5% ukupnog doprinosa turizma BDP-u, inducirani iznose 19.5%, a indirektni čak 43%. Indirektne učinke čine investicije u turizmu, lanac nabave (svi proizvodi i usluge drugih sektora koji ulaze kao inputi u turistički proizvod ili uslugu) i državna potrošnja u podupiranju turizma.

Nadalje, izvještaj donosi da je direktni doprinos turizma BDP-u Europske unije u 2014. godini iznosio oko 670 milijardi $, što je 3.6% od ukupnog BDP-a. Očekuje se rast njegova udjela na 4% u razdoblju od 2015.-2025. godine. Prvenstveno se odnosi na ekonomsku aktivnost koju generiraju industrije poput hotela, turističkih agencija, zrakoplovnih kompanija, putničkih prijevoznih kompanija te ugostiteljstva. S druge strane, ukupni doprinos (direktni, indirektni i inducirani učinci) iznosio je 1787 milijardi $ u 2014. godini, čineći tako 9.7% od ukupnog BDP-a, te se očekuje rast za 2,5% do 2025. godine.

Zanimljiva je slika 2 u nastavku na kojoj su prikazani odljevi novca potrošenih u turizmu, te način na koji taj novac dolazi do različitih sektora na indirektan način. Novac potrošen u turizmu cirkulira kroz cjelokupni ekonomski sustav s obzirom na heterogenost turističke industrije i njenu sveobuhvatnost.

[43] http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA(2015)568343_EN.pdf<18.11. 2015.>



Slika 2-2 Kako novac potrošen u turizmu putuje

Izvor: World TravelandTourismCouncil, preuzeto s: https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europeanunion2015.pdf

Što se tiče doprinosa zaposlenosti u 2014. godini, direktno zaposleni u turizmu (zaposleni u hotelima, turističkim agencijama, ugostiteljstvu, zrakoplovnim kompanijama i drugim putničkim prijevoznim kompanijama) činili su 5% ukupno zaposlenih, dok uključujući i poslove koji indirektno podupiru turističku industriju, taj udio je iznosio 11% (24 367 000 zaposlenih) te se očekuje daljnji rast tog broja.

Izvoz putem turizma činio je 5.9% od ukupnog izvoza ostvarenog u 2014. godini te je iznosio 466.5 milijardi $. Do 2015. godine očekuje se rast turističke potrošnje u iznosu od 3.6%. te da će broj međunarodnih turističkih dolazaka u Europskoj uniji iznositi 611 952 000.

Investicije u turizmu u 2014. godini iznosile su 175.5 milijardi $, s udjelom od 4.9% u ukupnim investicijama. Do 2015. godine se očekuje daljnji rast od 3.1%.

Odmorišni tip putovanja dominira te na njega se odnosi 77.2% direktnog doprinosa turizma BDP-u, za razliku od poslovnih putovanja koja su doprinijela s 22.8%. Prevladava domaća turistička potrošnja (potrošnja stanovnika Europske unije) s 68.6 % u ukupnom doprinosu BDP-u, dok je inozemna potrošnja činila 31.4%. [44]

Važnost turizma ističe se i u ekonomskoj i socijalnoj koheziji Europske unije s obzirom da doprinosi razvoju i socijalnoj integraciji manje ili nerazvijenih regija, ruralnih i planinskih područja, obalnih regija i otoka, te područja koja pripadaju Europskoj uniji a ne nalaze se u blizini europskog kontinenta poput Kanarskih otoka, Madeire, Francuske Gvajane i drugih.

Unatoč ekonomskoj krizi, turizam se brzo oporavlja te predstavlja jedan od najbrže rastućih sektora u Europskoj uniji.[45]

2.5 Važnost Europske unije u svjetskom turizmu

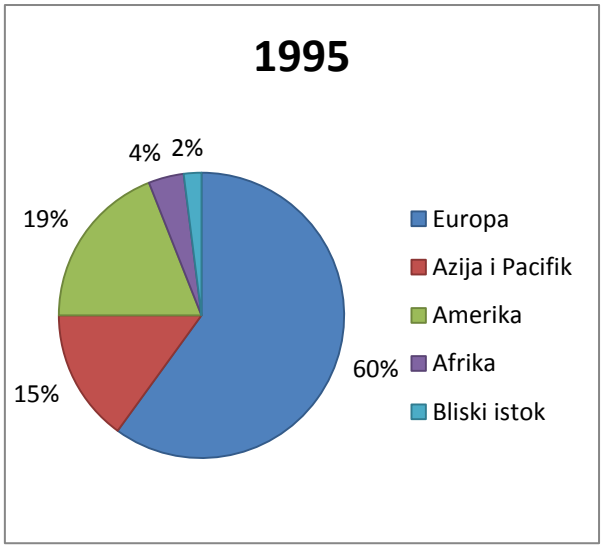
Prema Europskoj komisiji, Europa predstavlja vodeću turističku destinaciju, ali u globalnim razmjerima, s druge strane, nije najbrže rastuća turistička regija te njen tržišni udio u pogledu međunarodnih dolazaka opada.

Osim statističkih podataka o doprinosu turizma BDP-u i zaposlenosti, međunarodne organizacije prikupljaju i statističke podatke o turističkim dolascima i primicima. U pogledu dolazaka, međunarodni turizam je pokazao rast od završetka Drugog svjetskog rata, i to sa 25 milijuna dolazaka u 1950. na 1.1 milijardu dolazaka u 2014. godini. Usporedbe radi, svjetsko stanovništvo je poraslo sa 5.7 milijardi ljudi u 1994. do 7.2 milijardi u 2014. godini.

Sa 588 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka u 2014. godini, Europa je najposjećenija turistička regija na svijetu. Od toga, 457 milijuna odnosi se na posjet EU 28 destinacijama. Pet zemalja članica Europske unije je rangirano u vodećih 10 destinacija svijeta, a to su Francuska, Španjolska, Italija, Njemačka i Ujedinjeno Kraljevstvo.

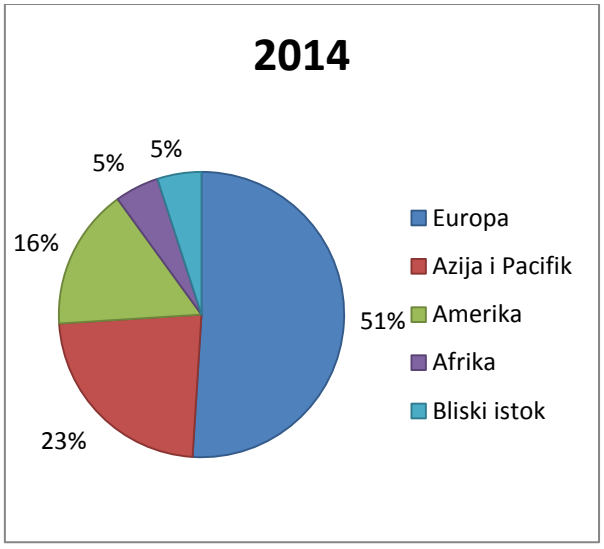
[44] https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europeanunion2015.pdf <19.11.2015.>
[45] http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140749/LDM_BRI(2014)140749_REV1_EN.pdf <19.11.2015.>

Europa nije najbrže rastuća destinacija. Dok je za razdoblje 2005. – 2014. u Europi zabilježen rast od 3%, za isto razdoblje u Aziji je ta brojka iznosila 6% najviše zahvaljujući procvatu turizma u Kini. Zbog sporijeg rasta, europski tržišni udio je smanjen sa 60% u 1995. na 51% u 2014. godini. Turističke regije koje rastu u tom razdoblju su Azija i Pacifik (sa 15% na 23%), Bliski istok (2% na 5%) te Afrika (4% na 5%), kao što je vidljivo u nastavku na grafikonima.



Slika 2-3 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih dolazaka, 1995.

Izvor: Izrada autorice premahttp://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf



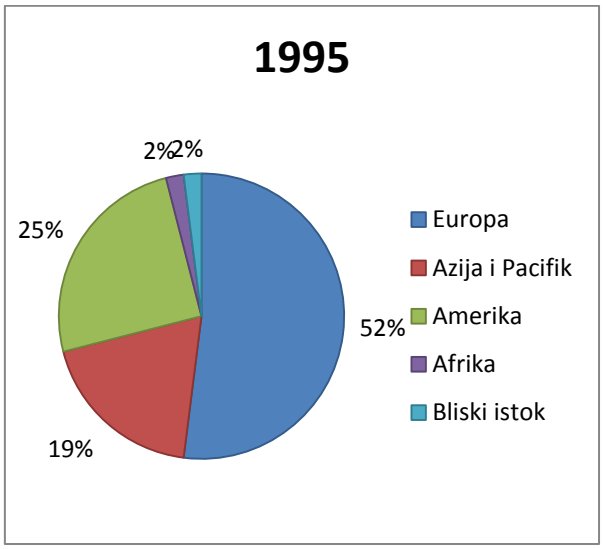
Slika 2-4 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih dolazaka, 2014.

Izvor: Izrada autorice premahttp://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf

U 2014. godini, primici od turizma u pogledu potrošnje na smještaj, hranu, piće, zabavu, kupovinu te ostale usluge i proizvode u europskim zemljama (članice ETC-a, Francuska, Nizozemska i Ujedinjeno Kraljevstvo) iznosili su 383 milijardi $. Među zemljama koje su najviše zaradile od međunarodnog turizma ističu se Španjolska, Francuska, Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo i Njemačka.

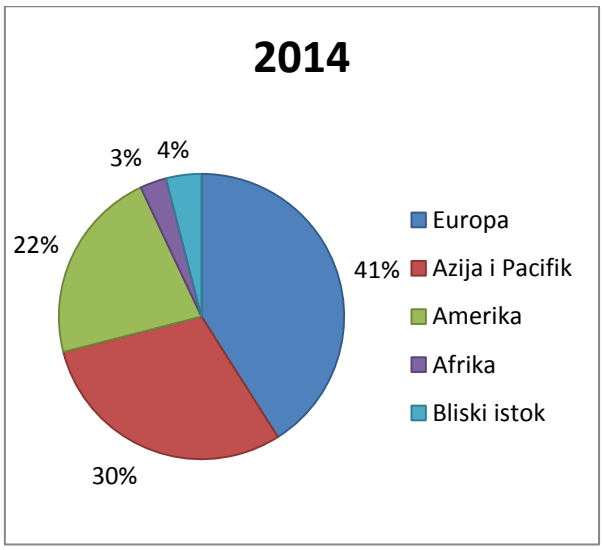
Europa je zadržala i najveći tržišni udio u pogledu primitaka od turizma. U 2014. godini, njen udio iznosio je 41% svjetske zarade od turizma, dok su Azija i Pacifik imale udio od 30%, Amerika 22% te Bliski istok i Afrika zajedno manje od 10%.

Zanimljivo je da je udio u zaradi manji od udjela u ukupnim međunarodnim dolascima. Prema UNWTO-u, uzrok tome je manja prosječna potrošnja po putovanju zbog kraće udaljenosti putovanje, dobre infrastrukture i tendencije kraćih i češćih putovanja u zemljama članicama Europske unije.



Slika 2-5 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih primitaka, 1995

Izvor: Izrada autorice premahttp://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf



Slika 2-6 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih primitaka, 2014.

Izvor: Izrada autorice prema http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf

Udio u međunarodnim primicima od turizma Europske unije također opada, što je vidljivo na prethodnim grafikonima, gdje je Europa za gotovo izgubila gotovo 10% tržišnog udjela u primicima iz turizma. Naravno taj gubitak je samo relativnog oblika, u apsolutnim iznosima i dalje se bilježi rast. [46]

2.6 Turistička tržišta EU i njihove karakteristike

Geografski gledano, sama Europska unija i dalje predstavlja najveće emitivno tržište za destinacije Europske unije, 84% dolazaka u europskim zemlje su sami građani Europske unije. Druga po veličini turistička emitivna regija u pogledu dolazaka u Europsku uniju je Amerika, s udjelom od 8% , dok Afrika, Istočna Azija i Pacifik i druge regije sudjeluju s 8%.

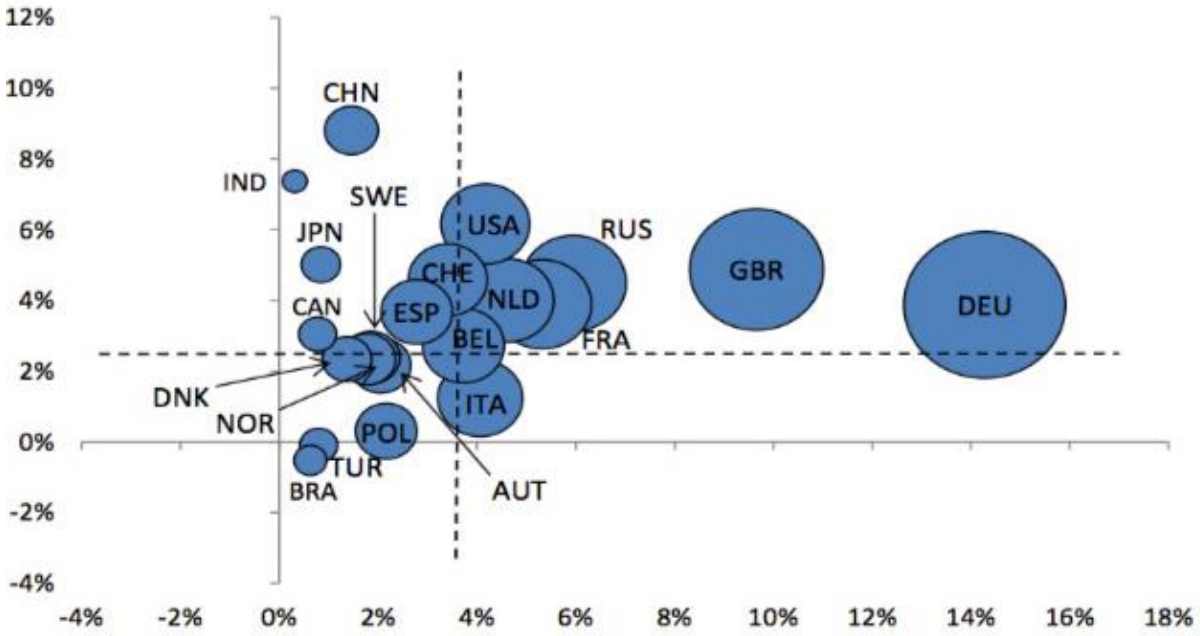
Rastuće važnu ulogu u turističkim dolascima u Europsku uniju imaju zemlje u razvoju poput Kine, Brazila, Rusije, Koreje, Meksika i Južne Afrike. S obzirom na razinu ekonomskog rasta

[46] http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf <25.11.2015.>

njihovih nacionalnih ekonomija i rasta stanovništva, ove regije će predstavljati značajnu emitivnu silu sljedećih desetljeća.[47]

U 2013. godini, polovinu međunarodnih dolazaka u turističke destinacije Europske unije činili su posjetitelji iz Njemačke, Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Francuske, Nizozemske, Italije, SAD-a i Belgije. Jedno od najbrže rastućih tržišta za Europsku uniju je Kina (zabilježen rast od 17.6 % u razdoblju od 2008. – 2013.), a slijede je Brazil i Indija.

U nastavku na slici 7 možemo vidjeti matricu emitivnih turističkih tržišta Europske unije, koja pokazuje kako su Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo i Rusija zadržale vodeću poziciju u turističkim dolascima, zajedno tvoreći 27% tržišta Europske unije.



Slika 2-7 Emitivna tržišta Europske unije i njihova veličina u razdoblju 2013.-2016.

Izvor:http://etc-corporate.org/uploads/pics/ETC%20-%20Portfolio%20analysis%20-%20Infographic.jpg

Državljani Europske unije su u 2013. godini postigli brojku od 1177 milijuna putovanja s noćenjem, ne uzimajući u obzir broj noćenja ni destinaciju. Uglavnom su putovali iz odmorišnih razloga, a manje iz poslovnih. Najveći broj putovanja ostvarili su državljani

[47]http://www.iby.it/turismo/papers/TOURISMlink_MktReport_V2.pdf<26.11.2015.>

Njemačke, Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva i Španjolske (zajedno 65%). U prosjeku, ¾ putovanja su bili su unutra same Europske unije, a ističu se putovanja unutar države.[48]

U izvještaju Eurobarometra prema nalogu Europske komisije, izneseno je provedeno istraživanje na turistima Europske unije za 2014. godinu. Istraživanje je pokazalo da sedam od deset turista prenoći u destinaciji barem na jednu noć, predstavljajući blago povećanje u odnosu na prethodnu godinu. Udio ispitanika koji su putovali na najmanje jednu noć varira u rasponu od 90% Islanđana do 33% u Moldavaca. Među onima koji su putovali, više od pola je otišlo na odmor u trajanju od 4-13 noći, dok je oko četvrtine otišlo na odmor u trajanju od 14 ili više noći. Među ispitanicima koji su išli na odmor u trajanju od najmanje četiri uzastopne noći, dva od pet ispitanika su proveli odmor u vlastitoj zemlji, a sličan udio je otišao u neku drugu zemlju EU-a. Oko petine turista je kao destinaciju izabralo državu izvan EU. Udio osoba koje su putovali u druge zemlje EU-a kreće se u rasponu od 95% Slovenaca do 30% Grka. Udio građana EU koji su putovali izvan EU kreće se u rasponu od 45% Estonaca te 11% u Grka. Vodeća odredišta za odmor ostaju nepromijenjena u odnosu na prethodnu godinu: Španjolska najpopularnije odredište u 2014., a slijede je Italija i Francuska.[49]

2.7 Gospodarska važnost turizma u RH

Značaj turizma za Hrvatsku je znatno veći od značaja turizma za Europsku uniju, s obzirom da je udio turističke djelatnosti u BDP-u i zaposlenosti u turizmu u odnosu na ukupnu zaposlenost mnogo veći u Hrvatskoj. Turizam predstavlja jedan od važnijih pokretača razvoja i generatora prihoda u Hrvatskoj s brojnim pozitivnim učincima na gospodarstvo.

Direktna turistička aktivnost u BDP-u RH sudjeluje sa 12,5% ukupnog BDP-a, a procjenjuje se da će u narednih deset godina rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,5% čime bi do 2025. godine udio turističke aktivnosti u BDP-u trebao doseći čak 16,8% PDV-a. Procjena ukupnog (direktne i indirektne) udjela turističke aktivnosti iznosi 28,3% BDP-a za 2014., a očekivanja za period do 2025. su da će prosječna godišnja stopa rasta iznositi 4,2% čime bi se udio ukupnih aktivnosti turizma trebale povećati na 36,2% BDP-a.

[48] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips<26.11.2015.>

[49] Preferencije Europljana u turizmu dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_en.pdf<27.11.2015.>

S 13,6% udjela turizam direktno sudjeluje u zaposlenosti, uz očekivanja rasta od 1,8% godišnje kroz idućih 10 godina, čime bi očekivani udio direktno od turizma u ukupnoj zaposlenosti bio 16,3% 2025. godine. Posebnu važnost turizam ima u zaposlenosti od ukupnih (direktnih i indirektnih) turističkih aktivnosti. Ta stopa je čak 30,2% za 2014. godinu; očekuje se za će u nadolazećih deset godina prosječna godišnja stopa rasti biti 1,6%, čime bi se udio zaposlenosti zbirno od direktnih i indirektnih turističkih aktivnosti trebao popeti na 35,3%.

U ukupnim investicijama unutar EU, turizam sudjeluje sa 10,2%, procjenjuje se da će u nadolazećih 10 godina investicije u turizmu rasti po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,6% čime bi udio investicija od turizma u ukupnim EU investicijama porastao na 10,4% 2025. godine.

U strukturi turističke aktivnosti, najveći udio od 92,6% se odnosi na odmorišne turističke aktivnosti dok manji dio, od 7,4% se odnosi na poslovne turističke aktivnosti u EU. Procjene za idućih 10 godina su da će odmorišna turistička potrošnja rasti po stopi od 4,3% godišnje, dok će poslovna turistička potrošnja također rasti, ali po manjoj prosječnoj stopi, od 3,6% godišnje, čime će se povećati udio odmorišnih posjetitelja u RH.

U strukturi turističke aktivnosti promatrane sa aspekta udjela potrošnje domicilnih i međunarodnih posjetitelja, najveći udio, od 85,7% je potrošnja od međunarodnih posjetitelja dok preostalih 14,3% čini potrošnja od domicilnih posjetitelja. Procjene za idućih 10 godina su da će domicilna turistička potrošnja rasti po stopi od 1,9% godišnje, dok će međunarodna turistička potrošnja brže rasti, po prosječnoj stopi od 4,6% godišnje.[50]

Turistička aktivnost RH konstantno raste, broj međunarodnih dolazaka u periodu od 20 godina (1995. – 2014.) skoro udeseterostručen (sa 1.485 milijuna dolazaka ratne 1995. na 11.904 milijuna dolazaka 2014.).

U nastavku je iznesena tablica 1 koja uspoređuje gospodarske pokazatelje udjela turizma na međunarodnom, europskom i hrvatskom nivou.

[50] http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/croatia2015.pdf <1.12.2015.>

Tabela 2-1 . Gospodarski pokazatelji svjetskog, europskog i hrvatskog turizma

%	Svijet	EU	HR
Direktno turizam u BDP-u	3.1	3.6	12.5
Ukupno turizam u BDP-u	9.8	9.7	28.3
Direktno turizam u BDP-u 2025	3.3	4	16.8
Ukupno turizam u BDP-u 2025	10.5	10.4	36.2
Direktno turizam u zaposlenosti	3.6	5	13.6
Ukupno turizam u zaposlenosti	9.4	11,1	30,2
Direktno turizam u zaposlenosti 2025	3.9	5.7	16.8
Ukupno turizam u zaposlenosti 2025	10.7	11.3	35.3
Odmorišni udio turizma	76.6	77.2	92.6
Poslovni udio turizma	23.4	22.8	7.4
Domicilni posjetitelji	72.5	68.6	14.3
Međunarodni posjetitelji	27.5	31.4	85.7
Turističke investicije u ukupnim investicijama	4.3	4.9	10.2
Turističke investicije u ukupnim investicijama 2025	4.9	5.3	10.4

Izvor:Obrada autorice prema http://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/country%20reports/croatia2014.pdf

Iz prethodne tablice se može izvesti nekoliko zaključaka. Hrvatsko gospodarstvo se višestruko više oslanja na turizam nego svijet i EU sa udjelom od 12,5% u BDP-u što je u odnosu na svijet i EU skoro 4 puta više dok je ukupni udio turizma (direktno i indirektno) u BDP-u 28,3%, što je 3 puta više nego svijet i EU. Nadalje, Hrvatska ima puno veći udio odmorišnog turizma dok EU i svijet u prosjeku imaju veći udio poslovnog turizma, te predviđanja do 2025. pokazuju da će se udio odmorišnih gostiju dodatno povećavati. U hrvatskom turističkom tržištu dominiraju strani posjetitelji dok domicilni posjetitelji sudjeluju sa svega 14,3%. Prema procjenama, domicilni turisti će dodatno izgubiti svoj udio u turističkom kretanju RH budući da će boravci inozemnih posjetitelja rasti po bržoj stopi rasta od domicilnih. Zaključno, do 2025. godine udio turizma (direktnog i indirektnog) u gospodarstvu Hrvatske, zaposlenosti i investicijama bi trebao dodatno ojačati svoj udio.

U ukupnom turističkom prometu EU, RH sudjeluje sa 5%, pored RH unutar EU višu stopu od 10% udjela turizma u BDP-u imaju Cipar i Malta. Obalni dio RH doprinosi 95% ukupnog turističkog prometa, dok kontinentalni dio pridonosi svega 5% prometa. U strukturi smještajnih kapaciteta najveću udio drže objekti koji imaju manje od 25 soba (40 %), zatim udio od 31% rže objekti veličine između 25 i 99 soba, 21% drže objekti između 100 i 249 soba dok više 250 soba ima tek 8% objekata. U strukturi nacionalnosti, najbrojniji su Nijemci sa udjelom od 24%, slijede ih Slovenci sa 11% udjela u prometu RH, a zatim su Austrijanci sa 9% te Talijani i Poljaci sa po 6% udjela. [51]

Kada govorimo o važnosti hrvatskog turizma, i uz činjenicu da se viškovima ostvarenim u turizmu djelomično kompenzira veliki deficit robne razmjene, važno je sagledati i pitanje konkurentnosti. Konkurentnost je važno sagledati u odnosu na druge popularne turističke zemlje i to poglavito u odnosu na one koje imaju izlaz na Mediteransko more i Crno more. Konkurentnost turističkih sektora teže je vrednovati od ostalih iz razloga što se turističke destinacije međusobno razlikuju i što kvaliteta turističkih usluga ovisi o mnogobrojnim čimbenicima - infrastrukturi, okolišu, otvorenosti trgovine, kulturi zemlje i sveukupnom društvenom okruženju.[52]

Turizam predstavlja jedan od najvažnijih gospodarskih sektora u Hrvatskoj te njegov ekonomski doprinos podupire glavne strateške razvojne odrednice hrvatskog gospodarstva, povećavajući BDP te značajno pridonoseći ukupnoj zaposlenosti. S obzirom da na nestalnost i promjenjivost turizma, oslanjanje isključivo na turizam može biti opasno za ekonomiju Hrvatske. Turizam bi se i dalje trebao jačati, ali i uz jačanje i podupiranje razvoja ostalih sektora.

[51] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_for_Croatia <5.12.2015.>
[52] Vuković, I. (2006): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka. dostupno na http://hrcak.srce.hr/61770 <7.12.2015.>

2.8 Trendovi u turizmu EU

„Ne opstaju najjači, već oni koji se najbrže prilagođavaju promjenama.“ – Charles Darwin

Trend označava smjer, pravac razvoja neke pojave u vremenu (u odnosu na prethodno stanje) ili u odnosu na neku pojavu. Trendovi se također javljaju u turizmu, ali zbog specifičnih odnosa koji vladaju na turističkom tržištu moguće su različite podjele trendova, ovisno da li se oni promatraju prema mjestu nastanka, vrsti turističkog tržišta, sadržaju proučavanja te snazi djelovanja odnosno prema prostornoj rasprostranjenosti koja proizlazi iz razine promatranja. Prema mjestu nastanka na turističkom tržištu razlikujemo trendove na strani turističke potražnje i na strani turističke ponude. Prema vrsti turističkog tržišta, imamo trendove na emitivnim i receptivnim turističkim tržištima. Nadalje, prema sadržaju mogu biti kvantitativni (numerički) trendovi koji uspoređuju podatke te kvalitativni (opisni) trendovi koji uspoređuju obilježja. Prema snazi djelovanja odnosno prostornoj rasprostranjenosti razlikujemo lokalne, regionalne, nacionalne te globalne trendove.

Trendove u turizmu potrebno je istraživati zbog toga što oni pružaju informacije o kretanjima na turističkom tržištu kod ponude i kod potražnje. Na temelju tih informacija, ponuda se može prilagoditi potražnji i uvjetima okruženja. Važnost prilagođavanja situaciji u turizmu je naglašena jer će to prilagođavanje postati temeljni menadžerski smjer u budućnosti i politika svih subjekata uključenih u turizam. Naime, pravodobno uočavanje promjena i prilagođavanje posljedicama ključno je za razvoj turizma u budućnosti.[53]

Turistička industrija u Europskoj uniji je suočena s brojnim promjenama u profilima i ponašanju turista. Demografski, prosječni turist u Europskoj uniji je stariji nego u prošlom desetljeću. Geografski, sve veći broj turista dolazi iz zemalja u razvoju, iako europska emitivna tržišta imaju i dalje najveći udio u turističkoj populaciji. Turisti se danas sve više koriste internetskim platformama pri planiranju svog putovanja, kupujući na taj način direktno od individualnih pružatelja usluga. Premda je u porastu broj ekološki osviještenih turista, i dalje najveći udio bira putovanja koristeći prijevozna sredstva (automobili i avioni) koja emitiraju uvelike ugljikov dioksid. Novi oblici turizma poput agroturizma i zdravstvenog turizma postaju sve popularniji.

[53]Hendija, Z. (2013) Trendovi na turističkom tržištu kao polazište u planiranju razvoja turizma. U: Bartoluci, M. Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagrebu, dostupno na: .http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202012-13/MT_01_trendovi_Hendija.pdf <9.12.2015.>

Zadržavanje europske vodeće tržišne pozicije je jedan od glavnih ciljeva turističke politike Europske unije. Turizam osim svog doprinosa zaposlenosti, rastu i društveno – ekonomskoj koheziji, predstavlja značajan doprinos ekonomskom oporavku. Održavanje te vodeće pozicije na turističkom tržištu značajno ovisi o brojnim internim i eksternim faktorima, te mogućnosti da se iskoriste komparativne snage i odgovori izazovima. Prema UNWTO – u, glavne snage europskih destinacija su infrastruktura, kulturna heterogenost u malom prostoru te uspostavljena Schengen zona koja omogućuje putovanja bez granica. S druge strane, glavni izazovi se nalaze u demografskim promjenama, održivosti i inovacijama.

Međunarodni turistički dolasci su uvelike uvjetovani ratovima i sukobima, prirodnim katastrofama, terorističkim napadima, zaraznim bolestima te tečajnim nestalnostima. Kad ovi faktori pogode druge regije svijeta, tržišni udio Europe se obično poveća i obrnuto. Primjerice, politička zbivanja u arapskom svijetu poznata pod nazivom Arapsko proljeće, doveli su do pada tržišnog udjela regije Bliski istok u 2012. godini, dok je u Europi shodno tome zabilježen rast. Nedavna studija „Europski turizam usred krize na Krimu“ pokazala je kako takva zbivanja u europskim destinacijama imaju negativan utjecaj na rast. Razlog je smanjen posjet ruskih državljana europskim destinacijama koje su pokazale potporu Ukrajini. Dolasci Rusa su otprilike 10% manji u 2015. nego je to bilo predviđeno u slučaju da nije došlo do krize.

Međunarodni turistički dolasci također su značajno uvjetovani politikom viza. Prema studiji Komisije o ekonomskom utjecaju kratkoročne vize na turizam, u 2012. godini turistička regija Europske unije je zbog poteškoća s dobivanjem vize izgubila oko 6.6 milijuna posjetitelja iz Kine, Indije, Rusije, Saudijske Arabije, Južne Afrike i Ukrajine. Ova situacija bi se mogla promijeniti ako Europska unija usvoji paket promjena u pogledu odobravanja viza. Međutim, s obzirom na niz terorističkih napada koji su pogodili zemlje članice Europske unije u zadnje vrijeme, postoji mogućnost da se i postrože uvjeti za dobivanje vize.

Osim promjena u turističkom volumenu, mogu se primijetiti i brojne promjene u profilu i ponašanja turista u Europskoj uniji. Ove promjene rezultat su raznih faktora poput demografskih trendova, geopolitičkog razvoja i tehnoloških inovacija.

Prema podacima Eurostata-a o Turističkim putovanjima Europljana[54], turisti su u prosjeku stariji od prethodnih desetljeća. Udio turista starijih od 65 godina koji putuju u Europskoj

[54]Turistička putovanja Europljana, dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_trips_of_Europeans<23.8.2016.>

uniji se povećao za 29% u 2011. godini u odnosu na podatke iz 2006. godine. Navike starije dobne skupine se uvelike razlikuju. Europska komisija iznosi podatke da 7 od 10 starijih turista putuje unutar vlastite države, važna im je sigurnost i kvaliteta, putuju uglavnom izvan glavne sezone i sve više troše. U 2011. , potrošili su 33% više na turističke proizvode i usluge nego u 2006. godini. Nadalje, u prosjeku putovanja su im dužeg trajanja od ostalih dobnih skupina. Unatoč sličnostima, i dalje ostaju heterogena skupina s različitim motivima i zahtjevima.

Sljedeći trend koji se veže uz turizam Europske unije je povećano korištenje digitalne tehnologije i društvenih medijskih kanala (blogovi, forumi, portali...) u turističke svrhe, što je posebice popularno među mlađom generacijom. Internet je omogućio planiranje putovanja i kupnju turističkih proizvoda i usluga direktno od pružatelja usluga i proizvođača. Izvještaj Eurobarometra o preferencijama Europljana u pogledu turizma[55] pokazao je da dvije trećine ispitanika koristi Internet pri planiranja svog putovanja, 4 od 10 ispitanika je posebno kupilo smještaj, prijevoz i ostale usluge (pad popularnosti organiziranih paket aranžmana), te je više od polovice ispitanika izjavilo da su im pri odabiru destinacije bile važne preporuke obitelji i prijatelja. Danas su posebice važne mobilne aplikacije koje nude brz pristup provjerenim informacijama.

Najvažnija prijevozna sredstva kojim se koriste turisti koji putuju u Europsku uniju su upravo ona koja generiraju najveću emisiju štetnog ugljikovog dioksida, a to su avioni i automobili. Zračni prijevoz je pritom ostvario veću stopu rasta od cestovnog prometa, te je u 2013. godini tim prijevozom putovalo više od polovine međunarodnih turista.

Zadnjih desetak godina zahvaljujući globalnoj financijskoj krizi, rast je posebno visok u niskotarifnom prijevoznom segmentu. Upravo je Europa destinacija u kojoj su nisko tarifne zrakoplovne kompanije najaktivnije. Prema Oxford Economics-u iz 2014.[56], nisko tarifne zrakoplovne kompanije prevezle su oko 250 milijuna putnika diljem Europe, dok je u Sjevernoj Americi zabilježeno 173 milijuna putnika, a u Aziji 117.

[55]Preferencije Europljana u turizmu, dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_en.pdf<23.8.2016.>
[56]„Shaping the Future of Travel. Macrotrends driving industry growth over the next decade“Oxford Economics, 2014., dostupno na: http://www.oxfordeconomics.com/my-oxford/projects/281125<23.8.2016.>

Međutim zbog klimatskih promjena moglo bi doći do značajnih promjena u preferencijama putnika po pitanju prijevoza. „OECD Tourism Trends and Policies 2014“[57] navodi da se stavlja pritisak na individualce da odaberu održivija prijevozna sredstva prilikom putovanja. Turizam je zaslužan za emitiranje 5% svjetske proizvodnje ugljikova dioksida te će se ta brojka povećati ukoliko ne dođe do promjena.

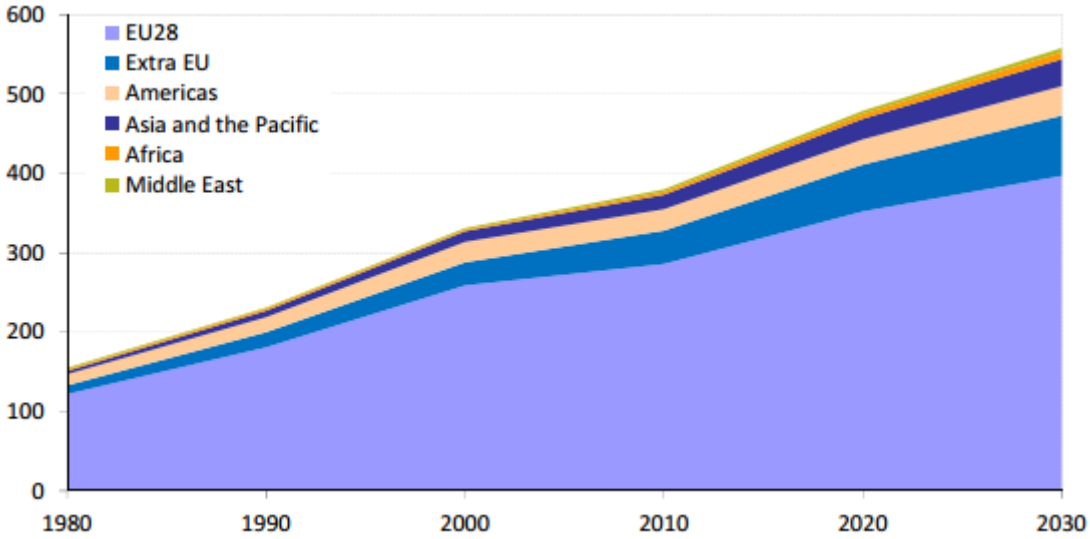
Iako UNWTO[58] navodi i neke pozitivne efekte klimatskih promjena na turizam poput produženja sezone kupanja u nekim destinacijama, uglavnom se ističu negativni efekti koji će uvelike nadmašiti one pozitivne. Uništavanje biološke raznolikosti, pošumljavanje i dezertifikacija dovesti će do smanjenje atraktivnosti nekih destinacija, nadalje povećana razina mora uzrokovat će potapanje malih otoka i obalnih područja, a smanjene snježne padaline do gubitaka u zimskom turizmu. Sve ove prijetnje ističu potrebu za održivim rješenjima u turizmu.

Dugoročno se očekuje da će navedeni trendovi nastaviti oblikovati turizam na globalnoj i na razini Europske unije. UNWTO procjenjuje da će broj međunarodnih dolazaka na svjetskoj razini do 2030. godine rasti prosječno 3% godišnje. Iskazano u apsolutnoj vrijednosti, očekuje se broj od 2 milijarde međunarodnih dolazaka u 20130. godini. Turističku potrošnju te zaradu od turizma s druge strane je teško procijeniti zbog tečajnih fluktuacija i inflacije zbog kojih se projekcije otežane.

Očekuje se da će Europa zadržati vodeću poziciju kao turistička destinacija te će Europska unija dostići brojku od 577 milijuna međunarodnih dolazaka. S obzirom da sve više destinacija se razvija turistički te se putovanja raspoređuju diljem svijeta, očekuje se da će tržišni udio Europe pasti na 41% u 2030. godini. Većina turista koja putuje u destinacije Europske unije će i dalje dolaziti iz samih zemalja članica, te će njihov udio porasti, kao što je vidljivo na slici 8 u nastavku.

[57] „OECD Tourism Trends and Policies“ 2014, dostupno na: http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf<23. 8.2016.>

[58] „Tourism in the Green Economy“ UNEP i UNWTO (2012), dostupno na: http://www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/ger_final_dec_2011/Tourism%20in%20the%20green_economy%20unwto_unep.pdf<23.8.2016.>



Slika 2-8 Međunarodni turistički dolasci u EU28 prema emitivnoj regiji (1980.-2030.) u milijunima

Izvor:http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf

Na svjetskoj razini očekuje se rast u međunarodnim dolascima regije Azija i Pacifik, i to na značajnih 30% u 2030. godini u odnosu na 15% iz 1994. godine. Amerika će udvostručiti broj dolazaka, a Bliski istok bi trebao udeseterostručiti u tom istom razdoblju. Afriku očekuje 7 puta više dolazaka.

Očekuje se opadajući rast zračnog prijevoza kao vodećeg korištenog prijevoznog sredstva pri putovanjima. Udio starije populacije u međunarodnim dolascima će se povećavati, no zbog demografskog starenja i pritiska na proračune zbog isplaćivanja mirovina, moglo bi doći do smanjenja prihoda raspoloživih za putovanja i dokolicu.

Promjene u obiteljskoj strukturi (izvanbračne zajednice, samohrani roditelji) također će imati utjecaja na potrebe i preferencije budućih turista kao i na turističke proizvode i usluge. Posebni oblici turizma poput zdravstvenog, agroturizma, LGBT turizma itd. će postati sve popularniji. Neke specifične aktivnosti poput svemirskog turizma će postati dostupnije širem turističkom tržištu. Prvi turisti koji će putovati u svemir su već osigurali svoja mjesta kupivši karte, međutim sigurnost takvog pothvata još nije osigurana pa će sa svojim putovanjem morati pričekati.

Zaključno, turisti će postajati sve neovisniji, organizirajući svoja putovanja samostalno. Vrijednost za novac i digitalizacija će postati sve važnije, što će internetske platforme gdje turisti kupuju direktno od krajnjih pružatelja usluga još više popularizirati. Budućnost ovih

kanala distribucije ovisit će i o načinu regulacije od strane javnih vlasti i povjerenju koje će potrošači imati u njih.[59]

2.9 Implikacija trendova u turizmu EU na RH

Trendovi koji se javljaju kod europskog turizma imaju utjecaj na implikacije i na turizam Hrvatske. U strukturi ukupnog turističkog prometa u Hrvatskoj prošlih godina bilo je više od dvije trećine inozemnih turista, od kojih oko 95% Europljana. Da bi Hrvatska mogla slijediti europske trendove potrebno je izvršiti daljnju privatizaciju, restrukturirati turističko gospodarstvo, povećati kvalitetu (vodeći se načelom vrijednost za novac), razviti individualno i korporativno poduzetništvo, te unaprijediti prometnu infrastrukturu. Treba naglasak staviti na restrukturiranje i izgradnju obiteljskih hotela, pansiona, kampova, turističkih agencija s relativno malim brojem zaposlenih djelatnika, te na hotele i druga turistička poduzeća koja će poslovati po načelu kooperacija na europskom i svjetskom tržištu. Nužne su promjene i u strukturi turističke ponude Hrvatske prema Europi te je potrebno promijeniti isključivo sezonski karakter poslovanja, što je moguće kroz razvoj različitih vidova turizma.[60]

Glavni globalni tržišni trendovi koje bi hrvatski turizam trebao pratiti do 2020. godine su otvaranje novih tržišta (penetracija na nova geografska tržišta i privlačenje novih tržišnih segmenata kupaca različitih profila), razvoj proizvoda (unapređenje postojećih i stvaranje novih turističkih proizvoda za novog turista koji je kupac životnih iskustava), zauzimanje okolišno odgovorne pozicije (proaktivan odnos prema očuvanju prostora, resursa i bioraznolikosti), razvoj novih komunikacijskih i prodajnih vještina (informacijske tehnologije) te razvoj novih i inovacija postojećih poslovnih i upravljačkih modela.[61]

[59] http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA%282015%29568343_EN.pdf <11.12.2015.>

[60] Vuković, I. (2006): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka. Dostupno na file:///C:/Users/citaonica/Downloads/7_vukovic.pdf

[61] Strategija razvoja hrvatskog turizma, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf

2.10 Prilagođavanje turističke ponude RH trendovima EU

Hrvatska predstavlja turističku destinaciju s dominacijom proizvoda „sunce i more“. Karakterizira je visoka sezonalnost poslovanja koja je karakteristična za zemlje toplih mora, odnosno za turističke destinacije Mediterana i Jadrana. Sredinom 80-ih turističke destinacije Europske unije su počele poslovno restrukturirati sukladno promjenama obrazaca ponašanja turista, dok je Hrvatska ušla u razdoblje raspada bivše države koje je trajalo od 10 do 15 godina, što je uvelike usporilo procese modernizacije hrvatskog turizma. Tek od 2000. godine Hrvatska bilježi značajan uspon na turističkom tržištu te počinje ozbiljniji zaokret u obnovi turističkih kapaciteta i naših turističkih destinacija. Ostvareni rast poslovnih učinaka hrvatskog turizma u razdoblju od 2000. do 2011. uglavnom se temeljio na rastu cijena uslijed ostvarenih investicija i rasta kvalitete u hotelima i kampovima te na nekontroliranom fizičkom rastu kapaciteta obiteljskog smještaja u kućanstvima, koji je također načinio kvalitativni iskorak. Međutim, nije došlo do ozbiljnije promjene prosječne zauzetosti hrvatskih turističkih kapaciteta. U osnovi je stvoreno premalo razloga za putovanja i boravak u Hrvatskoj izvan ljetne sezone, što zbog izostanka poduzetničkog interesa, a što zbog razvojno-poslovnih barijera i nedovoljno aktivno vođenih procesa od strane javnog sektora. U uvjetima niske konkurentnosti operativnog poslovnog okruženja i pomanjkanja regulatornih funkcija između državne, regionalne i lokalne razine, doprinos turizma gospodarskom i društvenom razvoju zemlje stoga je manji od objektivno mogućeg. 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.

Trendovi na svjetskim turističkim tržištima pokazuju da će se, uz 'sunce i more' kao i dalje globalno dominantan turistički proizvod, razvijati i cijeli niz proizvoda iz domene nautičkog, zdravstvenog, cikloturizma, pustolovno-sportskog, kulturnog te poslovnog turizma. Očekivana kretanja u razvoju ključnih proizvodnih grupa za Hrvatsku, kojima bi se hrvatski turizam prilagodio trendovima, su:

- Sunce i more: ovaj oblik turizma i dalje će rasti unatoč svojoj osjetljivosti i ovisnosti o vremenskim prilikama. Izrazita segmentacija tržišta, nove vrijednosti te rastuća sofisticiranost kupaca stvarat će potrebu za sve većom raznolikosti sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji, širenje oblike smještajne ponude i rast kombiniranih proizvoda. Hrvatska ukoliko želi nastaviti privlačiti velik broj posjetitelja, mora dodatno uložiti u proširenje svojih smještajnih kapaciteta te dodatnih sadržaja, uključujući u njih dodanu vrijednost koja će ju diferencirati od ostalih turističkih destinacija.
- Nautički turizam: Pojava novih tržišta Bliskog istoka i BRIC zemalja te ekonomski oporavak tradicionalno glavnih emitivnih tržišta zapadne Europe i Sjeverne Amerike, dovest će do daljnje ekspanzije ovog oblika turizma. Glavni segment kupaca su osobe dobne skupine 55+, čiji aktivni životni stil, zdravlje i raspoloživ prihod omogućuju bavljenje yachtingom. Rast potražnje za većim plovilima rezultirat će proširenjem marina i njihovim osposobljavanjem za prihvat većih jahti, uključivo i na Mediteranu. Značajan novi aspekt u razvoju yachtinga su inicijative usmjerene prema okolišno odgovornom poslovanju. Prognoze upućuju i na daljnji snažan rast cruisinga podržan percepcijom visoke vrijednosti za novac ovoga proizvoda i još uvijek niskom penetracijom tržišta. Cruising kompanije će i dalje značajno ulagati u privlačenje novih tržišnih segmenata, posebice mladih, obitelji s djecom, ali i MICE krstarenja uvodeći nove rute, tematska putovanja te nove sadržaje i usluge na brodovima. Hrvatska zbog brojnih otoka i uvala je izuzetno privlačna ovom tržišnom segmentu, te treba ulagati u daljnje unapređenje marina i dodatnih sadržaja za ovaj tip turizma.
- Zdravstveni turizam: Proizvodi zdravstvenog turizma 2010. godine na globalnoj razini su generirali prihod od oko 200 milijardi američkih dolara te rastu po stopi od 15% do 20% godišnje. S obzirom na trend starenja populacije, ali i rastuću orijentaciju prema ‘zdravom životu’ i zdravstvenoj prevenciji, očekuje se da će zdravstveni turizam biti jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. Faktori uspjeha proizvoda zdravstvenog turizma odnose se na kvalitetu specijaliziranih zdravstvenih centara i institucija, kvalitetu prateće turističke ponude te kompatibilan razvoj destinacije. Već postoji niz zdravstvenih institucija koje su svoje poslovanje i promidžbu usmjerile na inozemna emitivna tržišta te od toga generiraju značajne prihode, međutim potrebno je strateški voditi takav razvoj kako bi značajnije pozitivne učinke osjetili na nacionalnoj, a ne samo privatnoj razini.
- Kulturni turizam: Za ukupni rast turističkog sektora, razvoj ovog oblika turizam je neophodan. Trend daljnje diverzifikacije potražnje i rast nišnih proizvoda podržavat će

rast manjih, specijaliziranih ponuđača usluga. Predviđa se rast „kreativnog turizma“ koji na neki način omogućuje aktivnije uključivanje posjetitelja u lokalnu kulturu. Rastuća osjetljivost kupaca na etička pitanja, posebice vezana uz utjecaj putovanja na okoliš i lokalne društvene zajednice, pridonijet će daljnjem jačanju odgovornosti u ponudi proizvoda kulturnog turizma. Hrvatska obiluje kulturnom baštinom i UNESCO lokalitetima, treba nadalje ulagati u restauraciju i održavanje takvih atrakcija te njihov autentičan popratni sadržaj.

- Poslovni turizam: Nakon nedavne recesijske krize, prognoze ponovno pokazuju na rast ovog sektora te broja poslovnih događanja i rast potrošnje. Istovremeno, industrijski promatrači ukazuju da tržište sastanaka, konferencija i događanja ulazi u novo doba 'kulture štednje' te da će se preferirati bliže destinacije, nastavit će se trend smanjivanja broja sudionika i trajanja događanja, razvijat će se tehnologija videoprijenosa uživo i korištenja društvenih mreža uz bitnu ulogu ekološke odgovornosti. Hrvatskoj za razvoj ovog oblika turizma nedostaje kapaciteta u pogledu kongresnih dvorana, multimedijalnih sadržaja te zračne povezanosti s destinacijama iz kojih najčešće putuju poslovnjaci.
- Ciklički turizam: prognozira se ubrzani rasta cikloturizma, pustolovno-sportskog turizma, očekuje se i u budućnosti, što je trend podržan sve izraženijim potrebama potrošača za aktivnim i zdravim te okolišno odgovornim odmorom. U skladu s vrijednostima i interesima turista očekuje se daljnja diverzifikacija proizvoda te će se razvijati kombinirani proizvodi koji povezuju pustolovno-sportski turizam s gastronomijom, kulturom ili nekom društveno korisnom aktivnošću. U Hrvatskoj se aktivni oblik turizma polako razvija, uglavnom uz privatnu inicijativu, stoga je potrebna izrada nacionalne strategija razvoja ovog oblika turizma te potpora u financiranju projekata koji će proširiti njegovu ponudu.

Globalni tržišni trendovi na kojima bi hrvatski turizam trebao kapitalizirati do 2020. godine su otvaranje novih tržišta, razvoj proizvoda, zauzimanje okolišno odgovorne pozicije, razvoj novih komunikacijskih i prodajnih vještina te razvoj novih i inovacija postojećih poslovnih i upravljačkih modela.

Vizija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine nam ukazuje gdje se hrvatski turizam želi naći shodno navedenim trendovima:

„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 i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.“[62]

[62]Strategija hrvatskog turizma, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf<19.12.2015.>

3 TURISTIČKA POLITIKA EU

3.1 Pojam i definicija turističke politike

Turistička politika, čije postojanje i usavršavanje predstavlja glavnu pretpostavku uspješnog turističkog razvitka, definira se kao svjesna aktivnost društva usmjerena na postavljanje ciljeva, utvrđivanje metoda i sredstava radi ostvarivanja svih ekonomskih i neekonomskih funkcija turizma. Sama definicija turizma ukazuje na to da turistička politika ima brojne i vrlo kompleksne zadatke, kako na stvaranju uvjeta za njegovanje, razvitak i djelovanje brojnih čimbenika turizma, tako i na usklađivanju turističkog gospodarstva s komplementarnim djelatnostima te odgovarajućom politikom koja bitno određuje ponašanje u njima.

Zadatak je turističke politike da svi čimbenici dobiju odgovarajući specifični položaj i da se prema njima vodi adekvatna politika s obzirom na značenje i funkciju koju oni vrše u turizmu. Time ona pridonosi da se takvi segmenti funkcionalno izdvajaju te istovremeno uklapaju u širi spektar same turističke organizacije.[63]

Važnost primjerene turističke politike izražena je u zemljama Europske unije, kao i u Hrvatskoj, u kojima turizam ima posebnu ekonomsku ulogu i važnost. Turističku politiku koju uobičajeno provode vlade diljem svijeta, katkad je teško definirati zbog specifičnih uvjeta u kojima se razvija turizam pojedinih zemalja. Najkraće, turističku politiku moguće je shvatiti kao odnos države prema turizmu u pojedinoj zemlji.

Na početku svoga razvoja od druge polovice 19. stoljeća turizam je djelovao isključivo prema tržišnim zakonitostima, a država nije bila posebno zainteresirana za to. Odnos države prema turizmu bitno se promijenio kad je država prepoznala ekonomsku ulogu turizma za nacionalno gospodarstvo. U Hrvatskoj se to dogodilo 80-ih godina prošlog stoljeća, za to su se osobito zauzeli znanstvenici koji su se bavili turizmom: Alfier, Marković, Vukonić, Pirjevec, Cicvarić, Dulčić i drugi. Svi su oni upozorili na ulogu i važnost države u turizmu te pobliže definirali turističku politiku koja je bila primjerena tom vremenu.

[63]Geić, S. (2007): *Organizacija i politika turizma – Kulturološko – ekologijski i sociogospodarski aspekti*, Sveučilište u Splitu, Split, 186.-187. str.

Tako Dulčić donosi sljedeću definiciju turističke politike:

„Turistička razvojna politika područje je opće gospodarske politike i politike društvenog razvoja u cjelini, a podrazumijeva ukupnost mjera ili instrumenata svjesnog utjecaja države u području razvoja turizma. Djelovanje turističke razvojne politike usmjereno je na razvoj i unapređenje turizma, podizanje i održavanje njegove konkurentnosti, odnosno na ostvarivanje niza ekonomskih i neekonomskih ciljeva razvoja turizma.“[64]

3.2 Ciljevi, nositelji i smjerovi djelovanja turističke politike

Da bi turistička politika određene zemlje bila učinkovita potrebno je jasno odrediti ciljeve, nositelje, smjerove djelovanja, mjere, dionike te faze njezine provedbe.

Ciljevi turističke politike u suvremenom turizmu svode se na:

- Osiguravanje uvjeta za dinamičan razvoj turizma i njegovu konkurentnost na turističkom tržištu;
- Optimalno zadovoljenje turističkih potreba;
- Zaštita turističkih resursa i održivi razvoj;
- Osiguranje uvjeta za profitabilno poslovanje poslovnih subjekata u turizmu.

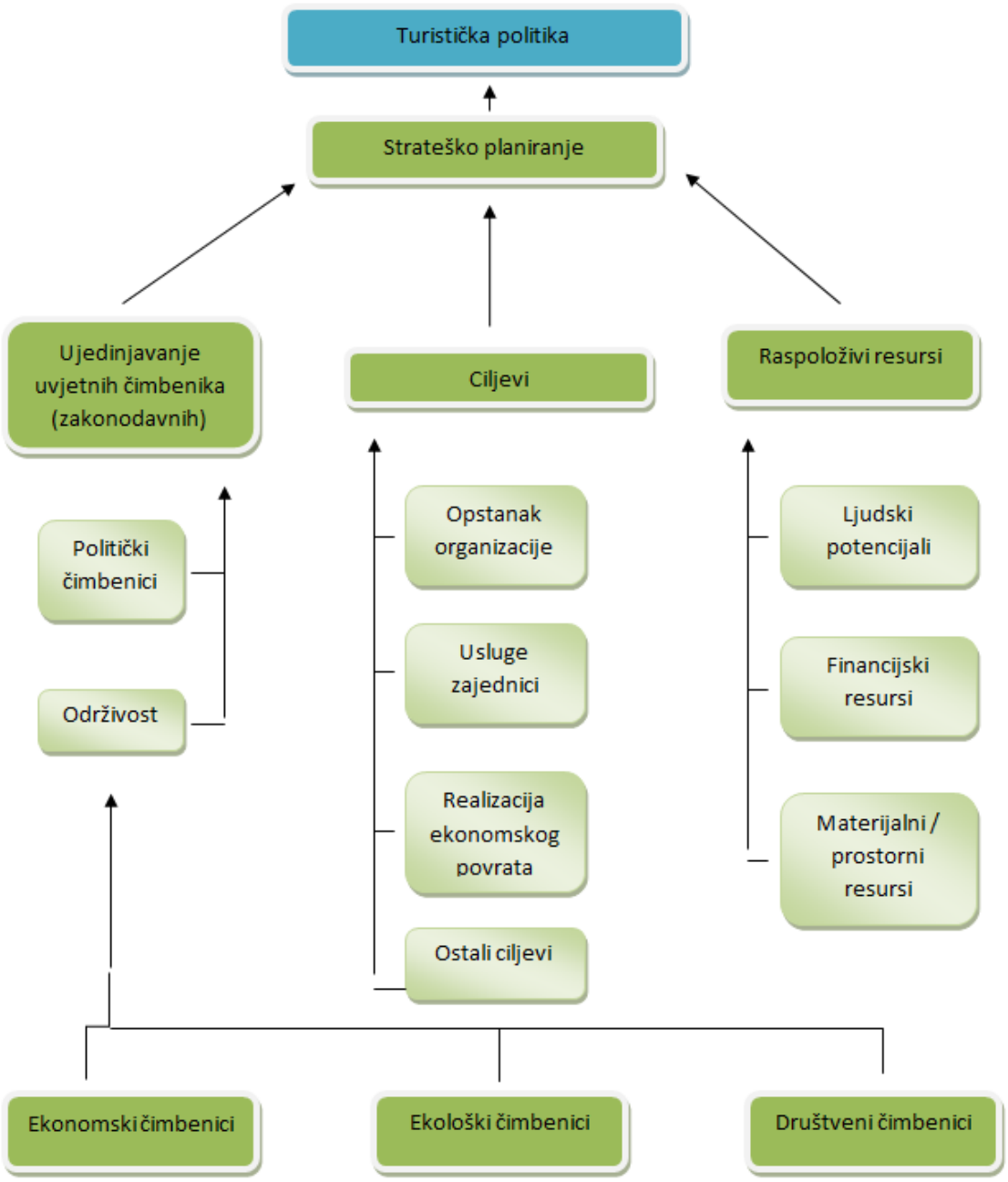
Za ostvarenje tih ciljeva potrebno je odrediti nositelje različitih aktivnosti turističke politike na nacionalnoj, regionalnoj te lokalnoj razini.

Primjerice, u Hrvatskoj su nositelji turističke politike na nacionalnoj razini Ministarstvo turizma, kao vrhovno tijelo izvršne vlasti (državne uprave), Hrvatska gospodarska i Hrvatska obrtnička komora (za gospodarske subjekte na nacionalnoj razini), Hrvatska turistička zajednica (kao nacionalna turistička organizacija) sa sustavom turističkih zajednica na nižim razinama (od županijskih, TZ područja, općinskih, gradskih do mjesnih TZ-a), a na regionalnoj i lokalnoj razini još su i predstavnici javnog sektora, turističke agencije, ostali gospodarski subjekti u turizmu, stanovništvo i dr. Predstavnici svih subjekata na regionalnoj i lokalnoj razini sudjeluju u formiranju destinacijske menadžment organizacije.

[64]Bartoluci, M. (2013): *Upravljenje razvojem turizma i poduzetništva – Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Školska knjiga, Zagreb, 237.-. 239. str.

Smjerovi djelovanja turističke politike odnose se na brojna područja djelovanja turističke politike u turizmu i u svim komplementarnim djelatnostima. Širina djelovanja turističke politike može se prikazati u shematskom obliku što su ga razradili Edgell, Allen, Smith i Swanson:

Tabela 3-1 Shematski oblik širine djelovanja turističke politike



Izvor: Izrada autorice prema: Bartoluci, M. (2013): *Upravaljenje razvojem turizma i poduzetništva – Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu*, Školska knjiga, Zagreb, 240. str.

Iz pregleda je vidljiva sva kompleksnost turističke politike određene zemlje koja ujedinjuje različite čimbenike: zakonodavne, političke, ekonomske, ekološke, društvene, ciljeve strateškog planiranja u turizmu i korištenje resursa za njegov razvoj. Može se zaključiti da su ciljevi i smjerovi djelovanja kompleksan proces turističke politike te ih je potrebno koordinirati i usklađivati.

Glavna područja i smjerovi djelovanja turističke politike osobito su važni u Hrvatskoj. Složen sustav turističke djelatnosti ne može se razvijati bez aktivne uloge države i lokalne uprave. Stoga smjerove djelovanja turističke politike utvrđuju i provode nositelji odnosno dionici na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini.[65]

Pravci djelovanja turističke politike odnose se na brojna područja djelovanja turizma. Glavne pravce djelovanja turističke politike još je 1980-ih godina definirao Alfier, koji se uz određene dopune pojavljuju i u suvremenom turizmu, a odnose se na sljedeća područja:

- Inozemni turizam
- Ekonomski položaj turizma
- Domaći turizam
- Radna snaga i obrazovanje
- Planiranje u turizmu
- Inspekcijske službe
- Status turističke destinacije
- Privatni sektor
- Investicije u turizmu
- Zaštita prirodne i kulturne baštine

Razvidno je da su glavna područja i pravci djelovanja turističke politike i danas aktualni u Hrvatskoj. Složeni sustav turističke djelatnosti ne može se razvijati bez aktivne uloge države i lokalne uprave. Pravce djelovanja turističke politike utvrđuju i provode nositelji na nacionalnoj i lokalnoj razini.[66]

[65]Ibid, 239.-.240. str.
[66]Čavlek, N. et al. (2011): *Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav;* Školska knjiga, Zagreb, 427. - 428.str.

3.3 Mjere i instrumenti turističke politike

Mjere se u razvojnoj politici mogu definirati kao korištenje jednim određenim instrumentom u određeno vrijeme kako bi se ostvario jedan ili više postavljenih ciljeva u nekom određenom prostoru. Alokacija faktora u gospodarskom razvoju zemlje rezultat je istodobna djelovanja tržišta i države radi ostvarivanja gospodarskih, ali i društvenih ciljeva koji se ne mogu ostvariti isključivo putem turizma.

Zbog dugoročnih gospodarskih interesa, država mjerama ekonomske politike utječe na proizvodnost proizvodnih resursa u pojedinim djelatnostima pa tako provodi određene mjere i u turizmu. Time se investicije i drugi proizvodni resursi usmjeravaju prema egzogenim utjecajima na njihovu efikasnost.

Mjere turističke politike mogu biti posebne i opće. Za turizam mogu se klasificirati nadalje i kao zakonske, ekonomske, administrativne i planske.

Putem zakonskim mjera stvaraju se institucionalni uvjeti za provođenje turističke politike, a reguliraju brojnim zakonskim i podzakonskim aktima. Osim tih mjera, navodi se i turistička propaganda, informacije, planiranje turizma te statistiku turizma. Niz je zakona koji reguliraju odnose i poslovanje u turizmu u svim zemljama pa tako i u Hrvatskoj. Među najvažnijim izravno donesenim za turizam ističu se Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07;88/10), Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06; 152/08; 43/09; 27/91; 88/10, 50/12), Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08), Zakon o boravišnoj pristojbi (NN 152/08; 59/09), Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN 152/08; 88/10) te Zakon o turističkom zemljištu (NN 92/10). Na temelju zakonskih mjera donose se različite uredbe, pravilnici i upute. Osim toga na regionalnoj razini jedinice lokalne uprave donose svoje uredbe i propise kojima reguliraju specifičnosti djelatnosti na svojem području.

Ekonomske mjere bave se područjem monetarno-kreditne politike, problematikom vlasništva, poreznom politikom, ulaganjima u turizmu i drugim. Mjere ekonomske politike u turizmu sadržavaju opće ekonomske politike koje se odnose na sve gospodarske djelatnosti, pa i na turizam. To su mjere porezne politike, politike javnih rashoda, monetarne, fiskalne (primjerice PDV u turizmu) te posebno tečajne politike. One se u hrvatskom turizmu ostvaruju i politikom poticaja razvoja turizma.

Administrativne mjere na nacionalnoj i regionalnoj razini određuju prava i obveze svih sudionika u turizma: turista, turističkih organizacija, agencija, kategorizaciju objekata, rad inspekcijskih službi i slično.

Planske mjere sastoje se od strategije i planova razvoja turizma i komplementarnih djelatnosti na nacionalnoj i regionalnoj razini (turističke destinacije, turističkog mjesta ili poslovnih organizacija). Njima se određuju smjerovi razvoja turizma na različitim područjima kao što su: investicijska politika, potencijalni izvori financiranja investicija i dr. Ove mjere provode Ministarstvo turizma, turističke zajednice, gospodarski subjekti na razini destinacija i dr.

O učinkovitosti mjera turističke politike uvelike ovisi i razvoj turizma.[67]

3.4 Pravni okvir EU u području turizma

Važnost turizma u Europskoj zajednici počela se uočavati tek stvaranjem potrebe za koordiniranjem brojnih aktivnosti i resora u Europskoj komisiji. Europska komisija je zadužila neke svoje službe, odnosno uprave tzv. direkcije, da se bave turizmom. Prvobitno se turizmom bavila Glavna uprava XXIII, koja se 2000. godine transformirala u Glavnu upravu za poduzetništvo i industriju. U okviru te uprave turizmom se bavi posebna Turistička jedinica. Postoje i druge uprave Europske komisije, posebice Glavna uprava za okoliš, Uprava za očuvanje zdravlja i zaštitu potrošača te Uprava za kulturu i obrazovanje koje se bave određenim pitanjima u turizmu.

Zahvaljujući Europskom parlamentu, Ekonomskom i socijalnom odboru te Odboru regija inicirano je 1986. formiranje Savjetodavnog odbora za turizam u kojem su bili zastupljeni predstavnici 18 europskih zemalja i koji djeluje kao forum za rješavanje raznih pitanja u turizmu. Ima isključivo savjetodavnu ulogu te surađuje s Turističkom jedinicom Europske komisije, ostalim tijelima unutar Unije i šire s raznim turističkim organizacijama i interesnim skupinama. Pri Europskoj komisiji ističe se i djelovanje Eurostat-a, statističkog ureda EU, koji je zadužen za ujednačavanje pokazatelja u turizmu nacionalnih statistika, za prikupljanje, sistematizaciju i objavljivanje statističkih podataka iz turizma.

Usvajanjem Agende 21 u Rio de Janeiru, Europska komisija počinje sve više poticati održivi razvoj turizma. Osniva se posebna Grupacija za održivi turizam u kojoj su zastupljeni

[67]Bartoluci, op. cit. (bilj. 49.), 242.-243. str.

predstavnici svih zainteresiranih strana u turističkom sektoru iz članica EU. Posljednjih godina Europska komisija pokreće održavanje i Europskih turističkih foruma, na kojima se raspravlja o svih aktualnim problemima u turizmu. Od 2000. godine u Uniji se formira 5 posebnih radnih skupina za turizam:

- Radna skupina A: Olakšavanje razmjene i širenja informacija, posebno kroz nove tehnologije,
- Radna skupina B: Poboljšanje stručnog osposobljavanja kako bi se unaprijedile vještine zaposlenih u turizmu,
- Radna skupina C: Unapređenje kvalitete turističkog proizvoda,
- Radna skupina D: Promicanje zaštite okoliša i održivog razvoja u turizmu,
- Radna skupina E: Upravljanje utjecajem i korištenjem informatičke i komunikacijske tehnologije (ICT) u turizmu.[68]

Kao priznanje važnosti turizma kao industrije unutar ekonomije Europske unije i uzimajući u obzir trendove navedene ranije, Europska unija je poduzela niz različitih mjera u području turizma. Sporazumi i ugovori Europske unije isključuju harmonizaciju prava i zakona u turizmu te dopuštaju na razini Europske unije samo podupiranje, koordinaciju i nadopunjavanje aktivnosti zemalja članica, stoga je turistička politika na razini Europske unije ograničena, te se uglavnom sastoji od pružanja financijske potpore i legislative.

Turizam je po prvi put spomenut u ugovorima Europske unije 1992. godine. Članak 3 Ugovora o Europskoj uniji predstavio je mogućnost da Europska unija poduzme različite mjere u sferi energije, civilne zaštite i turizma. Svaka mjera u područje turizma zahtijeva jednoglasnu potporu u Vijeću. Deklaracija priključena tom Ugovoru navodi namjere Europske unije da diskutira o mogućnosti uključenja turizma u ugovore u budućnosti.

U 2007. godini, Europska unija je kreirala poseban odlomak za turizam u Ugovoru o funkcioniranju Europske unije. Ovdje su navedeni ciljevi turističke politike Europske unije, te aktivnosti koje su usmjerene podupiranju povoljnog okruženja i poduzetničke klime za razvoj turizma, te promociji suradnje među zemljama članicama, posebno u razmjeni iskustva i znanja.

Posljedično s usvajanjem nove pravne osnove za turizam, Europska komisija je usvojila strategiju turizma u 2010. godini izdavši dokument pod nazivom „Europa, svjetska vodeća

[68]Turistička politika Europske unije: http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%2091%20do%20107.pdf<3.12.2015>

turistička destinacija – novi politički okvir za turizam u Europi“. Prema toj objavi, turistička politika Europske unije i druge aktivnosti trebaju biti implementirane od strane Europske komisije, zemalja članica i drugih regija, kao i različitih dionika. Sve aktivnosti usmjerene su podupiranju turizma kao industrije, te pomažu zemljama članicama da se nose s izazovima s kojima su suočene. Strategijski dokument iznio je 4 primarna cilja:

- Stimuliranje konkurentnosti u europskom turističkom sektoru
- Promocija razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma
- Konsolidacija imidža i profila Europe kao vodeće turističke destinacije
- Maksimiziranje potencijala europskih financijskih instrumenata za razvoj turizma

Kako bi se postigli ciljevi postavljeni u strategiji turizma Europske unije, Komisija je lansirala mnogo projekata i inicijativa. Ponudila je različite subvencije, organizirane događaje (godišnji Europski Turistički Forum), natjecanja i webinare, lansirala web stranice koje pružaju turističkim operatorima mogućnosti povezivanja i prodaje, te objavila različite studije.[69]

3.5 Faze razvoja turističke politike EU

U razvoju turističke politike Europske zajednice, kasnije Europske unije, mogu se razlikovati tri faze:

1. *Početne inicijative kreiranja turističke politike u EZ:*

   ✓ Početne inicijative u EZ-u od ranih 1980.-ih godina 20. stoljeća,
   ✓ donošenje prvih dokumenata za turizam koji parcijalno rješavaju pojedina pitanja u turizmu;

2. *Heterogena separirajuća turistička politika u EU:*

   ✓ intenziviranje aktivnosti nakon Maastrichtskih sporazuma 1993. godine do kraja 20. stoljeća,
   ✓ nastavlja se donošenje dokumenata za turizam, ali je riječ o heterogenoj separirajućoj turističkoj politici pojedinih država članica (jer još uvijek prevladavaju nacionalni koncepti kreiranja turističke politike)

[69] http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA(2015)568343_EN.pdf <1.12.015.>

3. Jedinstvena aktivna homogena turistička politika EU

- ✓ od 21. stoljeća intenziviraju aktivnosti u kreiranju jedinstvene turističke politike EU: organiziraju se konferencije posvećene turizmu (turistički forumi), zadužuju radne skupine za određena područja u turizmu, intenzivira donošenje dokumenata za turizam regije; posebno intenzivno nakon Lisabonskog sporazuma koji stupa na snagu 2009. godine.
- ✓ na turističkom forumu u Madridu u 14.4. 2010. donesena deklaracija o jedinstvenoj aktivnoj turističkoj politici EU; tzv. Madridska deklaracija;
- ✓ Europska komisija usvojila temeljni dokument o jedinstvenoj aktivnoj homogenoj turističkoj politici u lipnju 2010. godine: Europa, vodeća turistička destinacija svijeta – nove smjernice turističke politike.[70]

3.5.1 Prva faza: početne inicijative turističke politike EU

Početne inicijative turističke politike u EZ-u započinju tek od ranih 1980.-ih godina kada se počinju donositi prvi dokumenti koji parcijalno rješavaju pojedina pitanja u turizmu. To su bili sljedeći dokumenti u kojima su bile sadržane razne mjere turističke politike:

- 1982. Za zajedničku turističku politiku – prve smjernice. Ovdje su zacrtane osnovne smjernice turističke politike EZ (kasnije EU). Sadržajno obuhvaćaju važnost turizma u EZ, slobodu kretanja i zaštitu turista, zapošljavanje i kadrove, promet i turizam, turizam i regionalni razvoj, zaštitu nasljeđa u sklopu turizma i sl.
- 1986. Jedinstveni europski akt
- 1987. Turistički sektor – horizont 1992. sadrži poticajne mjere za turizam, posebno financijske projekte promidžbe na trećim tržištima. U ovom dokumentu su zacrtani temeljni ciljevi turističke politike EZ-a.
- 1990. Europska godina turizma – proglašena u cilju poticanja razvitka turizma u EZ-u.
- 1990. Pravne smjernice za putovanja – donesene za reguliranje paušalnih putovanja, a namijenjene su turističkim agencijama i turoperatorima koji djeluju u EZ-u i izvan regije.
- 1992. Plan zajedničkih akcija u korist turizma usmjeren na intenziviranje razmjene turističkih informacija, podizanje kvalitete usluga u turizmu, stupnjevanje godišnjih

[70] http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%2091%20do%20107.pdf< 3.12.2015.>

odmora, potiče se seoski i socijalni turizam, potiče se razvoj informatičke tehnologije, zalaže se za zaštitu od nelojalne konkurencije. Taj osnovni dokument kasnije je stalno proširivan uvođenjem nekih novih mjera za turizam, a zadnja verzija objavljena je 2001. pod nazivom „Radimo zajedno za budućnost europskog turizma“.

3.5.2 Druga faza: intenziviranje aktivnosti u kreiranju turističke politike EU

Do intenziviranja aktivnosti u turizmu dolazi tek nakon Maastrichtskih sporazuma, od 1993. godine kada se počinje razvijati heterogena separirajuća turistička politika Unije. Temeljni dokument EU - Ugovor iz Maastrichta prvi puta je predviđao izravnu nadležnost Unije u turizmu. Članak 2. navedenog Ugovora naglašava nužnost ostvarivanja visoke razine zaposlenosti, rasta životnog standarda i kvalitete života stanovništva, kao i ekonomske i socijalne povezanosti među državama članicama. Da bi se ti ciljevi ostvarili u članku 3 navode se aktivnosti EU usmjerene u razvoj energetike i turizma te zaštite građana EU. Nakon temeljnog dokumenta o osnivanju Unije, intenzivira se donošenje posebnih dokumenata za turizam:

- 1994. Zelena knjiga o ulozi Unije u turizmu (zalaže se za održivi razvoj turizma),
- 1995. Smjernice za prikupljanje statističkih podataka,
- 1996. Program pomoći turizmu „Philoxenia” - koji ima dvije osnovne svrhe djelovanja, a to su podizanje kvalitete usluga u turizmu i jačanje konkurentnosti turističkog gospodarstva,
- 1999. Povećanje turističkog potencijala za zapošljavanje (dokument koji utvrđuje izglede za povećanje zaposlenosti putem turizma) i sl. dokumenti.

U to vrijeme iniciraju se i neki posebni programi pomoći za razvoj turizma u regiji, već spomenuti program „Philoxenia”, „Phare“ – program pomoći za bivše socijalističke zemlje (uključuje tehničku pomoć i pomoć u obrazovanju), „Leader“ – program pomoći ruralnim područjima, „Raphael“ – podupire veze turizma i kulture, indirektno i program „Cards“– program tehničko-financijske pomoći zemalja jugoistočne Europe, koji je bio primarno namijenjen izgradnji tržišnog gospodarstva u tim zemljama (Hrvatskoj, Albaniji, Makedoniji, BiH, Srbiji, Crnoj Gori). Njegova uloga je bila važna za turizam u području standardizacije statističkih podataka u turizmu.

Zajednički stav u svim dokumentima za turizam koji su u EZ-u, a kasnije EU-u, doneseni u 20. stoljeću mogu se svesti na to da su oni svi isticali golemu važnost turizma za nacionalna gospodarstva, zapošljavanje, regionalno oživljavanje zaostalih područja, socio-kulturne procese i sl. Osnovni ciljevi turističke politike u tom razdoblju bili su osiguranje gospodarskog prosperiteta, povećanje zaposlenosti i promicanje europskog jedinstva i zajedništva.

Slično kao i kulturi, turizmu je bila namijenjena specijalna misija. U skladu s tim stimulirao se razvoj specifičnih oblika i vrsta turizma kao što su: kulturni, omladinski, seoski turizam i ostali oblici turizma. Izravnim mjerama turističke politike u EZ/ EU u 20. stoljeću potiče se razvitak kulturnog, omladinskog i seoskog turizma, posebna pažnja posvećuje se unapređenju kvalitete usluge, zatim zaštiti turista kao potrošača kao i očuvanju i zaštiti prirodne i kulturne baštine i poduzimaju se druge slične mjere.

U EZ- u, odnosno Uniji, donose se brojne mjere ne samo za turizam. Zanimljivo je da većina tih mjera, koje se općenito donose, također indirektno utječe na turizam regije. To su bile sljedeće mjere:

- ✓ korištenjem sredstava strukturnih fondova financijski se podupiru brojni projekti koji nastoje smanjiti jaz između bogatih i siromašnih u regiji;
- ✓ poticanje malog i srednjeg poduzetništva tzv. SME: važno je za turizam i to posebno za ugostiteljstvo (jer su mali i srednji poduzetnici dominantni nositelji gospodarske aktivnosti u Uniji s više od 95% udjela);
- ✓ kulturna politika: − svi službeni dokumenti EZ/EU zagovaraju povezanost turizma i kulture, pa se tu izdvajaju projekti Europski kulturna prijestolnica, Europski mjesec kulture, Europski festival kulture, Europski dan kulture i sl. U načelu, EZ/EU podržave sve projekte koji naglašavaju kulturološku vezu među narodima i koji promoviraju jedinstvenu europsku civilizaciju;
- ✓ politika zaštite okoliša: povezuje se s turističkom politikom jer je prepoznato da je zaštita okoliša jedina razvojna alternativa za budućnost EU;
- ✓ Schengenski sporazum: potpisan 1985. između 5 zemalja: Francuske, Njemačke, Belgije, Nizozemske i Luksemburga, a danas tzv. Schengenland pokriva skoro svu regiju. Sporazum je važan za turizam zbog ukidanja međugraničnih kontrola. On omogućava veću propusnost za domaće, a nepropusnost za sve ostale tokove, jer se unutarnje granice ukidaju, a vanjske strože nadziru, što znatno olakšava interna putovanja;

- ✓ razvoj informatičke tehnologije:
- ✓ mjere zaštite od nelojalne konkurencije:
- ✓ prikupljanje i standardizacija statističkih podataka;
- ✓ uvođenje eura: − euro (u primjeni od 1.1.2002. i danas proširen na 18 EU zemalja) omogućava veću transparentnost cijena, ukidaju se mjenjačke provizije što olakšava putovanja Europljana.

Premda je u svim zemljama članicama EZ/EU turizam liberaliziran i prepušten privatnoj inicijativi i mehanizmima tržišta - u nacionalna zakonodavstva postepeno se uvodi pozamašan korpus propisa, uredbi i standarda, kao početne inicijative u kreiranju turističke politike ove regije.

3.5.3 Treća faza: intenzivno kreiranje jedinstvene aktivne turističke politike u EU

U cilju kreiranja jedinstvene aktivne turističke politike EU u 21. stoljeću poduzeto je niz aktivnosti u EU među kojima valja izdvojiti sljedeće:

- formiraju se posebne radne skupine zadužene za najvažnija područja u turizmu (od 2000. godine), kao što su zaposlenost, kvaliteta turističkog proizvoda, održivi razvoj turizma, primjena informatičke i komunikacijske tehnologije, utvrđivanje standardiziranih pokazatelja u turizmu i sl.
- ističe se važnost turizma u temeljnom dokumentu EU tj. u Lisabonskom ugovoru; U temeljnim dokumentima Unije također se naglašava važnost turizma u regiji. Tako se nakon Maastrichskog ugovora naglašava važnost turizma i u Lisabonskom sporazumu. Lisabonska strategija pokrenuta 2000. zagovarala je: gospodarski rast i povećanje zaposlenosti u EU do 2010. godine. Strategija je 2005. revidirana i donesen je novi dokument "Radimo zajedno za gospodarski rast i zaposlenost – novi početak Lisabonske strategije" – usmjeravajući napore EU na porast zaposlenost u svim sektorima, pa i u turizmu. „Lisabonska strategija" stupila na snagu 1.12.2009. godine. Dakle, prava važnost turizma u regiji prepoznata je tek stupanjem na snagu Lisabonskog sporazuma 2009. godine. Naime, stupanjem na snagu tog sporazuma Europskoj komisiji dopušteno je poduzimanje potrebnih mjera u cilju unapređenja turizma u zemljama članicama, posebno u području promocije i unapređenja

konkurentske pozicije na turističkom tržištu. Otada turizam uživa potpunu podršku u EU, koordiniraju se aktivnosti turističke politike i osigurava materijalna potpora za turizam. Povećanje konkurentnosti turizma utvrđeno je kao glavni cilj turističke politike Europske unije.

U čl. 195 Lisabonskog sporazuma od mjera za turizam posebno se izdvajaju stvaranje povoljnog okruženja za poticanje konkurentnosti i poduzetništva u turizmu, poticanje suradnje između zemalja članica, posebno u razmjeni iskustava pozitivne prakse te razvijanje integriranog pristupa turizmu, koji uzima u obzir i mjere drugih politika koje također utječu na turizam.

Zaključuje se da europski turizam mora evaluirati i treba razviti mnogo aktivniju jedinstvenu homogenu turističku politiku za cijelu regiju.

- organiziraju se konferencije posvećene turizmu tzv. turistički forumi;
- proglašava se Europski dan turizma, od 2008. do 2011. godine, s temama posvećenih aktualnim problemima turizma;
- intenzivira se donošenje posebnih dokumenata za turizam od kojih je najvažniji: dokument donesen u lipnju 2010.: "Europa, vodeća turistička destinacija svijeta – nove smjernice turističke politike".

Moglo bi se reći da u 21. stoljeću nastupa treća faza kreiranja jedinstvene aktivne homogene turističke politike EU. Tada intenzivira donošenje sljedećih važnih dokumenata za turizam:

- 2001. „Working together for the future of Europeantourism" -Radimo zajedno za budućnost europskog turizma
- 2003. „Basic orientations for the sustainability of European tourism" - Osnovne smjernice održivog razvoja turizma u Europi
- 2006. „A renewed EU tourism policy: Towards a Stronger Partnership in European Tourism" - Obnovljenom turističkom politikom: prema jačanju suradnje u europskom turizmu
- 2007. „Agenda for a sustainable and competitive European tourism" - Agenda za održivi i konkurentni europski turizam
- 2010. „Europe, the world's No 1 tourist destination"- Europa, vodeća turistička destinacija svijeta – nove smjernice turističke politike, koji je najvažniji jer se u njemu

definiraju konkretne mjere za realizaciju zacrtanih ciljeva jedinstvene aktivne homogene turističke politike EU.[71]

3.6 Obilježja hrvatske turističke politike

U suvremenom turizmu uloga države je važno, posebno kod turistički receptivnih zemalja poput Hrvatske. Turistička politika u hrvatskom turizmu može se definirati kao ukupnost mjera svjesnog utjecaja države na turizam posredstvom potrebnih instrumenata koji su usmjereni prema razvitku i unapređenju turizma, održavanju njegove konkurentnosti te ostvarivanju ekonomskih i neekonomskih ciljeva.[72]

Turizam kao djelatnost je uklopljen u opću ekonomsku politiku, kao i u politiku tzv. neprivrednih djelatnosti. Ipak, teoretičari rado govore i o posebnoj turističkoj politici navodeći i glavne razloge zbog kojih dolazi do njezina formiranja:

- Napuštanje indiferentnog odnosa države prema turizmu
- Nemogućnost parcijalnoga i perifernoga rješavanja složene turističke problematike
- Isprepletenost odnosa turizma i gotovo svih drugih sektora
- Gospodarski i socijalni učinci spontanog razvoja turizma
- Posljedice neusklađenosti turističke ponude i potražnje
- Porast konkurencije na turističkom tržištu.[73]

Uloga turizma kao strateške odrednice gospodarskoj razvoja u Hrvatskoj treba se temeljiti na komparativnim i konkurencijskim prednostima od kojih su najvažnije:

- Raznolikost i očuvanost prirodnih i kulturno povijesnih resursa, koje je potrebno očuvati i zaštititi kao dugoročnu osnovu razvoja turizma
- Vrlo povoljan geoprometni položaj te postojeća i nova prometna infrastruktura
- Ulazak Hrvatske u Europsku uniju što dopušta liberalizaciju protoka ljudi, roba i kapitala
- Povoljni trendovi turističke potražnje s globalnog turističkog tržišta

[71] http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%2091%20do%20107.pdf<8.1.2016..>
[72] Čavlek N. et. al. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
[73] http://etalent.hr/turizam-i-turisticka-politika-rh-1-dio/#<10.1.2016.>

- Relativna kvaliteta postojeće turističke ponude
- Povoljna tradicija i iskustvo stručnjaka u turizmu

Kako bi se optimalno iskoristile sve komparativne prednosti i osigurao održivi razvoj turizma, potrebno je analizirati mogućnosti i ograničenja razvoja turizma na cjelokupnom prostoru Hrvatske. Radi toga je potrebno istražiti i utvrditi nove planske dokumente od globalne strategije i koncepcije razvoja turizma do strateških i provedbenih planova na regionalnoj razini. [74]

U Hrvatskoj se još uvijek osjećaju posljedice rata i naslijeđene predratne politike prema turizmu sa svim njezinim negativnim značajkama. Odrednice nacionalne turističke politike Republike Hrvatske trebaju počivati na:

- Destinacijskom konceptu
- Kvaliteti turističkih proizvoda i usluga
- Ispravnoj kadrovskoj politici
- Zaštiti resursa (okoliša)
- Zaštiti turista kao potrošača
- Sređivanju odnosa u domeni privatizacije, osobito smještajne ponude
- Konsolidaciji turističkoga gospodarstva i problema prezaduženosti nositelja privređivanja i ostalim čimbenicima[75]

Kao temeljne odrednice nove turističke politike hrvatskog turizma koja bi trebala počivati na konceptu održivosti mogu biti sljedeće:

- Usklađivanje, redefiniranje i provedba zakonskih i drugih pravnih norma (kvalitetan i održiv razvoj na cjelokupnom prostoru)
- Zakonske odrednice (turistička politika treba se osloniti na druge zakonske mjere poput monetarno-kreditne politike, porezna politike, politike investicija)
- Prednosti ulaska Hrvatske u Europsku uniju (treba iskoristiti jedinstvenu valutu, strožu zaštitu turista, bolja povezanost, novi izvori kapitala za investicije)
- Razvoj specifičnih oblika turizma
- Razvoj malog i srednjeg poduzetništva
- Prostorno planiranje

[74]Bartoluci M.(2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 249.-250. Str.
[75]Hitrec T. I Hendija Z.: (2008.): Politika, organizacija i pravo u turizmu, Zagrebačka škola za menadžment, Zagreb.

- Menadžment destinacije
- Negativni utjecaji (terorizam, globalno zatopljenje, te ekonomske krize trebaju se uzeti u obzir prilikom planiranja)
- Dugoročna razvojna strategija hrvatskog turizma.[76]

Sveobuhvatna turistička politika i planovi razvoja hrvatskog turizma koji se temelje na konceptu održivosti, iskorištavanju lokalnih resursa te na konkurentnosti su neophodni za daljnji razvoj hrvatskog turizma i njegovo pozicioniranje na svjetskom tržištu.

3.7 Izazovi s kojima se suočava turizam EU

Prema izvješću Europske komisije (2009.), Europa se u 21. stoljeću suočava s velikim izazovima na razvoj turizma, a od eksternih utjecaja treba izdvojiti sljedeće:

- socio-demografske promjene (starenje Europljana),
- klimatske promjene (primjerice erupcija vulkana na Islandu dovela je do gubitka turoperatora procijenjenog na 1 milijardu eura te je došlo do smanjenja turističkih putovanja za oko 2 milijuna.);
- informatička i komunikacijska tehnološka unapređenja, ICT;
- tržišna konkurentnost;
- posljedice ekonomske i financijske krize nakon 2008. godine (zbog ekonomske i financijske krize uočeno je da se Europa sporije oporavlja od drugih regija jer, premda su Europljani nastavili putovati, putovali su u bliže destinacije i kraće, jer se skratila duljina boravka u destinacijama.);
- očekivane promjene u članstvima Unije;
- očekivano širenje ili smanjivanje Eurozone.

Kao interne probleme razvoja turizma u Uniji Europska komisija je posebno uočila sljedeće:

- neprilagodljivost ponude, koja se teško i sporo adaptira na promjene, posebno mali i srednji poduzetnici, koji dominiraju u turizmu zbog ograničenih financijskih sredstava i zbog nedostatka stručnog osoblja,

[76]Bartoluci M.(2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 251.-252. Str.

- sezonalnost turističkih kretanja koja uzrokuje neoptimalno korištenje postojeće infrastrukture i osoblja.

Usprkos nizu internih i eksternih utjecaja, predviđa se rast važnosti EU u svjetskom turizmu.[77]

3.8 Izazovi razvoja turizma u EU

Europski turizam se suočava s brojnim izazovima i nedostacima koje donosi razvoj turizma na nekom području. Europska unija predstavlja vodeću turističku receptivnu destinaciju privlačeći brojne posjetitelje iz i van Europske unije te mora ostati konkurentna u globalnoj ekonomiji ulaganjem velikih napora. Unatoč razvojnom planiranju turizma na visokoj razini, očekuje se pad udjela Europske unije kao destinacije na turističkom tržištu zbog pojave zemalja u razvoju prema podacima Svjetske turističke organizacije.

Nadalje, demografske promjene poput starenja stanovništva dovode do pojave novih turističkih ponašanja i očekivanja kojima treba prilagoditi turističku ponudu. Do 2020., očekuje se da će broj osoba starijih od 65 godina doseći jednu petinu ukupnog stanovništva. Ovaj tržišni segment predstavlja značajni potencijal s obično većom kupovnom moći i viškom slobodnog vremena, ali s druge strane njihove posebne potrebe zahtijevaju adaptaciju turističkih proizvoda i usluga. Isto vrijedi i za sve veći broj turista sa smanjenom mobilnošću, kojih je otprilike 127 milijuna.

Turizam je sektor koji ima veliki utjecaj i veliku ovisnost o okolišu. Masovni turizam utječe na prirodne resurse i bioraznolikost te može predstavljati prijetnju kulturnoj baštini, dok klimatske promjene uvelike pogađaju neke turističke destinacije. Treba smanjiti pritisak na okoliš putem smanjenja korištenja pitke vode pogotovo u područjima u kojima je nestašica iste te smanjiti otpuštanje plinova i njihovih utjecaja na okoliš. Strukturne modifikacije se trebaju planirati zbog klimatskih promjena poput smanjenja snježnog pokrova u planinskim europskim dijelovima te podizanja razine mora u obalnim područjima, tako da se minimizira strukturna nezaposlenost i da se turistički povezane investicije prilagode.[78]

[77] http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%202014-15/SKRIPTA%20MT_ZH_10%2011%202014_od%2091%20do%20107.pdf<10.1.2016.>
[78] http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140749/LDM_BRI(2014)140749_REV1_EN.pdf<12.1.2016.>

4 EU FONDOVI I TURISTIČKI SEKTOR

4.1 Pojam fondova

Europska unija putem financijske pomoći projektima i programima pruža potporu u područjima kao što su regionalni i urbani razvoj, zapošljavanje i socijalna uključenost, poljoprivreda i ruralni razvoj, pomorska i ribarstvena politika, istraživanje i inovacije te humanitarna pomoć. Kako bi se nadzirala njihova upotreba i osiguralo transparentno i odgovorno trošenje novca, sredstvima se upravlja u skladu sa strogim pravilima. Konačnu političku odgovornost za osiguravanje pravilne uporabe tih sredstava ima skupina od 28 povjerenika EU-a. Međutim, s obzirom da se najvećim dijelom sredstava upravlja u državama korisnicama, nacionalne vlade preuzimaju odgovornost za obavljanje provjera i godišnjih revizija.

Proračunom Europske unije upravlja se na dva načina. Više od 76 % proračuna Europske unije upravlja se u partnerstvu s nacionalnim i regionalnim tijelima sustavom zajedničkog upravljanja, uglavnom s pomoću pet velikih Strukturnih i investicijskih fondova. Tim se fondovima pridonosi provedbi strategije Europa 2020.:

- Europski fond za regionalni razvoj (EFRR) – regionalni i urbani razvoj
- Europski socijalni fond (ESF) – socijalna uključenost i dobro upravljanje
- Kohezijski fond (KF) – gospodarska konvergencija manje razvijenih regija
- Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj (EPFRR)
- Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EFPR)

Ostalim sredstvima izravno upravlja Europska unija, a osiguravaju se u obliku:

- bespovratnih sredstava za posebne projekte povezane s politikama EU-a, obično na temelju tzv. poziva na podnošenje prijedloga; sredstva djelomično potječu iz EU-a, a djelomično iz drugih izvora.
- ugovora koje dodjeljuju institucije EU-a za nabavu usluga, robe ili radova koji su im potrebni za rad, npr. izrada studija, osposobljavanje, organiziranje konferencija, informatička oprema; ugovori se dodjeljuju na temelju poziva na nadmetanje.

Primatelji ugovora, bespovratnih sredstava ili pomoći namijenjene trećim zemljama objavljuju se na Internetu.[79]

Programi Europske unije predstavljaju integrirani niz aktivnosti koje usvaja Europska unija sa ciljem promicanja suradnje između država članica u različitim područjima povezanim sa zajedničkim politikama Europske unije. Europski parlament usvojio je nove zakonske okvire za Programe Unije u financijskom razdoblju 2014.-2020. dana 2. srpnja 2014. Vlada Republike Hrvatske usvojila je Zaključak o sudjelovanju Republike Hrvatske u Programima Unije u financijskom razdoblju 2014.-2020. godine kojim su imenovane nadležne institucije i odgovorne osobe za koordinaciju sudjelovanja Hrvatske u programima te tijela državne uprave koja su uključena u provedbu pojedinih programa u financijskom razdoblju 2014.-2020.

Programi za turistički sektor:

- COSME
- Obzor 2020.
- Kreativna Europa
- Erasmus +
- Life
- Easi[80]

Sami programi Europske unije nemaju izravnu vezu s razvojem turizma, ali neki natječaji mogu biti vrlo korisni za pojedine segmente razvoja turističke ponude, poput razmjene znanja i iskustava, primjera dobre prakse, zajedničkog rješavanja specifičnih problema i slično.[81]

[79]Europska unija – financiranje sredstvima EU, dostupno na: http://europa.eu/about-eu/funding-grants/<15.01.2016.>
[80]Ministarstvo turizma. Programi Unije, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27343<15.01.2016.>
[81] EU fondovi u turizmu, dostupno na:http://www.visitorebic-croatia.hr/Content/dokumenti/125_priru%C4%8Dnik.pdf<16.01.2016.>

4.2 Pregled fondova EU relevantnih za turistički sektor

Usvajanjem Višegodišnjeg financijskog okvira Europske unije za razdoblje od 2014. do 2020., donesen je Vodič za EU financiranje u turističkom sektoru koji iznosi pregled fondova i programa relevantnih za turistički sektor koji je detaljno obrađen u nastavku ističući sve mogućnosti za stakeholdere u turizmu.[82]

4.2.1 Europski fond za regionalni razvoj

Europski fond za regionalni razvoj (ERDF) je jedan od pet europskih strukturnih i investicijskih fondova. Pravila tog fonda nalažu da svaka zemlja članica Europske unije mora implementirati strateški plan za razdoblje 2014.-2020. ističući investicijske prioritete pri korištenju ovih fondova. Nakon što su razmatranja Europska komisije uzeta u obzir, ovakav plan postaje Sporazum o partnerstvu. Investicijski prioriteti navedeni u Sporazumu o partnerstvu oblikuju se u konkretne mjere putem operativnih programa koje iznosi zemlja članica. Operativne programe provode upravna tijela na nacionalnoj, regionalnoj ili drugoj razini, postavljena od strane država članica.

ERDF ima za cilj jačanje ekonomske i socijalne kohezije u Europskoj uniji ispravljajući regionalne nejednakosti. Ovaj fond pruža podršku u unapređivanju konkurentnosti i kvalitete turizma na regionalnoj i lokalnoj razini, posebno u industrijskim i ruralnim područjima te područjima koja prolaze kroz urbanu regeneraciju.

Ovaj fond podupire 11 tematskih ciljeva i investicijskih prioriteta, među kojima se kao bitni za turistički sektor izdvajaju istraživanje i razvoj, informacijske i komunikacijske tehnologije, konkurentnost i malo i srednje poduzetništvo, okretanje nisko-ugljičnoj ekonomiji, zaštita okoliša i učinkovito korištenje resursa, zaposlenost i potpora mobilnosti radnika, obrazovanje, vještine te cjeloživotno učenje.

Za financiranje iz ovoga fonda u turistički sektor mogu se prijaviti sve pravne osobe (javna tijela, kompanije naročito mala i srednja poduzeća, organizacije koje se bave istraživanjem, sveučilišta, ne-vladine organizacije, turistički klasteri).

[82]Directorate - General for Enterprise and Industry (2014): Guide on EU founding for the tourism sector (2014 - 2020),European Commision.

ERDF financira istraživanja u turizmu, tehnološki razvoj i inovacije, inovacije u uslugama i klasterima, razvoj ICT proizvoda u turizmu, razvoj inovativnih turističkih usluga posebno u manje razvijenim i perifernim regijama koje u velikoj mjeri ovise o turizmu, razvoj visokokvalitetnih proizvoda i usluga u nišnim tržištima (zdravstveni turizam, turizam za osobe starije životne dobi, ekoturizam, gastronomski, sportski i kulturni turizam) uključujući lokalne resurse što dovodi do regionalne specijalizacije, aktivnosti u klasterima i kreativnim industrijama u svrhu diverzifikacije turističkih proizvoda i produljenja turističke sezone, aktivnosti koje povezuju priobalna područjima s unutrašnjosti u svrhu integralnog regionalnog razvoja, mjere za poboljšanje energetske učinkovitosti i obnovljive energije, kulturna i održiva turistička infrastruktura, mjere u korist poduzetništva, samozaposlenosti i pokretanja poslova, internacionalizacija turističkog poduzetništva i klastera, te unapređenje vještina i treninzi.

Vrsta i razina financiranja programa ovise o potrebama i mogućnostima svake države članice. Subvencije se mogu isplatiti kroz potpore pojedinim korisnicima i konzorcijima; krediti, poduzetnički kapital i kreditne garancije kroz financijske instrumente; ili javna nabava (za usluge podrške, studije izvedivosti i slično). Za potpore, maksimalna stopa sufinanciranja za većinu razvijenih područja iznosi 50%, 60% za tranzicijske regije (u iznimnim slučajevima 80%), a 85% za manje razvijene regije.

Jedan od primjera projekata financiranih iz ovog fonda, a u kojeg je uključena i Hrvatska, je ADRION za turističku suradnju u Jadransko-Jonskoj regiji. Europska komisija je 20. listopada 2015. godine odobrila transnacionalni program suradnje kako bi implementirala prioritete postavljene u strategiji ove regije. Sa iznosom od 83.4 milijuna € iz ERDF-a, ovaj projekt će poduprijeti posebice regionalnu promociju i razvoj turizma u zemljama članicama (Hrvatska, Italija, Slovenija i Grčka), zemljama kandidatkinjama (Albanija, Crna Gora i Srbija) te potencijalnoj zemlji članici Bosni i Hercegovini. Na natječaj se mogu prijaviti svi veći projekti povezani s zaštitom, restauracijom, održivom uporabom te promocijom kulturne i prirodne baštine.[83]

[83] http://www.adrioninterreg.eu/<18.1.2016.>

4.2.2 Kohezijski fond

Kohezijski fond je također dio europskih strukturnih i investicijskih fondova. Svaka država članica mora izraditi i implementirati strateški plan 2014.-2020. u kojemu su navedeni investicijski prioriteti koji će biti financirani od strane tih fondova. Prihvaćanjem očitovanja Europske komisije, ovaj plan postaje "Sporazum o partnerstvu". Države članice moraju izraditi operativne programe kako bi navedeni prioriteti proveli. Operativne programe provode upravna tijela na nacionalnoj, regionalnoj ili drugoj razini, postavljena od strane država članica.

Kohezijski fond je namijenjen zemljama članicama čiji je bruto nacionalnih dohodak po stanovniku manji od 90% prosjeka EU, s ciljem smanjenja ekonomskih i socijalnih razlika te promicanja održivog razvoja, Zemlje članice koje ulaze u skupinu su Bugarska, Hrvatska, Cipar, Češka, Estonija, Grčka, Mađarska, Latvija, Letonija, Malta, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka i Slovenija. Prema ulaganjima i infrastrukturnim potrebama zemlje članice Europske unije, fond može podržavati investiranje u okoliš, uključujući i područja vezana za održivi razvoj i energiju te transeuropske transportne mreže u području prometne infrastrukture.

Za financiranje iz ovoga fonda u turistički sektor mogu se prijaviti sve pravne osobe (javna tijela, kompanije posebice mala i srednja poduzeća, organizacije koje se bave istraživanjem, sveučilišta, ne-vladine organizacije, turistički klasteri).

Vrste turističkih aktivnosti koje će se prihvatiti za financiranje ovise o potrebama svake države članice, kao što je definirano u operativnom programu. Za financiranja se koristi potpora, a razinu financiranja definiraju upravljačka tijela, s maksimalnom stopom sufinanciranja od 85%.

Jedan od primjera financiranja iz kohezijskog fonda je Tvrđava sv. Mihovila u Šibeniku. Ukupna ulaganja u projekt „Revitalizacija tvrđave sv. Mihovila u Šibeniku“ iznosila su 1 666 389 EUR, od čega je 1 000 000 EUR uloženo putem Europskog fonda za regionalni razvoj iz operativnog programa „Regionalna konkurentnost“ za programsko razdoblje 2007. – 2013.[84] Tvrđava sv. Mihovila ovim je projektom istovremeno postala prepoznatljivi spomenik

[84] http://ec.europa.eu/regional_policy/hr/projects/croatia/refurbished-fort-will-help-to-bring-more-visitors-to-ancient-coastal-city <20.1.2016.>

kulturne baštine u najužoj gradskoj jezgri, svakodnevno dostupan posjetiteljima, koji promovira revalorizaciju i revitalizaciju hrvatskih kulturnih dobara te jedna od najprestižnijih pozornica u regiji, koja organizira različita kulturna, glazbena i scenska događanja i time doprinosi imidžu RH, te posebice grada Šibenika, kao nezaobilaznih destinacija kulturnog turizma.[85]

4.2.3 Europski socijalni fond

Europski socijalni fond (ESF) također predstavlja dio Europskih strukturnih i investicijskih fondova. Svaka država članica mora izraditi i provesti strateški plan 2014.-2020. koji pokazuje investicijske prioritete za korištenje sredstava iz ovog fonda. Nakon što se uzmu u obzir očitovanja Europske komisije, ovaj plan postaje „Sporazum o partnerstvu". Države članice također moraju izraditi operativne programe kako bi navedeni prioriteti prešli u konkretne akcije. Operativni programi mogu se odnositi na čitave države članice Europske unije, a mogu i uključivati više od jedne zemlje. Operativne programe provode upravna tijela, postavljena od strane država članica, na državnoj, regionalnoj ili drugoj razini.

ESF- u je cilj poboljšati zapošljavanje i mobilnost kao i razinu stručne spreme u EU. Ovaj fond nadalje može biti korišten u svrhu obučavanja zaposlenika kako bi se pomoglo poduzećima da se nose s restrukturiranjem i nedostatkom kvalificiranih radnika, obučavanje ljudi da razviju vještine i dobiju bolje radno mjesto, potpora zajedničkom učenju, implementaciji networka u turizmu, te promocija dobre prakse u području socijalnih inovacija. Većina mjera je na regionalnoj i nacionalnoj razini, ali ovisno o pristupu definiranom u Operativnom programu, mjere se mogu implementirati i na osnovi transnacionalne i interregionalne suradnje.

Fond pruža potpore. Svi projekti moraju biti sufinancirani, uz maksimalan doprinos EU od 50% do 85% (95% u iznimnim slučajevima) od ukupnih troškova projekta, ovisno o bogatstvu zemlje. Razina financiranja varira ovisno o projektu i operativnom programu. Prijaviti se mogu sve pravne osobe aktivne na tržištu rada ili u području obrazovanja i obučavanja.

Europski socijalni fond podupirao je projekt AFRAT-a, asocijacije za trening stanovnika ruralnih područja za rad u turizmu u Francuskoj. Stopa sufinanciranja ovog projekta iznosila

[85] http://svmihovil.sibenik.hr/?stranice=revitalizacija-tvr-ave&id=3<20.1.2016.>

je 50%, a projekt se odnosi na kuhanje s lokalnim proizvodima koji je na kraju stimulirao turistički razvoj u područjima u kojima je proveden. Gotovo svi sudionici, većim dijelom studenti, na kraju projekta pronašli su stalan posao.[86]

4.2.4 Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj

Europski fond za poljoprivredu i ruralni razvoj (EPFRR) ima za cilj promicanje gospodarskog razvoja u ruralnim područjima. Sredstva za ruralni razvoj dodjeljuju upravna tijela koja imenuje država članica. Ovisno o potrebama i mogućnostima svake države članice, potpora se može dodijeliti diverzifikaciji poljoprivrednika u nepoljoprivrednim djelatnostima, razvoju nepoljoprivrednih malih i srednjih poduzeća u ruralnim područjima koja se bave održivim i odgovornim turizmom te obnovi i podizanju kvalitete kulturne i prirodne baštine sela i ruralnog krajolika.

Za dobivanje potpore se može prijaviti svaka fizička ili pravna osoba u ruralnim područjima (poljoprivrednik, šumarske tvrtke, mala i srednja poduzeća koja posluju u ruralnim područjima i slično). Također, mogu se prijaviti aktivisti lokalne zajednice.

Fond pruža potpore, uz minimalnu stopu doprinosa od 20%. Svaki program ruralnog razvoja, kojeg priprema država članica, uključuje određivanje u kojem postotku od ukupnog doprinosa ide za pojedinu vrstu rada. Za različite oblike suradnje, podrška je ograničena na maksimalno 7 godina.

Jedan od uspješnih primjera sufinanciranih iz fondova je projekt „At the Saddler“ u Bugarskoj. Pokrajina Lovech u središnjem planinskom području Bugarske poznata je po lijepom pejzažu i ručnoj proizvodnji. Hristo Hristov, proizvođač kožne galanterije, odlučio je sagraditi gostinjsku kuću te radionicu koja može ugostiti 4 posjetitelja. Radionica je korištena kao prezentacija lokalne proizvodnje turistima pružajući im također priliku da sudjeluju u izradi proizvoda. Ove aktivnosti dovode do promocije lokalne tradicije te povećavaju proizvodnju i prodaju. Od ukupne vrijednosti projekta, 30% je financirano iz ovog fonda.[87]

[86] http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=46&langId=en&projectId=454<22.1.2016.>
[87] http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_11300_en.html<26.1.2016.>

4.2.5 Europski fond za pomorstvo i ribarstvo

Zamjenjujući Europski fond za ribarstvo, Europski fond za pomorstvo i ribarstvo (EMFF) za svoje prioritete ima povećanje zaposlenosti i teritorijalnu koheziju, u obalnim i kopnenim područjima, u području ribolova i akvakulture. To bi se trebalo postići:

- promicanjem gospodarskog rasta, socijalne uključenosti, stvaranju radnih mjesta i prateće mobilne radne snage u tim zajednicama
- diverzifikacijom aktivnosti u ribarstvu i drugim sektorima u vezi pomorstva

Svaka država članica dobije dio od ukupnog proračuna Fonda u odnosu na veličinu svoje ribarske industrije. Potom se sastavlja operativni program koji navodi u kojem smjeru će se trošiti novac. Nakon što se program odobri od strane komisije, na upravljačkim tijelima pojedine zemlje članice je da ga provedu na nacionalnoj ili regionalnoj razini. Upravljačka tijela, odgovorna za provedbu operativnih programa, određuju broj zadataka lokalnim grupama. Lokalne grupe ribara mogu upravljati proračunom kako bi podržali tehničku i financijsku provedbu njihove lokalne strategije putem konkretnih projekata. Pod lokalnim strategijama, financiranje je dostupno posebice za kulturno ribarstvo i pomorsku baštinu. To može pokriti s turizmom povezane projekte kao što su eko turizam, ribarski turizam, lokalna gastronomija, smještaj, turističke staze, ronjenje i slično. Za potporu se mogu prijaviti sve fizičke i pravne osobe u obalnim i kopnenim zajednicama.

Fond osigurava potpore za sufinanciranje projekata, zajedno s nacionalnim sredstvima. Operativni program svake zemlje utvrđuje stopu doprinosa, koja vrijedi za svaki od ciljeva. Najveća stopa doprinosa je 75% prihvatljivih javnih izdataka. Minimalna stopa doprinosa je 20%.

Jedan od uspješnih primjera projekata koji je sufinanciran s iznosom od 40% iz ovog fonda je ribarsko selo Anno 1906 u Njemačkoj. Cilj je bio povećanje atraktivnosti industrijskog lučkog područja Bremerhavena kreiranjem malog ribarskog sela na početku luke s restoranima, prodavaonicama odjeće i ribe te turama razgledavanja za turiste. Oko 15 veleprodajnih kompanija te gastronomskih ponuđača danas nudi ovdje svoje proizvode.[88]

[88] https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_GP_021-DE17-EN_Fishing-Village.pdf<27.1.2016.>

4.2.6 LIFE

LIFE je financijski instrument koji podržava projekte o očuvanju okoliša i prirode u cijeloj EU. Prioritetna područja njegovog potprograma za okoliš su okoliš i učinkovitost resursa, priroda i bioraznolikost te upravljanje okolišem i informiranje. Prioriteti potprograma za klimatske akcije su ublažavanje klimatskih promjena (doprinosi smanjenju emisije stakleničkih plinova), prilagodba klimatskim promjenama (doprinosi povećanju otpornosti na klimatske promjene) te upravljanje klimom i informacijama. Korisnici ovog Fonda su javna i privatna tijela te akteri ili institucije registrirane u EU.

Minimalno 50% ukupnih sredstava će se alocirati prema mjerama očuvanja prirode i biološke raznolikosti. Maksimalno sufinanciranje od strane EU unutar programa LIFE iznosi 50% ukupnih opravdanih troškova projekta, no iznimno može biti odobreno sufinanciranje od 75% za LIFE projekte Priroda koji se fokusiraju na konkretne aktivnosti očuvanja za prioritetne vrste ili tipove staništa Direktive o pticama i staništima. U okviru programa se može financirati i oprema i to 50% od nabavne vrijednosti.

LIFE je u Grčkoj sufinancirao s čak 50% kampanju informiranja i educiranja turista te lokalne zajednice s ciljem smanjenja otpada povezanog s pušenjem cigareta na plažama.

4.2.7 Horizon 2020

Horizon 2020 je okvirni program EU za istraživanje i inovacije (2014.-2020.). Izrađen je od nekoliko sekcija programa, a neki se dijele na poglavlja. Najzanimljiviji dijelovi za turizam su:

- Izvrsna znanost - pododjeljak programa „Akcije Marie Sklodowska-Curie“ za razvoj karijere i usavršavanje istraživača, s naglaskom na inovativnost vještina, u svim znanstvenim disciplinama u svijetu.
- Industrijsko vodstvo - pododjeljak programa „Vodstvo u omogućavanju i industrijskim tehnologijama" koji se brine za veću konkurentnost europskih kulturnih i kreativnih sektora, potičući informacijsko komunikacijske inovacije u malim i srednjim poduzećima

- Društveni izazovi- pododjeljak programa „Europa u svijetu koji se mijenja“ koji se brine za pitanja vezana za sjećanja, identitete, toleranciju i kulturnu baštinu.
- Sredstva malih i srednjih poduzeća za visoko potencijalna mala i srednja poduzeća kako bi se razvili inovativni proizvodi, usluge ili procesi koji su spremni suočiti se s globalnim tržištem.

Potporu mogu dobiti sve fizičke i pravne osobe, bez obzira na mjesto poslovanja ili boravišta, koje posjeduju operativnu i financijsku sposobnost da provedu predložene zadaće. Nadalje mogu je dobiti mala i srednja poduzeća iz kreativne industrije, informacijsko komunikacijski pružatelji usluga te instrumenti malih i srednjih poduzeća.

Jedan od uspješnih primjera je Under Safe koji se odnosi na održavanje podzemnih turističkih destinacija sigurnim. Špilje, katakombe i tuneli postaju sve popularnije destinacije sa 27 milijuna posjetitelja na godišnjoj razini u više od 1800 takvih atrakcija u Europi. Konzorcij pod poljskim vodstvom došao je ideje o projektu za kontroliranje sigurnosti u takvim područjima i pravovremeno izvještavanje turista o opasnostima. Projekt sadrži mobilne aplikacije koje pružaju takve informacije, kao i informacije o temperaturi, vlažnosti, emisijama plina te nosivim kapacitetima u određenom trenutku. HORIZON 2020 je financirao ovaj projekt s čak 75% od njegove ukupne vrijednosti.[89]

4.2.8 COSME

COSME program (Program za konkurentnost poduzeća i malih i srednjih poduzeća) novi je program Europske unije za financijsko razdoblje 2014. - 2020. kojim će se poticati konkurentnost europskih malih i srednjih poduzeća. Zajedno sa programom Horizon 2020, COSME predstavlja nastavak aktivnosti koje su se u periodu 2007. - 2013, uspješno provodile kroz Program za poduzetništvo i inovacije i to na slijedeći način:

- Kroz Horizon 2020 poticat će se sve aktivnosti vezano za inovacije i poticati inovativna mala i srednja poduzeća (MSP). Cilj je bio napraviti integrirani sistem financiranja koji će pokriti sve aktivnosti vezano za inovacije i istraživanje, a koje su do sada bile financirane kroz više programa, uključujući i CIP program. Dakle, Horizon 2020 obuhvatit će

[89] http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/news/keeping-underground-tourist-destinations-safe<29.1.2016.>

kompletan inovacijski ciklus, od istraživanja do izlaska inovativnih proizvoda/proizvodnih usluga na tržište odnosno njihove komercijalizacije.

- Kroz COSME program nastavit će se financirati aktivnosti koje za cilj imaju podizanje konkurentnosti i osnivanje i rast malih i srednjih poduzeća.

Kroz oba ova programa malim i srednjim poduzećima omogućit će se pristup financijskim instrumentima i to na način da će se kroz Horizon 2020 investirati u start-up i ranu fazu MSP te u MSP koja su orijentirana na istraživanje i inovacije, a kroz COSME u MSP u fazi rasta.Za upravljanje programom odgovorna je Europska komisija dok je provedba povjerena Izvršnoj agenciji za konkurentnost i inovacije, a provedba financijskih instrumenata Europskom investicijskom fondu. Budžet COSME programa za sedmogodišnje razdoblje 2014. - 2020. iznosi 2,3 milijarde EUR. Datum pokretanja programa je 1. siječnja 2014. godine. COSME program prvenstveno je namijenjen malim i srednjim poduzetnicima te nacionalnim, regionalnim i lokalnim organizacijama/institucijama koje djeluju u području poticanja, promicanja i/ili podupiranja poduzetništva.

Program će provoditi mjere u cilju smanjivanja svih onih poteškoća koje limitiraju rast poduzeća (posebice MSP) uključujući bolje poslovno okruženje, lakši pristup financijama, promociju poduzetničke kulture i internacionalizaciju malih i srednjih poduzeća tj. njihov izlazak na strana tržišta, u Europi i izvan EU. Osnovni ciljevi Programa su:

- Poboljšati okvirne uvjete za konkurentnost poduzeća i osigurati povoljno okruženje za rast i razvoj MSP kroz pojednostavljenje administrativnih procedura
- Poduzetnička kultura-promovirati ideju poduzetništva
- Poboljšati pristup financijama
- Olakšati izlazak MSP na strana tržišta

COSME je sufinancirao s 75% od ukupnog iznosa vrijednosti projekt europskih ruta astroturizma. Cilj je bio razvoj rute koja se sastoji od europskih lokaliteta od astronomskog značaja koji će privući posjetitelje te omogućiti europski znanstveni doprinos svjetskoj astrologiji.

4.2.9 Kreativna Europa

Novi program EU Kreativna Europa poduprijet će europsku kinematografiju te kulturni i kreativni sektor s ciljem njihovog doprinosa održivom rastu i zapošljavanju. Predloženi proračun za razdoblje od 2014. do 2020. godine je 1.8 milijardi EUR-a što je ujedno i najveća svjetska potpora za kulturne i kreativne industrije. Potpora će uključiti tisuće umjetnika, kulturnih profesionalaca i organizacija u izvedbenim i ostalim umjetnostima, oglašavanju, filmu, TV-u, glazbi, interdisciplinarnim umjetnostima, baštini i industriji video igara.

Prema europskim istraživanjima, kultura igra važnu ulogu u ekonomiji Europske unije gdje kulturne i kreativne industrije sudjeluju s ukupno 4.5 % europskog BDP-a i čine 3.8 % zaposlenih na europskoj razini (više od 8.5 milijuna radnih mjesta). Istraživanja su također pokazala da je u razdoblju od 2000. do 2007. godine zaposlenost u kulturnom i kreativnom sektoru rasla u prosjeku 3.5 % godišnje. Kreativna Europa stoga odgovara na ove trendove strateškim pristupom i planom ulaganja s očekivanim najvećim učinkom.

Ovi se sektori suočavaju s istim izazovima uključujući i tržišnu fragmentaciju kao rezultat kulturne i jezične raznolikosti i globalizacije. Ali imaju također i isti cilj – očuvanje i promicanje kulturne i jezične raznolikosti i jačanja konkurentnosti s ciljem doprinosa općem rastu i zaposlenju. Unatoč tome, Komisija je ipak prepoznala različitu strukturu ovih sektora te stoga predložila zajednički okvirni program, ali s odvojenim programskim aktivnostima.

Procjene su Komisije da će u razdoblju od 2014. do 2020. godine najmanje 8 000 kulturnih organizacija, 300 000 umjetnika, kulturnih profesionalaca i njihovih proizvoda primiti potporu za prekograničnu suradnju što će im pomoći u stjecanju iskustva i stvaranju međunarodne karijere. Program će i dalje poticati prijevode europske literature s planiranih više od 5 500 knjiga i ostalih literarnih djela. Programska aktivnost MEDIA će poduprijeti svjetsku distribuciju više od 1 000 europskih filmova te pomoći profesionalcima u audiovizualnom sektoru u njihovoj međunarodnoj karijeri. Zahvaljujući uspješnom programu MEDIA, udio europskih filmova u europskim kinima je porastao s 36 % 1989. godine na 54 % u 2009. godini. Mreža „Europa Cinemas“ broji više od 2 000 većinom nezavisnih kinodvorana u 475 gradova diljem Europe.

Garancija ima multiplikativni efekt i privlači dodatno financiranje od strane investitora zbog dijeljenja financijskog rizika s Europskom unijom. Ovo je i sad već vidljivo u trenutnom programu MEDIA odnosno jamstvenom fondu za produkciju gdje je kontribucija Europske unije od 2 milijuna EUR-a osigurala bankovne pozajmice filmskim producentima u iznosu od 18 milijuna EUR-a.

Ovaj program sufinancirao je projekt stvaranja međunarodne mreže gradova i teritorija koji su poznati po svom radu na području kreativnog turizma. Projekt je promovirao međukulturalnu mobilnosti i dijalog kao i suradnju između operatera koji imaju veliko znanje o svome gradu, njegovoj sociološkoj i povijesnoj pozadini, potrebama kreativnih turista te značajno iskustvo u umrežavanju.

4.2.10 Erasmus+

Erasmus + ima za cilj jačanje vještina i zapošljivosti, kao i modernizaciju obrazovanja i osposobljavanja. Osim novih sportskih aktivnosti i programa „Mladi na djelu", okuplja drugih 6 već postojećih programa: Program za cjeloživotno učenje, Erasmus Mundus, Tempus, Alfa, Edulink i program suradnje s industrijaliziranim zemljama.

Potporu mogu dobiti:

- Projekti mobilnosti za visoko obrazovanje (Sveučilišta i druge visokoškolske institucije, sve pravne osobe aktivne na tržištu rada ili u području rada ili osposobljavanja)
- Diplomski studiji (Sveučilišta i druge visokoškolske institucije, sve pravne osobe koje direktno i aktivno pridonose diplomskom studiju)
- Strateška partnerstva/ obrazovni savezi (sve pravne osobe)
- Europski sportski događaji (sve pravne osobe koje djeluju na području sporta)

Projekti mobilnosti za visoko obrazovanje studenata se odnose na obuku u inozemstvu, u poduzeću ili drugim relevantnim radnim mjestima, u trajanju od 2 mjeseca do najviše godine dana, a to može biti u bilo kojoj zemlji koja je članica programa. Sredstva EU-a su u rasponu od 300 do 700 € mjesečno (ovisno o zemlji u koju se odlazi) za svakog polaznika te putni troškovi do 1 100 €.

Projekti mobilnosti za strukovno obrazovanje i osposobljavanje učenika se odnosi na stažiranje na bilo kojem radnom mjestu za pripravnike i studente u školama strukovnog obrazovanja, u trajanju od 2 tjedna do najviše godine dana u bilo kojoj zemlji koja je članica programa. Potpora EU za svakog polaznika iznosi 18 do 112 € dnevno te putni troškovi do 1 100€. Projekti za diplomske studije imaju na raspolaganju stipendiju od 2 do 3 milijuna eura te pokrivaju projekte koji traju 4 ili 5 godina (ovisno traje li magisterij 1 ili 2 godine). Kod strateških partnerstava razlikujemo stipendiju od maksimalno 300 000 €, za partnerstva koja traju 2 godine, i 450 000 €, za partnerstva u trajanju od 3 godine. Obrazovni savezi se također dijele na potporu u iznosu od 700 000 €, koju dobivaju savezi koji su određeni na 2 godine, te 1 milijun eura na saveze u trajanju od 3 godine. Kod europski sportskih događaja, potporu u iznosu do 2 milijuna eura dobivaju sportski događaji koji uključuju sudionike iz najmanje 12 zemalja članica.

Erasmus Mundus program u potpunosti je financirao je projekt Hercules, kojima se promovira što zemlje poput Francuske, Ujedinjenog Kraljevstva, Italije te Njemačke mogu ponuditi po pitanju visokog obrazovanja u turizmu studentima iz zemalja u razvoju, naročito Magreba. Dolazi do razmjene znanja i iskustva u menadžmentu u turizmu između tih zemalja i stvaranja kvalificiranog radnog kadra za kulturni turizam.[90]

4.2.11 Zapošljavanje i socijalne inovacije

Program Zapošljavanje i Socijalne inovacije promovira visoku razinu kvalitete i održivog zaposlenja, garantirajući adekvatnu socijalnu zaštitu, suzbijajući socijalnu isključivost i siromaštvo, te unapređujući radnu okolinu. Program za zapošljavanje i socijalnu inovaciju (EaSI) financijski je instrument na europskoj razini kojim izravno upravlja Europska komisija. Program pruža potporu za zapošljavanje, socijalnu politiku i pokretljivost radne snage diljem EU-a. Financijska sredstva iz EaSI-ja koriste se za ispitivanje ideja za reformu na licu mjesta i za njihovu evaluaciju. One najbolje će potom biti široko primijenjene u svim državama članicama. U središtu programa EaSI je pojam socijalne inovacije koji je posebice usmjeren na mlade. Iz programa je namijenjeno 10–14 milijuna eura godišnje za aktivnosti socijalnog poduzetništva.

[90] http://www.herculesproject.eu/index.php/en/<29.1.2016.>

Ciljevi programa EaSI:

- Ojačati vlasništvo ciljeva i koordinacija aktivnosti EU-a na razini EU-a
- i nacionalnoj razini u području zapošljavanja, socijalnih pitanja i uključenosti.
- Poduprijeti razvoj odgovarajućih sustava socijalne zaštite i politika tržišta rada
- promicanjem dobrog upravljanja, međusobnog učenja i socijalne inovacije.
- Modernizirati zakonodavstvo EU-a za učinkovitiju primjenu zakona EU-a.
- Promicati geografsku pokretljivost i povećati mogućnosti za zapošljavanje
- razvijanjem otvorenog tržišta rada.
- Povećati dostupnost i pristupnost mikrofinanciranju osjetljivim skupinama
- povećati pristup financijama socijalnom poduzetništvu.

Financijska sredstva iz programa dostupna su državama članicama EU-a, državama članicama područja EEA-e u skladu sa Sporazumom o EEA-i te državama članicama područja EFTA-e, državama kandidatima za EU i potencijalnim državama kandidatima, u skladu s općim načelima i općim odredbama i uvjetima u okvirnim potpisanim sporazumima vezanima uz sudjelovanje ovih zemalja u programima EU-a.

Vrste organizacija koje se mogu prijaviti za financijska sredstva su nacionalna, regionalna i lokalna tijela, zavodi za zapošljavanje, posebna tijela prema pravu EU-a, socijalni partneri programa, nevladine organizacije, visokoobrazovne ustanove i istraživački instituti, stručnjaci u evaluaciji i vrednovanju učinaka, nacionalni uredi za statistiku te mediji.

PROGRESS program je u 2009. godini sufinancirao održavanje konferencije na temu turističke industrije te zaposlenosti i izazovima na tržištu rada koja je identificirala nove izazove i probleme povezane s turizmom na europskoj razini. Konferencija je omogućila razmjenu znanja i iskustava.

4.3 Korisnici sredstava fondova

Europska komisija općenito je odgovorna za provedbu proračuna EU-a, ali nije izravno odgovorna za upravljanje svim fondovima EU-a. Odluke o konačnim korisnicima i stvarnom prijenosu sredstava tim korisnicima mogu donositi druga tijela.

Nacionalne vlade u državama članicama upravljaju oko 80 % proračuna EU-a prema načelu tzv. podijeljenog upravljanja. U okviru neizravnog upravljanja s druge strane, Komisija delegira upravljanje proračunom EU-a partnerima kao što su decentralizirane agencije, zajednička poduzeća, nacionalne agencije, specijalizirana tijela EU-a, međunarodne organizacije treće zemlje.

Izvori informacija o ugovarateljima i korisnicima financijskih sredstava EU-a razlikuju se ovisno o tome je li upravljanje podijeljeno ili neizravno. Podaci o iznosima koje je pojedinačni korisnik primio iz proračuna EU-a ili Europskog razvojnog fonda određene godine mogu se pretražiti u bazama podataka.

Podaci za određenu financijsku godinu unose se u sustav krajem lipnja naredne godine. Do 30. lipnja 2014. broj unosa premašio je 288 000, u ukupnom iznosu od gotovo 136 milijardi EUR. Ne objavljuju se informacije o ugovorima o javnoj nabavi vrijednosti niže od 15 000 EUR, informacije o osoblju EU-a te određene povjerljive informacije.

Sustavom se omogućuje napredno pretraživanje baze podataka prema godini, državi članici, imenu primatelja, poreznom broju, naslovu programa ili nadležnom odjelu Komisije.

Nacionalne vlade ili regionalna upravna tijela upravljaju oko 80 % proračuna EU-a. Svaka je država članica EU-a odgovorna za objavljivanje podataka o korisnicima sredstava kojima upravlja. Ti se podaci objavljuju na nacionalnim web-mjestima i, ovisno o području provedbe, na sljedećim web-mjestima:

- Poljoprivredna politika (izravna plaćanja i mjere potpore tržištu, Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj)
- Regionalni razvoj (Europski fond za regionalni razvoj, Kohezijski fond)
- Zapošljavanje (Europski socijalni fond)
- Ribarstvo (Europski fond za pomorstvo i ribarstvo)

Manjim dijelom proračuna EU-a upravljaju razni partneri EU-a koji su odgovorni za objavljivanje informacija o konačnim korisnicima sredstava. Te podatke možete pronaći na web-mjestima agencija i drugih tijela EU-a te institucija i drugih tijela EU-a.[91]

Na natječaje se mogu javiti sve vrste organizacija iz javnog, privatnog i civilnog sektora, ali i građani pojedinci te njihove inicijative. Mogućnost njihova sudjelovanja prvenstveno ovisi o

[91] http://ec.europa.eu/contracts_grants/beneficiaries_hr.htm<18.6.2016.>

tome na koji se natječaj javljaju i koji su njegovi prioriteti jer će, u skladu s njima, biti navedeno kakav tip organizacija ulazi u prihvatljive prijavitelje. Natječaji predviđaju sudjelovanje organizacija i pojedinaca iz svih država članica Europske unije, država kandidatkinja, potencijalnih kandidatkinja i pridruženih država, a ponekad je dopušteno da sudjeluju i države koje se ne nalaze u tome krugu zbog njihove važnosti za ciljeve koji se žele postići provedbom natječaja. Tako ponekad vidimo da se na natječaje mogu javljati pojedine afričke, azijske i američke države, ali uglavnom je riječ o iznimkama.

Najčešće se prijavljuju na natječaje:

- Udruge, udruge poslodavaca, sindikati, inicijative građana

Najčešće se prijavljuju na natječaje za dodjelu bespovratnih sredstava u područjima kao što su demokratizacija, dobro upravljanje, vladavina prava, mladi i njihove politike, obrazovanje, uključivanje javnosti u procese donošenja odluka, održivi i ruralni razvoj te zaštita okoliša. Te su organizacije vrlo uspješne u prijavi i provedbi projekata, a dobivena sredstva najčešće predstavljaju veći dio izvora prihoda organizacije.

- Fakulteti i instituti

Prijavljuju i provode znanstveno-istraživačke projekte financirane uglavnom bespovratnim sredstvima u svim područjima, a vrlo su uspješni u projektima u kojima sudjeluju njihovi međunarodni partneri. U sklopu projekata najčešće se bave istraživanjima, edukacijom i sudjelovanjem na međunarodnim konferencijama i seminarima.

- Mala i srednja poduzeća (tvrtke, obrti, zadruge, obiteljska poljoprivredna gospodarstva)

Rjeđe sudjeluju u natječajima za dodjelu bespovratnih sredstava i više teže natječajima javne nabave za izvršenje usluga, radova i nabavu opreme. Najviše ih zanimaju teme kao što su poljoprivreda,energetika, zaštita okoliša, proizvodnja, izvoz kroz koje žele unaprijediti svoje kapacitete.

- Tijela državne uprave i jedinice lokalne i područne samouprave

Provode velike infrastrukturne projekte, projekte javne nabave i natječaje za dodjelu bespovratnih sredstava u decentraliziranim programima, ali često sudjeluju kao partneri u različitim projektima i svim temama.[92]

4.4 Pravo RH na korištenje fondova EU s naglaskom na turizam

Hrvatska je od 1996. do 2000. godine bila korisnica programa Obnova, a od 2001. do 2004. Programa CARDS. Oba programa su namijenjena pomoći trećim zemljama. Stjecanjem statusa zemlje kandidatkinje 2004. godine, Republika Hrvatska stječe pravo korištenja pretpristupnih fondova Europske unije . Tako je u razdoblju od 2004. do 2006. koristila programe ISPA, Phare i SAPARD, koje 2007. zamjenjuje program IPA, instrument pretpristupne pomoći, čiji je cilj bilo dostizanja standarda Europske unije u svim područjima djelovanja, te usvajanje europske pravne stečevine. Ulaskom u Europsku uniju ciljevi programa se mijenjaju. U narednom financijskom razdoblju od 2014. do 2020. godine, Hrvatska će moći raspolagati sredstvima od preko 8 milijardi eura, koja će biti raspoređena na više različitih fondova.[93]

Kohezijska politika jedan je od stupova zajedničkih politika EU koja odražava razmjer socioekonomskih razlika unutar EU, ali i politički značaj kohezije za projekt ujedinjene Europe. Pri tome se odrednice kohezijske politike pomiču s početnog naglaska na postizanje ujednačenog razvitka unutar EU prema jačanju globalne konkurentnosti i održivog rasta gospodarstva EU. Operativnim programom ravnomjernog regionalnog razvoja u sferi turizma predviđeni su projekti javne i poslovne turističke infrastrukture kao pretpostavke razvoja turizma. Operativnim programom ljudskih potencijala u sklopu prioriteta podrške održivom zapošljavanju i unapređenju ljudskog kapitala aktivnosti u sferi turizma sredstva se usmjeravaju ponajprije na razvoj projekata podizanja kapaciteta obrazovnih institucija.

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvorile su se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega

[92] http://www.eu-projekti.info/eu/wp-content/uploads/2013/03/Prakticni-vodic-za-korisnike-EU-fondova_web.pdf<18.6.2016.>
[93] http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/EU%20fondovi%20za%20sve.pdf<21.06.2016.>

strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih operativnih programa i prioriteta sukladno glavnim ciljevima strategije Europa 2020. i izvedenim tematskim ciljevima pojedinih financijskih perspektiva, a temeljem kojih se pripremaju projekti koji povlače sredstva iz fondova EU što ima veliko značenje prije svega u definiranju osnovnih obilježja i ograničenja te smjernica i procjena budućeg razvoja, kako bi se jasno utvrdila područja u kojima će se moći koristiti fondovi EU za sufinanciranje projekata razvoja hrvatskog turizma.

Iskustva drugih zemalja pokazuju da je moguće povlačiti sredstva za velik broj različitih razvojnih projekata, kako u sferi javne infrastrukture za razvoj turizma, tako i u sferi privatnih poduzetničkih pothvata te za obrazovanje u turizmu, promociju, zaštitu okoliša i sl. Investicijski potencijal ukazuje na to da je apsorpcijski potencijal turizma, kao jednog od najkonkurentnijih i najpotentnijih sektora hrvatskog gospodarstva, iznimno respektabilan. Istovremeno je i iskustvo Hrvatske iz faze korištenja pretpristupnih programa, prije svega IPA-e, pokazalo kako su turizam i aktivnosti vezane uz turizam imali velik broj prijavljenih projekata koji su bili uspješni u povlačenju sredstava. Sve to ukazuje da hrvatski turizam ima velika očekivanja od pridruživanja Europskoj uniji i mogućnostima koje mu u tom smislu pružaju njeni fondovi.[94]

[94]Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf<19.6.2016.>

5 ULOGA EUROPSKIH FONDOVA U JAČANJU KONKURENTNOSTI HRVATSKOG TURIZMA

5.1 Pojam konkurentnosti

Zbog zasićenosti turistički tržišta u devedesetima prošlog stoljeća, eskalirao je problem konkurencije i konkurentskih prednosti. Ranije taj problem nije bio naglašen zbog porasta potražnje i razvoja tržišta pa je bilo dovoljno prostora za turističko djelovanje cjelokupne konkurencije. Zbog privlačnosti turizma kao gospodarske grane, sve destinacije u razvitku turizma vide priliku za ekspanziju vlastitih gospodarstva, a relativna lakoća ulaska i brzina reakcija konkurentskih destinacija sprječava destinacije da dugoročno izvlače koristi od turizma ako ne ulažu u kvalitativni i kvantitativni napredak svoje ponude.

Konkurentnost je rezultat zadovoljavanja potreba, sučeljavanja s konkurentima i međudjelovanja svih raspoloživih resursa u kreiranju superiornih vrijednosti. Determinante konkurentnosti na turističkom tržištu mogu se podijeliti na sljedeće:

- *Komparativne prednosti:* klima, lokacija, kultura, povijest, tradicija, priroda, sigurnost, pristup informacijama, infrastruktura, zabavni sadržaji;
- *Makroekonomske determinante:* turistička politika, nacionalni imidž, investicijska politika, porezna politika, politička situacija;
- *Nosioci ponude*: turoperatori, hoteli, moteli, putničke agencije, aviokompanije, banke, zdravstvena služba, komunalne službe, službe osiguranja, telekomunikacije;
- *Orijentacija potražnji*: ciljni segment, motivi turista, razine turističkog doživljaja, demografski i psihološki model turista.[95]

Konkurentnost i ekonomski rast se odnose na niz interaktivnih društvenih, političkih i institucionalnih promjena. Tri su osnovna pravca razmišljanja u teoriji konkurentnosti:

- Aspekt komparativne prednosti i aspekt cjenovne konkurentnosti
- Aspekt strateške/ menadžerske prednosti firmi

[95] Blažević B. i Peršić M. (2009.): Turistička regionalizacija u globalnim procesima, Sveučilište u Rijeci, Opatija, pp. 287.-297.

- Povijesni i društveno-kulturni aspekt

Konkurentnost se može promatrati s mikro i makro razine.

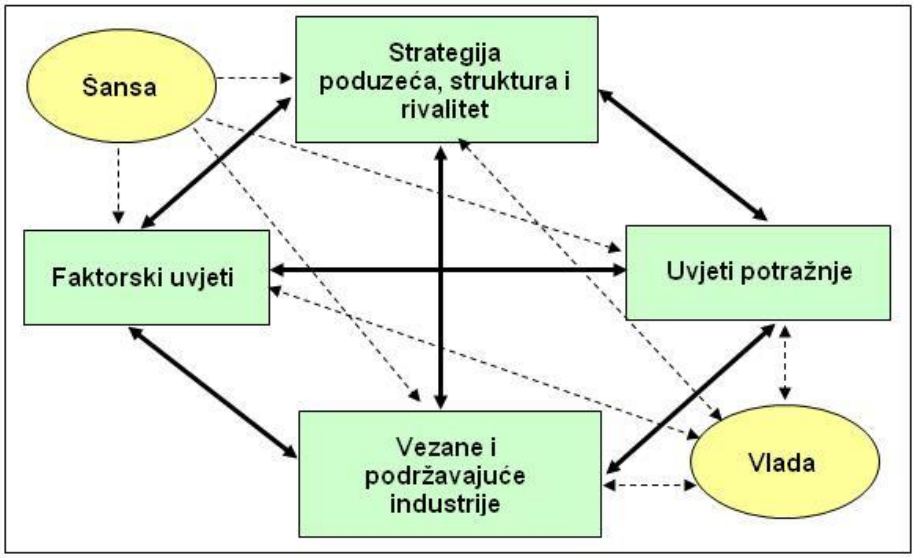
S makro aspekta, konkurentnost je cilj svake države te predstavlja stupanj do kojeg država može, po slobodnim i fer tržišnim uvjetima, proizvoditi robe i usluge tako da udovolji zahtjevima međunarodnog tržišta, uz istovremeno održavanje i povećanje realnih dohodaka svojih građana na dugi rok. Među pokazateljima konkurentnosti država ističu se porezni sustav, makrogospodarska stabilnost, konsolidiranost bankarskog sustava, kapacitet prometna infrastrukture, troškovi poslovanja, zagađenost okoliša, visina javnog duga, ulaganje u istraživanje i razvoj.

Poduzeće koje postiže konkurentnost implementacijom strategije koja doprinositi podizanju njegove vrijednosti je temelj mikro aspekta konkurentnosti. Ovaj oblik konkurentnosti se dijeli na cjenovnu (kvantitativnu) koja se temelji na troškovima i učinkovitosti proizvodnje te necjenovnu (kvalitativnu) konkurentnost koja se temelji na drugim pokazateljima.

Konkurentnost u turizmu može se promatrati s aspekta:

- Države kao destinacije
- Regije, lokalne zajednice ili nekog specifičnog lokaliteta kao destinacije
- S aspekta turističkih poduzeća (mikro subjekata)

U svom djelu „Konkurentske prednosti nacija“, Michael Porter iznosi da je nacionalna ekonomija konkurentna ako je konkurentna u sve četiri determinante koje prikazuje u svome dijamantu konkurentnosti (slika 1 u nastavku) te ukoliko postoji interakcija među njima.



Slika 5-1 Porterov dijamant konkurentnosti

Izvor: Porter, M.E (1998.).: The Competitive Advantage of Nations, Free Press, New York.

Porter analizira utjecaj raspoloživosti i kvalitete pojedinih proizvodnih resursa na konkurentnost te zaključuje da prirodni resursi nisu od presudnog značaja, dok kvaliteta ljudskih resursa je presudna, stoga je od izuzetne važnosti obrazovna i istraživačka infrastruktura. Zemlje koje ulažu u obrazovanje i znanost, te koje su ulagale u tehnologiju imale su puno brže stope rasta. S obzirom da je danas kapital raspoloživ u međunarodnim okvirima, njegova raspoloživost nije presudna. Izuzetno je važna infrastruktura za konkurentnost nacionalne ekonomije.

Uvjeti potražnje proizlaze iz veličine i strukture domaće potražnje, broju stanovnika i kupovnoj moći. Veliko domaće tržišta je poticajno za konkurentnost s izraženim efektima ekonomije obujma. Kao važan faktor konkurentnosti, Porter navodi postojanje povezanih, komplementarnih industrija unutar sustava lokalizirane proizvodnje.

Strategija poduzeća, struktura i konkurencija odnosi se na segment malog i srednjeg poduzetništva u zemlji, te poticanje poduzetničke klime. Bitna je i razvijenost menadžmenta te intenzitet konkurencije na domaćem tržištu.

Porterov dijamant konkurentnosti može se primijeniti i na državu kao turističku destinaciju. Konkurentnost čimbenika proizvodnje u turizmu očituje se u stanju stručnosti i profesionalnosti kadra, kroz atraktivnost i estetsko-ekološku očuvanost prirodnih i društvenih resursa, te kroz inovacije u ponudi. Uvjeti potražnje odnose se na razvijenost domaćeg turizma. Glavni uvjet razvoja i podizanja konkurentnosti sadržaja turističke ponude su

educirani, platežno sposobni domaći turisti. Uvjeti sektora podrške odnose se na postojanje podržavajuće proizvodnje za turizam. Važno je i postojanje pozitivne poduzetničke klime s obzirom da je turizam industrija malog i srednjeg poduzetništva.

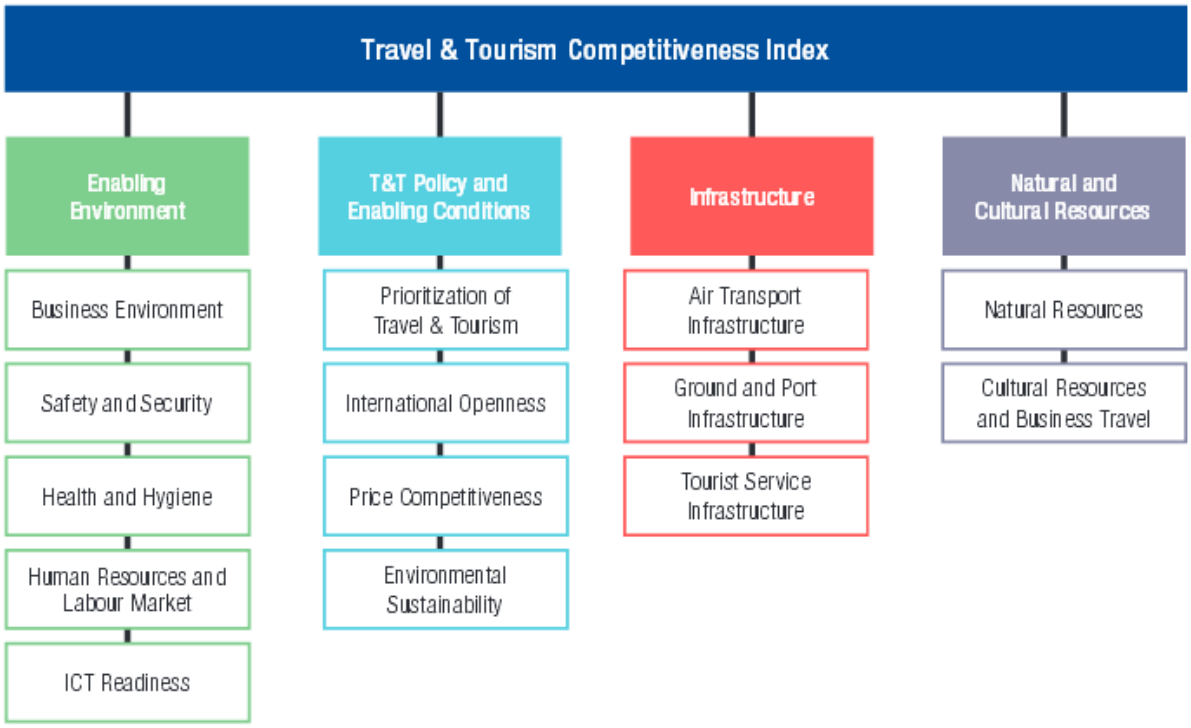
Konkurentnost u turizmu se veže uz cjenovnu diferencijaciju, kretanje valutnih tečajeva, razinu produktivnosti i uz kvalitativne faktore koji utječu na atraktivnost destinacije.[96]

Svjetski ekonomski forum je proteklih devet godina, uključujući ključne industrije i stručnjake kroz program „Aviation and Travel Industry Partnership Programme“ zajedno s agendom „Global Agenda Council on the Future of Travel and Tourism“, obavio dubinsku analizu konkurentnosti turističkog sektora ekonomija diljem svijeta. Ovaj izvještaj predstavlja svojevrsnu podlogu različitim stakeholderima s ciljem postizanja održive turističke industrije sposobne efektivno pridonositi međunarodnom ekonomskom razvoju.

Sastoji se od 14 skupina indikatora konkurentnosti koji su podijeljeni u četiri osnovne skupine konkurentnosti turizma (slika 2 u nastavku):

- Podržavajuće okruženje
- Podržavajuće politike i uvjeti za putovanja i turizam
- Infrastruktura
- Kulturni i prirodni resursi

[96] Tekst u poglavlju zasniva se na tekstu iz: Petrić, L. (2012.): Upravljanje razvojem turizma – aktualne teme i trendovi, Ekonomski fakultet Split, Split, pp. 250.-255.



Slika 5-2 The T&T Competitiveness Index 2015 framework

Izvor: Svjetski ekonomski forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shock

Indeks se sastoji od ukupno 14 stupova koje vidimo u prethodnom grafikonu (Poslovno okruženje, Zaštita i sigurnost, Zdravlje i higijena, Ljudski kapital i tržište rada, Spremnost ICT-a, Prioritetnost sektora turizma i putovanja, Međunarodna otvorenost, Cjenovna konkurentnost, Ekološka održivost, Infrastruktura zračnog prometa, Kopnena i lučka infrastruktura, Infrastruktura turističkih usluga, Prirodni resursi i Kulturni resursi i poslovna putovanja).

Sektor putovanja i turizma važna je gospodarska grana jer čini jednu desetinu ukupnog globalnog BDP-a i raste u prosjeku od 3,4% godišnje. U usporedbi s globalnom ekonomijom koja je rasla 2,3% godišnje, ovaj rast pokazuje da je sektor putovanja i turizma otporniji na gospodarske šokove. Svjetsko udruženje putovanja i turizma predviđa da će se u narednih pet godina rast sektora ubrzati na 5,2% godišnje.[97]

[97]Svjetski ekonomski forum, TheTravel& Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shock, dostupno na: http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1b1da05.pdf<23.6.2016.>

5.1.1 Stanje konkurentnosti europskog turizma

Prema izvještaju iz 2015. godine, Europa je zadržala svoju poziciju vodeće turističke destinacije po broju međunarodnih dolazaka, dijelom zahvaljujući svojim bogatim kulturnim resursima, turističkim uslugama svjetske klase, dobrom zdravstvu i higijenskim uvjetima te posebno zbog visokog nivoa međunarodne otvorenosti i integracije putem Schengena. Unatoč tome, postoje tri glavne podjele koje se odnose na europske zemlje i njihovu poziciju u turizmu.

Prvo, unatoč činjenici da turistički atraktivni kulturni resursi nisu jednako distribuirani, ona ne objašnjava u potpunosti veliki jaz između vodećih i slabijih zemalja u pogledu kulturnih resursa. Iako sve europske zemlje imaju dugu povijest, neke su napravile veći uspjeh u promoviranju svojih kulturnih resursa do razine da su postali magnet za turiste. Sportska i zabavna događanja, kao i konferencije, sajmovi i izložbe, također imaju važnu ulogu. Drugo, ne pridaju sve europske zemlje jednak značaj razvoju turističkog sektora. Primjerice, Španjolska i Italija posjeduju važne turističke atrakcije, ali Španjolska je proaktivno napredovala na korištenju ovih snaga, dok Italija pokazuje mirniji strateški pristup. Island, s druge strane, istražuje svoje resurse kako bi kreirao prepoznatljiv brand i razvio tržišne niše u turizmu. Nadalje, kao treći razlog navodi se poslovno okruženje koje uvelike varira; od efektivnog i podržavajućeg u Sjevernoj i Centralnoj Europi, do manje pristupačnog u Južnoj i Istočnoj Europi.

Na listi 141 države koje je ovaj izvještaj uzeo u obzir, čak 5 članica Europske unije se nalazi među prvih 10 prema ukupnom rejtingu konkurentnosti, a to su Španjolska, Francuska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Njemačka i Italija. Visoku konkurentnost ostvaruju i SAD, Švicarska, Japan, Australija i Kanada. Nerazvijene zemlje Afrike nalaze se na začelju liste, a od članica Europske unije najniže je rangirana Rumunjska na 66. mjestu, zatim Slovačka na 61. mjestu te Litva na 59. mjestu. Općenito, zemlje Europske unije makar bile još u razvoju, imaju predispozicije za bolju konkurentnost od ostalih država svijeta.

Od zemalja Europske unije, Španjolska je po prvi put zauzela vodeću poziciju po konkurentnosti u turizmu. Ona je treća po posjećenosti na svijetu, s otprilike 60.6 milijuna turističkih dolazaka. Ta brojka nastavlja rasti posebice zbog velikog priljeva posjetitelja iz zemalja u razvoju, poput Kine, Brazila i Meksika. S brojnom kulturnom baštinom diljem zemlje, najviše ocjene ima upravo u području kulturnih resursa. Ističe se također i visokim

ocjenama konkurentnosti na području poslovnih putovanja zbog značajnog broja međunarodnih konferencija. Područja za napredak ima na području poslovnog okruženja i poduzetničke klime iz kojeg ima niske ocjene zbog problema s građevinskim dozvolama i neefikasnom legislativom, te na području tržišta rada.

Francuska se nalazi na drugom mjestu ukupne konkurentnosti te nastavlja privlačiti najveći broj posjetitelja, sa preko 84 milijuna dolazaka. Sa svojom kombinacijom bogate povijesti i brojnim turističkim atrakcijama, skijališnim resortima i obalom, Francuska ima visoku ocjenu u kulturnim i prirodnim resursima, koje se nadopunjavaju s naglaskom na ekološku održivost, efikasnu podržavajuću regulativu u području turizma te održivom pristupu razvoju turističkog sektora. Nadalje, Francuska se nalazi među top 10 zemalja po pitanju infrastrukture; posebno u zračnom i cestovnom prijevozu te u turističkim sadržajima. Daljnji napredak bi zahtijevao unapređenje poslovnog okruženja, zbog visokog poreznog opterećenja te dugih procedura oko ishodovanja građevinskih dozvola. Nadalje, sigurnost se javlja kao osjetljivo pitanje kojem se treba posvetiti zbog nedavnih terorističkih napada i prijetnji.

Italija se po konkurentnosti turizma u svijetu nalazi na 8. mjestu. Poznata po slikovitim gradovima, mnogim znamenitostima i kulturnim dostignućima te brojnim UNESCO lokalitetima, snaga ove turističke destinacije leži upravo u njenoj povijesti i kulturi. Nadalje, visoko je rangirana po pitanju potražnje za kulturnim i ekoturizmom. Nudi izvrsne turističke sadržaje i pouzdano zdravstvo i higijenu. Ono što sprečava daljnji razvoj je poslovno okruženje koje nije pogodno za privatne investicije. Manje je cjenovno konkurentna od ostalih mediteranskih zemalja, poput Hrvatske, Španjolske i Grčke, te bi trebala više pažnje posvetiti razvoju infrastrukture, brandiranju i okolišu.[98]

Prioritetne aktivnosti turističke politike Europske unije u sljedećih godina za jačanje konkurentnosti turističkog sektora su sljedeće:

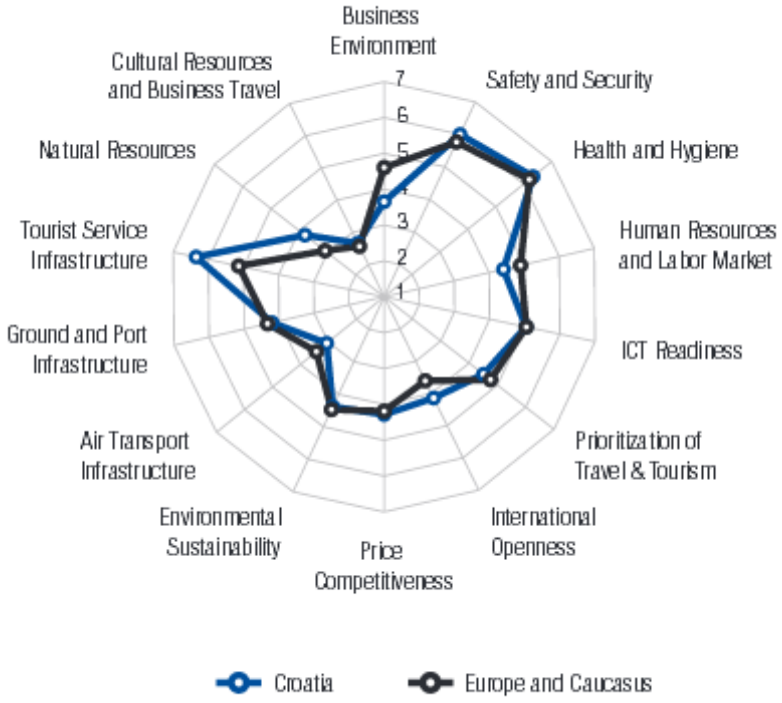
- Privlačenje ulaganja i poboljšanje poslovnog okruženja i poduzetničke klime (osiguranje dobrog funkcioniranja jedinstvenog tržišta uz jednostavan pristup uslugama i financijama);
- Zajednička promocija posebno namijenjena ključnim trećim zemljama i internalizacija malih i srednjih poduzeća u turizmu (povećanje broja putnika iz trećih zemalja);
- iskorištavanje svih mogućnosti digitalizacije;

[98]Svjetski ekonomski forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shock, dostupno na: http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1b1da05.pdf<24.6.2016.>

- Poboljšanje vještine i kompetencija u pružanju industriji vještina koje su im potrebne i za poboljšanje kvalitete radnih mjesta.[99]

5.1.2 Stanje konkurentnosti hrvatskog turizma

Od 141 zemalja koje je istraživanje Svjetskog ekonomskog foruma o konkurentnosti u turizmu obuhvatilo, Hrvatska se nalazi na 33. mjestu s ocjenom 4,3 (najveća ocjena je 7). Na idućoj slici iznijeta je ocjena hrvatskog turizma po pojedinim stupovima u odnosu na regiju kojoj pripada (Europa i Kavkaz).



Slika 5-3 Ocjene elemenata konkurentnosti Hrvatske te regije Europe i Kavkaza

Izvor:http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1b1da05.pdf

[99] Prioriteti turističke politike Europske unije, održivi razvoj i prilike za financiranje iz fondova, dostupno na:http://www.viasverdes.com/pdf/JornadaFITUR_2016/1-EuropeanCommission_ILONA_LELONEK.pdf<23.6.2016.>

Od navedenih 14 stupova Hrvatska je pozitivno ocijenjena u stupovima Infrastrukture turističkih usluga (6. pozicija), Zdravlja i higijene (18. pozicija), Međunarodne otvorenosti (19. pozicija) i Zaštite i sigurnosti (28. pozicija).Izrazito povoljna ocjena naše turističke infrastrukture posljedica je velikog broja hotelskih kreveta u odnosu na broj stanovnika, prisutnosti rent-a-car kompanija, razvijenosti mreže bankomata i prihvaćanja kreditnih kartica. Nadalje, pozitivna ocjena u Međunarodnoj otvorenosti posljedica je velikog broja regionalnih trgovinskih sporazuma. Također dobroj poziciji Hrvatske pridonosi mobilni širokopojasni Internet i raširenost mobilnih mreža.

S druge strane, od navedenih 14 stupova najlošije je ocijenjen stup Poslovnog okruženja (125. pozicija), stup Cjenovna konkurentnost (101. pozicija) i Prioritetnost sektora turizma i putovanja (74. pozicija). Ovo je odraz loših pozicija koje se odnose na utjecaj poreza na poticaje za rad (139.), utjecaj poreza na poticaje za ulaganje (139.), utjecaj propisa na izravna strana ulaganja (137.), efikasnost regulatornog okvira u pobijanju propisa (135.) i rješavanju sporova (132.) te troškovi građevinskih dozvola (132.). Nadalje obrazovanje zaposlenika (128.) te praksa zapošljavanja i otpuštanja (126.) predstavljaju područja koja treba poboljšati.[100]

Kako bi se razvio koncept konkurentnosti hrvatskog turizma, potrebno je analizirati postojeće stanje i utvrditi mogućnosti razvoja, kako bi se implementirala odgovarajuća strategija razvoja. U nastavku je iznijeta SWOT matrica hrvatskog turizma u kojoj su jasno iskazane prednosti i nedostaci, te mogućnosti i ograničenja, bitna za tržišni nastup i budući turistički razvoj Hrvatske.

[100]Svjetski ekonomski forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shock, dostupno na: http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1b1da05.pdf<25.6.2016.>

Tabela 5-1 SWOT matrica hrvatskog turizma

SNAGE	SLABOSTI
• Jadranska obala i otoci • Očuvanost okoliša • Sredozemna klima • Atrakcijska osnova • Prostor za novu turističku izgradnju • Prometni položaj • Razvijena prometna infrastruktura • Podizanje kvalitete turističke ponude • Razvijena turistička infrastruktura • Razvijen i uhodan sustav TZ-a • Tradicija turizma • Visoka podrška razvoju turizma • Imidž turističke zemlje	• Loše gospodarenje prostorom • Nedovoljno valorizirana atrakcijska osnova • Zaostala komunalna infrastruktura • Devastacija turističkih destinacija • neprikladnom gradnjom • Nekoordinirano planiranje i upravljanje • turizmom • Sezonalnost turističkog poslovanja Geografski neujednačen turistički razvoj • Siromašan lanac vrijednosti • Nepovoljna struktura smještajnih • kapaciteta • Imidž Hrvatske ograničen na 'sunce i more' • Siva ekonomija u turizmu • Nedostatak kvalitetne radne snage • Spora primjena novih tehnologija i • nedostatak inovacija
PRILIKE	**PRIJETNJE**
• Poboljšana dostupnost ukidanjem granice • prema zemljama EU • Visok udio potencijalnih turista na glavnim • emitivnim tržištima • Diversifikacija turističkih proizvoda • Strana ulaganja nakon ulaska u EU • Dostupnost EU fondova • Modernizacija sustava upravljanja • turističkim razvojem • Dovršenje procesa privatizacije hotelskih • poduzeća • Aktiviranje neiskorištenih vojnih turističkih • kompleksa	• Nedostatak koordinacije turističkog razvoja • Konflikti javnog i privatnog interesa • Produljena ekonomska recesija • Nestabilnost u EU • Nedostatak investicijskih projekata • Nepovezanost turizma s ostalim • djelatnostima • Nekontrolirani rast cijene energenata • Porast interesa za izgradnjom kuća za odmor • i apartmana • Ekološke katastrofe • Nedostatak (kvalitetne) radne snage • Oštra konkurencija

Izvor: Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske: SWOT i PEST analiza i razvojni scenariji, Institut za turizam, Zagreb, 2012. dostupno na:.http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-07-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf

Ukoliko sagledamo rezultate u konkurentnosti po pojedinim stupovima i pokazateljima koje je dao Svjetski ekonomski forum u svom izvješću te navedenu SWOT analizu hrvatskog turizma, možemo primijetiti da su već identificirane glavne slabosti na kojima bi trebalo raditi i na kojima treba podići razinu konkurentnosti.

Ministarstvo gospodarstva je identificiralo sljedeće čimbenike kroz koje može utjecati na konkurentnost hrvatskog turizma i na kojima će se raditi:

- Pažljiv odabir prioriteta temeljen na teritorijalnom kapitalu i pametnoj specijalizaciji
- Povezivanje kapaciteta za inovacije sa potrebama turističkog sektora
- Razvoj klastera i povezivanje privatnog znanstveno-istraživačkog i javnog sektora
- Efikasno upravljanje turističkim destinacijama temeljeno na privatnim i javnim partnerstvima[101]

5.2 Mogućnosti jačanja konkurentnosti hrvatskog turizma kroz projekte financirane od strane EU fondova

Republika Hrvatska postala je korisnica sredstava iz europskih fondova ulaskom u punopravno članstvo Europske unije. U financijskom razdoblju 2014.-2020. Hrvatskoj je iz europskih strukturnih i investicijskih fondova na raspolaganju ukupno 10,676 milijardi eura. Za ciljeve kohezijske politike predviđeno je 8,397 milijardi eura, 2,026 milijarde eura za poljoprivredu i ruralni razvoj te 253 milijuna eura za razvoj ribarstva.

ESI fondovi u financijskom razdoblju 2014.-2020. raspoređeni su kroz tri operativna programa: Operativni programi Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., Operativni programi Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. i Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. temeljem kojih se može započeti s korištenjem dodijeljenih sredstava.

Upravljačko tijelo za Operativni program Konkretnost i kohezija 2014.-2020. je Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije. Taj program pokriva ulaganja Europskog fonda za regionalni razvoj i Kohezijskog fonda (prvenstveno tematskih ciljeva 1-7) te njegova alokacija iznosi 6,8 milijarde EUR.

[101] http://www.mint.hr/UserDocsImages/131025_m_rajakovic-mingo.pdf<25.8.2016.>

Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Konkretnost i kohezija 2014.-2020. su jačanje gospodarstva primjenom istraživanja i inovacija, korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija, poslovna konkurentnost. promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije, klimatske promjene i upravljanje rizicima zaštita okoliša i održivost resursa, povezanost i mobilnost te obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.

Upravljačko tijelo za Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. je Ministarstvo rada i mirovinskog sustava. Ovaj program pokriva ulaganja Europskog socijalnog fonda (prvenstveno tematskih ciljeva 8-11) te njegova alokacija iznosi 1,6 milijardi EUR. U okviru ovog programa Ministarstvo turizma je posredničko tijelo prve razine u dva prioriteta, investicijski prioriteti Socijalno uključivanje te Obrazovanje i cjeloživotno učenje.

Prioriteti za turizam u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. su visoka zapošljivost i mobilnost radne snage, socijalna uključenost, obrazovanje i cjeloživotno učenje te dobro upravljanje.

Za Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2014.-2020. nadležno je Ministarstvo poljoprivrede. Pokriva ulaganja Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj. Kao mjere za turizam ističu se razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja, temeljne usluge i obnova sela u ruralnim područjima te ulaganje u razvoj šumskog područja i u poboljšanje održivosti šuma.[102]

U navedenim prioritetima i mjerama za turizam koji se odnose na ove operativne programe, vidljive su mogućnosti unapređenja konkurentnosti hrvatskog turizma u područjima poslovnog okruženje, zaštite i sigurnosti, ljudskog kapitala i tržišta rada, spremnosti ICT-a, ekološka održivosti, te infrastrukture. Svi navedeni elementi se ocjenjuju kako bi se dobila ukupna razina konkurentnosti države u turizmu.

[102]Ministarstvo turizma, EU programi za turizam, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27337<28.6.2016.>

5.3 Identifikacija turističkih projekata u Hrvatskoj financiranih putem fondova Europske unije

U okviru Europskih strukturnih i investicijskih fondova, slijedi pregled otvorenih i zatvorenih natječaja i projekata za turistički sektor u Republici Hrvatskoj.

1. ***Shema dodjele bespovratnih sredstava za poslovnu infrastrukturu***

Cilj ovog poziva bio je razvoj javne poslovne infrastrukture, poduzetničkih zona, poduzetničkih potpornih institucija, razvojno-istraživačke i turističke infrastrukture kako bi se potaknuo rast malih i srednjih poduzeća, privukla ulaganja, unaprijedio turistički potencijal u Hrvatskoj te na taj način doprinijelo uravnoteženom regionalnom razvoju. Glavne karakteristike ove inicijative su sljedeće:

- Fond: Europski fond za regionalni razvoj
- Operativni program: OP Regionalna konkurentnost 2007-2013
- Tip natječaja: Otvoreni poziv na dostavu projektnih prijedloga (bespovratna sredstva)
- Status: zatvoren od 21.2.2014.
- Nadležno tijelo: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije
- Područje: pružanje potpore i usluga poduzetnicima, turizam, infrastruktura
- Prijavitelji: jedinice lokalne samouprave, jedinice regionalne (područne) samouprave, lokalne/regionalne javne institucije, lokalne/regionalne turističke zajednice i organizacije, neprofitne organizacije, poduzeća/trgovačko društvo i organizacije u većinskom javnom vlasništvu, potporne institucije za poduzetnike.[103]

Popis korisnika s kojima je potpisan ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava s utjecajem na turizam:

- Grad Trilj u suradnji s Institutom za jadranske kulture i melioraciju krša Split te Javnom ustanovom RERA SD za koordinaciju i razvoj Splitsko-dalmatinske županije: Projekt Proizvodna zona Čaporice- Centar agropoduzetništva 3LJ, stopa sufinanciranja: 89,44%
- Muzeji Hrvatskog zagorja u suradnji s Gradom Klanjec: projekt Studio galerije Antuna Augustinčića, stopa sufinanciranja: 93,50%

[103] http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/30<29.6.2016.>

- Grad Križevci u suradnji s Visokim gospodarskim učilištem Križevci: projekt Razvojni centar i tehnološki park Križevci, stopa sufinanciranja: 98,84%
- Grad Karlovac, Gradski muzej grada Karlovca, Ekološko društvo PAN - Karlovac, Hrvatski Institut za biološku raznolikost i Hrvatski veterinarski institut: Slatkovodni akvarij i muzej rijeka – Kaquarium, stopa sufinanciranja 98,72%
- Javna ustanova Nacionalni park Sjeverni Velebit, Turistička zajednica Grada Senja: Centar za posjetitelje Krasno, stopa sufinanciranja: 95,42%
- Općina Draž, Turistička zajednica Osječko-baranjske županije, Turistička zajednica općine Draž: Dunavski pogled - uređenje javne turističke infrastrukture u mjestu Batina, stopa sufinanciranja: 98,47%
- Grad Beli Manastir, Turistička zajednica Baranje: Etnološki centar baranjske baštine, stopa sufinanciranja: 96,39%
- Grad Zadar, Narodni muzej Zadar, TZ Zadar, Sveučilište u Zadru i Razvojna agencija Zadarske županije: Obnova i turistička valorizacija kulturno povijesnog kompleksa Kneževe palače, stopa sufinanciranja 94,39%
- Općina Veliki Grđevac i Razvojna agencija Bjelovarsko – bilogorske županije: Vlakom kreacije do bazena imaginacije, stopa sufinanciranja 81,44%
- Grad Zagreb, Ustanova Zoološki vrt grada Zagreba: Modernizacija Zoološkog vrta u Zagrebu, stopa sufinanciranja: 95%. [104]

1. *Povećanje gospodarske aktivnosti i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća*

Potpore ovog javnog poziva pružale su se za dvije vrste projekata koji predstavljaju različite sektore hrvatskog gospodarstva, te su shodno tome podijeljene u dva dijela kako bi se jednaka podrška pružila subjektima oba sektora i to: konkurentnost malih i srednjih poduzeća te konkurentnost turizma.

Drugi dio koji se odnosi na konkurentnost u turizmu imao je za cilj doprinijeti održivom razvoju turizma povećanjem konkurentnosti turističkog sektora. Financijska podrška je pružena malim i srednjim poduzećima koji ulažu u izgradnju, preuređenje i poboljšanje kvalitete smještaja malih i srednjih hotela kao i u razvoj dodatne turističke ponude te jačanje komercijalne vrijednosti prirodnih i kulturnih resursa, a u skladu s održivošću i ekološkim

[104] http://www.strukturnifondovi.hr/UserDocsImages/Documents/Popis%20korisnika%20s%20kojima%20je%20potpisan%20ugovor%20o%20dodjeli%20bespovratnih%20sredstava.pdf <29.6.2016.>

standardima određenima nacionalnim strategijama. Glavne karakteristike ove inicijative su sljedeće:

- Fond: Europski fond za regionalni razvoj
- Operativni program: Operativni program za regionalnu konkurentnost 2007.-2013.
- Tip natječaja: Otvoreni poziv na dostavu projektnih prijedloga (bespovratna sredstva)
- Status: zatvoren od 24.2.2014.
- Nadležno tijelo: Ministarstvo poduzetništva i obrta
- Područje: malo i srednje poduzetništvo, obrtništvo, turizam
- Prijavitelji: gospodarski subjekti, mali i srednji poduzetnici, obrtnici[105]

Popis korisnika s kojima je potpisan ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava:

- POTESTAS d.o.o.: Renovacija i rekonstrukcija hotela "Park" (renovacija i dogradnja hotela Park, edukacije djelatnika te promotivne aktivnosti radi produljenja sezone, povećanja broja noćenja i broja kreveta te kvalitete i broja usluga,rekategorizacijom na 5* uz povećanje zaposlenosti);
- GASTROCOM d.o.o: Rekonstrukcija postojeće i dogradnja nove građevine Hotel Park 4 (rekonstrukcija postojeće i dogradnja nove građevine hotela Park sa 4*, kapaciteta 46 kreveta, s kongresnom dvoranom, malim wellness centrom sa saunom, restoranom i aperitiv kavanom sa vrtnom terasom koje će omogućujući otvaranje novih radnih mjesta);
- SAINTS HILLS: Ulaganje u izgradnju i opremanje ekskluzivnog AparthotelaVinaria*** i razvoj vinskog turizma na poluotoku Pelješcu (izgradnja aparthotela sa 4 dvoetažne smještajne jedinice, ukupnog kapaciteta za 16 osoba te pokretanje vinske škole u svrhu diverzifikacije portfelja tvrtke u mjestu Zagruda;
- UGOSTITELJSTVO I TRGOVINA "Rova": Rekonstrukcija hotela "Vila Rova" (proširenje postojeće ponude s novim uslugama, wellness i dodatnim smještajnim kapacitetima uz poboljšanje energetske učinkovitosti);
- VISION d.o.o. : Dizajn butik hotel "Rivalmare" 4* (izgradnja novog hotela nisko energetskog razreda A s elementima eko-hotela, s 12 dvokrevetnih soba i jednim apartmanom, wellnessom i saunom);

[105] http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/22<30.6.2016.>

- EURCO d.d.: Rekonstrukcija Hotela "Dunav" u Vukovaru (povećanje konkurentnosti poduzetnika,podizanje razine kvalitete i povećanje broja smještajnih jedinica hotela Dunav, razvoj dodatne turističke ponude);
- BLIZINA d.o.o.: Razvoj i povećanje konkurentnosti tvrtke Blizina d.o.o.: projekt adaptacije hotela Sveti Križ, adaptacija Hotela Sveti Križ koji doprinosi održivom razvoju turizma povećanjem konkurentnosti lokalnog turističkog sektora i očuvanju vrijednosti prirodnih i kulturnih resursa u skladu s ekološkim standardima.
- STUDIO XXL d.o.o.: Centar zdravog življenja Seget. Izgradnja Centra zdravog življenja Seget radi uvođenja novih proizvoda i usluga te ulaska na nova tržišta. Projekt je investicija u hotel zdravstvenog i nautičkog turizma, upotrebom energetski učinkovite gradnje.[106]

2. *Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine*

Sredstva ukupne vrijednosti 380.000.000 kuna iz Europskog fonda za regionalni razvoj namijenjena su pružanju potpora obnovi i revitalizaciji kulturne baštine kroz Integrirane razvojne programe temeljene na obnovi kulturne baštine koja podrazumijevaju ulaganje u kulturna dobra praćeno s komplementarnim razvojem dodatnih, primarno turističkih sadržaja/usluga s ciljem doprinosa održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini.

Sredstva će se dodjeljivati temeljem Programa dodjele potpora za održivu obnovu kulturne baštine prema sljedećim kategorijama potpora: investicijske potpore u kulturu i očuvanje baštine, potpore za ulaganje u lokalne infrastrukture te regionalne potpore za ulaganje. Dodatno, u sklopu Integriranog programa bit će moguće dodjeljivati potpore male vrijednosti (de minimis potpore) u iznosu do 200.000 eura po korisniku u razdoblju od tri fiskalne godine. Poziv je trajno otvoren, odnosno do iskorištenja raspoloživih sredstava.

Prihvatljivi prijavitelji u sklopu ovog natječaja su tijela javne vlasti te pravne osobe kao vlasnici kulturnih dobara. Također, Poziv potiče formiranje partnerstva prihvatljivih javnih i privatnih dionika kao jednog od osnovnih preduvjeta za optimizaciju opisanih ulaganja u svrhu lokalnog razvoja. Temeljne karakteristike ovog poziva su:

[106] http://www.strukturnifondovi.hr/AplikacijaRepository/Natjecaji/Dokumenti/22/Informacija%20o%20potpisanim%20ugovorima_SMETUR_FINAL.pdf<29.6.2016.>

- Fond: Europski fond za regionalni razvoj
- Operativni program: OP Konkurentnost i kohezija 2014.-2020.
- Tip natječaja: Otvoreni poziv na dostavu projektnih prijedloga (bespovratna sredstva)
- Status: zatvoren od 6.5.2016.
- Nadležno tijelo: Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije
- Područje: turizam, kultura[107]

3. Podrška razvoju MSP u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotela

Trajno otvoreni Poziv na dostavu projektnih prijava će se provoditi u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020., Prioritet 3 „Poslovna konkurentnost"; Investicijski prioritet 3d „Potpora stvaranju kapaciteta MSP-a za uključivanje u proces rasta na regionalnim, nacionalnim i međunarodnim tržištima i inovacijskim procesima"; Specifični cilj 3d1 „Poboljšan razvoj i rast malih i srednjih poduzetnika na domaćim i stranim tržištima"; Aktivnost 3d1.3 "Podrška razvoju MSP u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotela".

Bespovratna sredstva dodjeljivat će se putem trajno otvorenog Poziva na dostavu projektnih prijava odnosno do iskorištenja raspoloživih sredstava u ukupnoj vrijednosti 304.000.000,00 kuna.

Poziv je namijenjen MSP-ima kako bi se potaknule investicije u početna ulaganja povezana s izgradnjom novih, proširenjem kapaciteta i/ili povećanjem kvalitete postojećih hotela koji će po završetku investicije ispuniti minimalne uvjete i uvjete za kategoriju 3, 4 ili 5 zvjezdica jedne od sljedećih vrsta ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli: hotel, aparthotel, turističko naselje, hotel baština ili difuzni hotel, uključujući diversifikaciju ponude hotela na usluge koje hotel prethodno nije nudio, a s ciljem produljenja turističke sezone i podizanja konkurentnosti MSP-a u turizmu. Ključne karakteristike natječaja su:

- Fond: Europski fond za regionalni razvoj
- Operativni program: Operativni program Konkurentnost i kohezija
- Tip natječaja: Otvoreni poziv na dostavu projektnih prijedloga (bespovratna sredstva)
- Status: otvoren od 14.10.2015. do 31.12.2016.
- Nadležno tijelo: Ministarstvo poduzetništva i obrta

[107] http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/1155<30.6.2016.>

- Područje: malo i srednje poduzetništvo, turizam[108]

5.4 Pozicioniranje Ministarstva turizma kao posredničkog tijela u operativnoj strukturi za upravljanje procesom korištenja EU fondova

U provedbi projekata postoji niz dionika koji se pojavljuju. Neki dionici dijelom su institucionalne strukture sustava provedbe EU fondova, a drugi se nalaze na strani pojedinog projekta. Važno je znati što su čije uloge u projektima i kako se na pojedine dionike može računati. Uobičajeni dionici u provedbi projekata su:

- Europska komisija ili Delegacija Europske unije u Hrvatskoj,
- Ugovorno tijelo,
- Korisnik bespovratnih sredstava (potpisnik grant ugovora),
- Partneri na projektu,
- Podugovaratelji,
- Ciljna skupina,
- Krajnji korisnici,
- Ostali dionici.[109]

Slijedom Zakona o uspostavi institucionalnog okvira za provedbu europskih strukturnih i investicijskih fondova u Republici Hrvatskoj u financijskom razdoblju 2014.-2020. te Uredbe o tijelima u sustavima upravljanja i kontrole korištenja Europskog socijalnog fonda, Europskog fonda za regionalni razvoj i kohezijskog fonda, u vezi s ciljem „Ulaganje za rast i radna mjesta“ Ministarstvo turizma imenovano je Posredničkim tijelom razine 1 za Operativni program „Učinkoviti ljudski potencijali“ u prioritetnim osima „Socijalno uključivanje“ i „Obrazovanje i cjeloživotno učenje“. Ministarstvo turizma u okviru svoje uloge planira i pokreće pozive za dostavu projektnih prijedloga, priprema pozive, sudjeluje u procjeni projekata, provodi mjere savjetovanja korisnika i dr.

Osim funkcije Posredničkog tijela razine 1, Ministarstvo turizma sudjeluje i kao sektorski nadležno tijelo u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija te usko surađuje s ostalim ministarstvima koja imaju ulogu Posredničkog tijela razine 1 za pojedine operacije:

[108] http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/1179<30.6.2016.>
[109] http://www.visitorebic-croatia.hr/Content/dokumenti/125_priru%C4%8Dnik.pdf<2.7.2016.>

- Podrška razvoju hotela s dodatnim sadržajima
- Povećanje relevantnosti strukovnog obrazovanja kroz poboljšanje uvjeta za stjecaje praktičnih vještina u ciljanim sektorima srednjeg strukovnog obrazovanja s ciljem postizanja veće zapošljivosti učenika srednjeg strukovnog obrazovanja
- Priprema i provedba programa razvoja kulturne baštine[110]

Pri Ministarstvu turizma, osnovana je Samostalna služba za fondove EU specijalizirana za ovu problematiku. Njeni osnovni zadaci očituju se u sljedećem:

- sudjeluje u pripremi strateških programskih dokumenata za korištenje sredstava iz programa EU, pretpristupnih, strukturnih i Kohezijskog fonda EU u dijelu koji se odnosi na turizam; obavlja sve poslove vezane uz pripremu, provedbu, praćenje korištenja i vrednovanje programa i projekata EU namijenjenih turizmu sukladno strateškim dokumentima Republike Hrvatske i EU;
- središnje je mjesto kontakta i koordinacije sveukupnih aktivnosti Ministarstva vezanih uz fondove EU;
- izvan Ministarstva kontaktira i surađuje s ministarstvima i drugim tijelima državne uprave, posebice s onima koji su nadležni za fondove EU
- unutar Ministarstva koordinira i surađuje sa svim ustrojstvenim jedinicama Ministarstva po raznim pitanjima u svezi s korištenjem fondova EU;
- u suradnji s drugim ustrojstvenim jedinicama utvrđuje i provodi politiku korištenja fondova EU za potrebe unaprjeđenja konkurentnosti turističkog sektora imajući u vidu strateške ciljeve razvoja turizma, utvrđujući prije svega prioritetne namjene korištenja sredstava EU za sektor turizma;
- surađuje s drugim ustrojstvenim jedinicama u pripremi programa dodjele bespovratnih sredstava za sufinanciranje pripreme projekata, prije svega javne infrastrukture u turizmu kojih su nositelji/investitori gradovi i općine;
- izgrađuje sustav informiranja i promicanja mogućnosti korištenja sredstava fondova EU u turizmu za njihove potencijalne korisnike u javnom sektoru (jedinice lokalne samouprave) i privatnom sektoru (poduzetnike);
- surađuje sa strukovnim udrugama po raznim pitanjima, a posebno kao partnerima u informiranju poduzetnika o mogućnostima korištenja sredstava fondova EU;

[110] http://www.mint.hr/default.aspx?id=27338<2.7.2016.>

- sudjeluje u pripremi i provedbi plana stručnog usavršavanja službenika za korištenje fondova EU;
- priprema interna periodična izvješća o korištenju sredstava fondova EU u sektoru turizma.[111]

5.5 Razlozi za nepotpunu iskorištenost fondova EU i preporuke budućeg djelovanja

Prema izvorima iz SDURF-a (Središnjeg državnog ureda za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije), osnovni problem koji se nameće u Hrvatskoj pri aplikaciji projekata jest kompleksnost prijavne procedure, opsežnost potrebne dokumentacije, kao i još uvijek relativno visok stupanj neinformiranosti hrvatskih građana i pravnih osoba o mogućnosti iskorištavanja fondova. Također, proces ugovaranja sredstava, od pripreme prijedloga do potpisivanja ugovora, traje između 12 i 18 mjeseci. Glavni akteri su resorna ministarstva i tijela državne uprave, uz koordinaciju, te naposljetku i nadzor SDURF-a. Potpuna natječajna dokumentacija šalje se SAFU-u, koji objavljuje javni natječaj, a postupak nabave može trajati i do godinu dana. Uloga osoblja SDURF-a i SAFU-a tijekom procesa ugovaranja sredstava je ključna, te iako se zaposlenici obučavanju za administriranje fondovima, fluktuacija osoblja je, radi niskih primanja, izrazito visoka. Dodatno otežava općenit nedostatak kadrova stručno obrazovanih za upravljanje projektnim ciklusom, što proizlazi iz nedovoljnih mogućnosti državnih institucija da preuzmu obrazovanje i stručno osposobljavanje državnih službenika. Iako poduzetnički treninzi za pripremu i izradu projekata postoje, oni se ne mogu smatrati adekvatnom zamjenom za školovanje državnih službenika, koji zbog razlike u zaradi u odnosu na privatne konzultante, rijetko ostaju zaposleni pri državnim agencijama.

Kao ključni faktor za apsorpciju sredstava se navodi kvalitetna izrada projekata. Niska primanja državnih službenika uzrok su visokih stopa fluktuacije eksperata, no drži da je najveći problem upravo nedostatak kvalitetnih investicijskih projekata.

Kao dodatan uvjet o kojem ovisi uspješno iskorištavanje pomoći, navodi se iznos sredstava kojima korisnici fondova moraju pridonijeti projektu, te podudaranje potreba lokalne razine s

[111] http://www.mint.hr/default.aspx?id=8092<4.7.2016.>

programima fondova. Zakonski okvir mora biti kompatibilan iskorištavanju europskih sredstava, te pridonositi maksimiziranju apsorpcije. Kao nepoticajno obilježje post-socijalističkih režima, navodi tzv. 'learning by doing' strategiju usvajanja zakonskog okvira.

Kao odlučujući nedostatak pri apsorpciji sredstava izdvaja se i neadekvatna informacijsko-komunikacijska strategiju. Problem nedostatka obrazovanih kadrova, proizlazi iz nedostatka radionica i seminara na kojima bi se državni službenici mogli osposobljavati za administriranje fondova.[112]

Stopa apsorpcije sredstava iz europskih strukturnih i investicijskih fondova dosad je bila niska zbog čimbenika poput nedostatnih administrativnih kapaciteta, složenosti postupaka i ograničenog broja projekata spremnih za provedbu. Poslovno okruženje u Hrvatskoj i dalje je obilježeno znatnim nedostacima koji opterećuju ulagačku klimu. Mnogi parafiskalni nameti za poduzeća još su smetnja u poslovnom okruženju. Regulatorno okruženje za pružatelje usluga i regulirane profesije i dalje je restriktivno. Pristup određenim reguliranim profesijama i njihovo obavljanje, među ostalim i pravničkim profesijama i poreznom savjetovanju, i dalje su ograničeni. Hrvatska preispituje potrebu za tim ograničenjima i njihovu razmjernost, ali konkretni koraci kasne. Nadalje, regulirane profesije i poduzeća pod znatnim su administrativnim opterećenjem.[113]

Među preporukama za buduće djelovanje izdvajaju se postupci po pitanju sljedećih problema:

- Kašnjenje u pripremi strateških dokumenata i operativnih programa

Iako su operativni programi Republike Hrvatske usvojeni od strane Europske komisije u realnim rokovima, ministarstvima je trebalo previše vremena za usvajanje finalne verzije čime se odužilo s provođenjem projekata i dobivanjem sredstava iz fondova. Potrebno je ubrzati procese izrade finalnih verzija operativnih programa i imenovati kvalitetnije i odgovornije stručne osobe za taj posao.

- Visoki troškovi pripreme projektne dokumentacije

Prilikom prijave projekta potrebno je pribaviti određenu količinu dokumentacije koju državne službe mogu same osigurati uvidom u svoje baze podataka te olakšati cijeli proces. Potrebno je smanjiti broj dokumentacije potrebne za prijavu projekta na najmanju moguću

[112] Mišić, G. i Hajdinjak,S. (2009.): Iskorištavanje pretpristupnih fondova europske unije: problem administrativnih kapaciteta u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu - Fakultet političkih znanosti, Zagreb
[113] http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/csr2016_croatia_hr.pdf<4.7.2016.>

mjeru, a dokumentaciju koju državne službe mogu same osigurati uvidom u bazu podataka – potpuno izbaciti iz popisa dokumentacije potrebne za prijavu projekta.

- Netransparentno informiranje javnosti o budućim natječajima i zakonskoj regulativi(pravna nesigurnost)

Vrlo često je slučaj da se pravilnici po kojima se projekti mogu prijaviti na pojedine natječaje objavljuju nekoliko dana prije objave natječaja. Stvara se dojam u javnosti da su to natječaji za „odabrane“ jer je gotovo nemoguće u nekoliko dana kvalitetno pripremiti projekt Potrebno je donijeti zakonski akt prema kojem je nemoguće raspisivanje natječaja ako ne prođe barem 60 dana od objave pravilnika. U tom razdoblju je državno tijelo koje raspisuje natječaj u obavezi odraditi info- kampanju o pravilniku i natječaju po cijeloj zemlji.

- Sporost državne administracije kod odobravanja projekata

Tijekom korištenja pretpristupnih fondova EU prosječno trajanje procesa odabira i ugovaranja projekata bilo je oko 12 mjeseci. Većina prijavitelja projekata morala je čekati više od godinu dana kako bi saznala da li je projekt prihvaćen ili ne. Potrebno je više pažnje posvetiti odabiru kadrova u službama koje raspisuju natječaje i analiziraju pristigle prijave. Potrebno je napraviti i reformu državne uprave kako bi cijeli sustav efikasnije funkcionirao.

- Sufinanciranje EU projekata

Potrebno je pribaviti sredstva za sufinanciranje projekata koji se dijelom financiraju iz fondova Europske unije, a dijelom putem jedinica lokalne samouprave te stoga treba kvalitetno posložiti mehanizme kreditiranja.

- Projekti održivog razvoja koji se financiraju iz EU fondova

Svaki projekt koji se financira mora biti odobren od strane Ministarstva zaštite okoliša (izrađen elaborat ili studija zaštite okoliša) te mora biti ekonomski održiv bez potpore iz EU fondova.

- Redefiniranje uloge lokalnih i regionalnih razvojnih agencija

Potrebno je redefinirati uloge lokalnih i regionalnih razvojnih agencija s ciljem da te institucije postanu razvojni centri koji koordiniraju korisnike.[114]

[114] https://www.orah.hr/files/Politike-usvojene/Koristenje_EU_Fondova-_ORaH.pdf<4.7.2016.>

5.6 Dosadašnji rezultati u korištenju sredstava Europske unije za razvoj i konkurentnost hrvatskog turizma

Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije izvijestilo je početkom lipnja 2016. godine da je u prvih pet mjeseci Hrvatska povukla ukupno 506 milijuna eura iz fondova EU, ocijenivši da je to naznaka da će iskorištenost fondova značajno porasti u odnosu na prethodne godine.

Većina sredstava od 506 milijuna eura povučenih u prvih pet mjeseci ove godine, prema podacima Ministarstva, usmjerena je na projekte iz područja prometa i zaštite okoliša, razvoj poduzetništva, ulaganja u obnovu studentskih domova, projekte znanstvenih institucija i dr.[115]

Neke od važnijih promjena u 2016., koje su doprinijele ovom uspjehu, zasigurno su pojednostavljenje sustava i procedura EU fondova, uspostavljanje Baze projekata, jačanje administrativnih kapaciteta, koordinacija tijela u Sustavu upravljanja i kontrole EU fondovima, koordinacija županija i regionalnih razvojnih agencija te pokretanje postupka izmjene operativnih programa.[116]

S druge strane, Institut za javne financije u svom izvještaju objavljenom u svibnju 2016. je utvrdio slabe rezultate u korištenju fondova za razdoblje. 2011.-2014.. Pomoći EU-a primilo je 90% županija, 47% gradova i 15% općina – ukupno 309 milijuna kuna. Kroz to razdoblje, iznos pomoći Europske unije lokalnim jedinicama na godišnjoj razini se gotovo osam puta povećao. U navedenom razdoblju najviše su EU pomoći primili gradovi (155,8 mil. kn), zatim županije (94,7 mil. kn), pa općine (58,4 mil. kn):

- 60 od 128 gradova; najviše Senj (18,4 mil. kn), zatim Križevci i Osijek (po 11,1 mil. kn)
- 18 od 20 županija; najviše Splitsko-dalmatinska (29,1 mil. kn), Virovitičko-podravska (19,3 mil.kn), te Istarska 17,2 mil. kn (podaci vidljivi u tablici 2 u nastavku)
- 66 od 428 općina; najviše Darda (6 mil. kn), zatim Erdut i Magadenovac (po 3,1 mil. kn)

[115] Ministarstvo turizma: Hrvatska u prvih pet mjeseci iz EU fondova povukla 506 milijuna eura, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?ID=33146<25.8.2016.>

[116] http://www.strukturnifondovi.hr/veliki-uspjeh-hrvatska-povukla-vise-od-500-milijuna-eura-iz-eu-fondova-u-samo-pet-mjeseci-ove-godine <25.8.2016.>

Tabela 5-2 Pomoći EU županijama 2011.-2014. (u mil.)

Županija	Tekuće	Kapitalne	Ukupne	Ukupno po stanovniku (u kunama)
Splitsko-dalmatinska	26,644	2,450	29,094	64,0
Virovitičko-podravska	4,119	15,210	19,329	227,8
Istarska	17,182	0	17,182	82,6
Brodsko-posavska	5,826	7,430	13,255	83,6
Međimurska	4,708	0	4,708	41,4
Dubrovačko neretvanska	3,042	0,038	3,081	24,8
Šibensko-kninska	1,561	0	1,561	14,3
Varaždinska	1,514	0	1,514	8,6
Krapinsko-zagorska	0	1,490	1,490	11,2
Vukovarsko-srijemska	1,109	0	1,109	6,2
Koprivničko-križevačka	0,863	0,069	0,932	8,1
Sisačko-moslavačka	0,464	0	0,464	2,7
Karlovačka	0,310	0	0,310	2,4
Bjelovarsko-bilogorska	0,301	0	0,301	2,5
Zagrebačka	0,229	0	0,229	0,7
Osječko-baranjska	0,085	0	0,085	0,3
Požeško-slavonska	0,007	0	0,007	0,1
Primorsko-goranska	0,001	0	0,001	0
Ličko-senjska	0	0	0	0
Zadarska	0	0	0	0
UKUPNO	67,966	26,687	94,653	581,3

* *Direktne, indirektne, tekuće i kapitalne pomoći.*

Izvor: https://bib.irb.hr/datoteka/814931.105.pdf

Podaci su zabrinjavajući. Više od polovice gradova nije koristilo te pomoći, a samo deset gradova je iskoristilo čak više od 60% ukupno iskorištenog iznosa. Slično je i s općinama – samo ih je 15% koristilo pomoći, a prvih deset općina je iskoristilo gotovo polovicu ukupnog iznosa.[117] S obzirom da se iskorištenost fondova povećala, možemo utvrditi napredak Hrvatske u području povlačenja sredstava.

Konkretno za jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma možemo izdvojiti projekte sufinancirane iz europskih fondova i programa pri razvoju poslovne i turističke infrastrukture kojima se potakao rast malog i srednjeg poduzetništva te unaprijedio turistički potencijal u Hrvatskoj. Nadalje, financijskom pomoći malom i srednjem poduzetništvu dovelo se do jačanja vrijednosti resursa te razvoja dodatne turističke ponude.

U okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014.-2020. Republici Hrvatskoj je na raspolaganju 6,881 milijarda eura od čega 4,321 milijarda eura iz Europskog fonda za

[117] https://bib.irb.hr/datoteka/814931.105.pdf <26.8.2016.>

regionalni razvoj (EFRR) i 2,559 milijardi eura iz Kohezijskog fonda (KF). Kada se tome pridoda obvezno sufinanciranje provedbe operativnog programa iz proračuna Republike Hrvatske, njegova ukupna vrijednost raste na 8,081 milijardi eura.[118]

Ovaj operativni program nam je zanimljiv iz razloga što podupire one pokazatelje na osnovu kojih se i mjeri konkurentnost turizma neke države, poput potpore primjene istraživanja i inovacija za jačanje gospodarstva, korištenje informacijskih i komunikacijskih tehnologija, poslovna konkurentnost, promicanje energetske učinkovitosti i obnovljivih izvora energije, klimatske promjene i upravljanje rizicima, zaštita okoliša i održivost resursa, povezanost i mobilnost, socijalno uključivanje i zdravlje, te obrazovanje, vještine i cjeloživotno učenje.[119]

Nadalje, Hrvatska turistička zajednica uključila se u upravljanje ESF fondom kao posredničko tijelo druge razine pri ostvarivanju ciljeva na području socijalne uključenosti, obrazovanja i cjeloživotnog učenja te pametne administracije.[120]

Do kraja 2020. godine, odnosno kraja financijskog razdoblja za koje su predviđena sredstva europskih fondova za ostvarivanje hrvatskih razvojnih prioriteta i ciljeva u iznosu od 11 milijardi eura, Hrvatska bi trebala analizirati svoje potrebe i slabosti, te shodno njima razviti projekte čijim izvršenjem će postići bolju poziciju na ljestvici globalne konkurentnosti. U 2016. godini vidi se napredak u povlačenju sredstava iz europskih fondova, međutim s obzirom na dostupna i iskorištena sredstva, Hrvatska još zaostaje za ostalim zemljama članicama Europske unije.

[118] http://www.strukturnifondovi.hr/op-konkurentnost-i-kohezija-2014-2020-779 <26.8.2016.>
[119] http://www.strukturnifondovi.hr/UserDocsImages/Documents/01%20OPKK%202014-2020%20hrv%2027112014.pdf <26.8.2016.>
[120] http://business.croatia.hr/Documents/3581/Turizam-kroz-EU-fondove.pdf <26.8.2016.>

6 OSVRT NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA

U uvodnom dijelu ovog rada iznijeta su istraživačka pitanja na koje je ovo kvalitativno istraživanje na kraju dalo odgovor:

I1…Koja je uloga turizma u gospodarstvu Europske unije?

Turizam predstavlja treću po važnosti socio-ekonomsku aktivnost te jedan od najvažnijih gospodarskih činitelja u Europskoj uniji zbog svog doprinosa ukupnom BDP-u zemalja članice, pozitivnih učinaka na ekonomski rast te zaposlenost. Ukupni doprinos turizma BDP-u zemalja članica iznosio je u 2014. godini čak 9.7% ukupnog BDP-a te se očekuje daljnji rast. Nadalje, u turističkom sektoru Europske unije posluje gotovo 2 milijuna poduzeća te čini 5.2% ukupne radne snage Europske unije. Važnu ulogu ima kod zapošljavanja žena i te kod razvoja malog i srednjeg poduzetništva. Europska unija je zasad vodeća emitivna i receptivna turistička destinacija, a kako bi se očuvali pozitivni učinci turizma na gospodarstvo zemalja članica, potrebno je osnažiti turističku politiku na razini Europske unije te upravljati turizmom na održiv način. U drugom poglavlju ovog rada iznijeti su podaci koji utvrđuju i dokazuju krucijalnu ulogu turizma u gospodarstvu Europske unije, dok je kroz treće poglavlje naglašena važnost turističke politike na razini Unije kako bi se pozitivni učinci turizma očuvali i povećali.

I2…Kako se uz pomoć fondova Europske unije potiče konkurentnost u zemljama članicama?

Europska unija putem fondova financiranih iz zajedničkog proračuna zemalja članica pruža potporu projektima i programima u područjima kao što su regionalni i urbani razvoj, zapošljavanje i socijalna uključenost, poljoprivreda i ruralni razvoj, pomorska i ribarstvena politika, istraživanje i inovacije te humanitarna pomoć. Navedena područja su direktno ili indirektno povezana s turizmom te je Europska komisija iznijela vodič kako i u kojim područjima dionici u turizmu mogu ostvariti prava na financijsku pomoć iz fondova. Konkurentnost u turizmu se mjeri na osnovu nekoliko indikatora, poput kulturnih i prirodnih resursa, infrastrukture, podržavajućeg okruženja te podržavajuće politike i uvjeta za putovanja. Prioriteti postavljeni od strane Europske unije kako bi se ostvarilo sufinanciranje iz fondova se uvelike dotiču ovih stavki, te samim time projekti financirani iz fondova pridonose jačanju konkurentnosti pojedine zemlje članice. Često je slučaj i da projekti u turizmu obuhvaćaju nekoliko država na razini Europske unije te na taj način pridonosi razvoju više zemalja istovremeno, postižući i ciljeve kohezije. Četvrto poglavlje rada iznijelo je pregled

dostupnih fondova za turistički sektor te su utvrđeni razvojni prioriteti i ciljevi za jačanje konkurentnosti koje ti fondovi podupiru.

I3…Kako je Hrvatska iskoristila fondove Europske unije u poticanju konkurentnosti hrvatskog turizma?

Hrvatska je s punopravnim članstvom Europske unije postala korisnica sredstava iz europskih fondova te joj je financijskom razdoblju 2014.-2020. godine iz europskih strukturnih i investicijskih fondova na raspolaganju gotovo 11 milijardi eura. Izvještaj Svjetskog ekonomskog foruma pozicionirao je Hrvatsku na 33. mjesto po indeksu konkurentnosti turizma s pozitivnom ocjenom u područjima infrastrukture turističkih usluga, zdravlja i higijene, međunarodne otvorenosti te zaštite i sigurnosti. S druge strane, konkurentnosti hrvatskog turizma odmažu utjecaj poreza na poticaje za rad, utjecaj poreza na poticaje za ulaganje, utjecaj propisa na izravna strana ulaganja, neefikasnost regulatornog okvira te visoki troškovi građevinskih dozvola, obrazovanje zaposlenika te praksa zapošljavanja i otpuštanja. Kako turizam u Hrvatskoj predstavlja jedan od važnijih generatora razvoja te usred nedostatka financijskih sredstava na nacionalnoj razini, u fondovima se uvidjela prilika za daljnji razvoj i unapređenje turističke ponude u svrhu poboljšanja konkurentske pozicije na globalnoj razini.

U petom poglavlju, identificirano je stanje konkurentnosti hrvatskog turizma te utvrđena područja na kojima se ostvaruju negativne ocjene i koje bi trebalo poboljšati. U pregledu turističkih projekata u Hrvatskoj koji su dosad financirani iz europskih fondova, uočena su područja kojima se postiže konkurentnosti na kojima Hrvatska radi.

Konkretno za jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma možemo izdvojiti projekte sufinancirane iz europskih fondova i programa pri razvoju poslovne i turističke infrastrukture kojima se potakao rast malog i srednjeg poduzetništva te unaprijedio turistički potencijal u Hrvatskoj. Financijskom pomoći malom i srednjem poduzetništvu dovelo se do jačanja vrijednosti resursa te razvoja dodatne turističke ponude.

U prvih pet mjeseci 2016. godine Hrvatska je povukla ukupno 506 milijuna eura iz fondova Europske unije. Ako uzmemo u obzir ukupna raspoloživa sredstva i iskorištena, možemo zaključiti da postoji još mnogo prilika za projekte na području turizma da postignu financijsku pomoć iz fondova. Potrebno je samo pravilno iznijeti ideju te predstaviti koje doprinose i pozitivne učinke može imati na konkurentnost turizma.

I4…U kojim područjima konkurentnosti je realiziran najveći broj EU projekata u Hrvatskoj?

Područja prema kojima se mjeri ukupni indeks konkurentnosti u turizmu su Poslovno okruženje, Zaštita i sigurnost, Zdravlje i higijena, Ljudski kapital i tržište rada, Spremnost ICT-a, Prioritetnost sektora turizma i putovanja, Međunarodna otvorenost, Cjenovna konkurentnost, Ekološka održivost, Infrastruktura zračnog prometa, Kopnena i lučka infrastruktura, Infrastruktura turističkih usluga, Prirodni resursi te Kulturni resursi i poslovna putovanja.

Promatrajući projekte kojima su odobrena sredstva iz Europske unije na području turizma u Hrvatskoj u petom poglavlju ovog rada te ciljeve koje žele ostvariti, može se zaključiti da se najveći dio projekata odnosi na razvoj poslovne infrastrukture i okruženja te razvoj turističke infrastrukture (uključujući infrastrukturu zračnog prometa, kopnenu i lučku te infrastrukturu samih usluga u turizmu). Velika važnost pridonosi se pritom na ekološkoj održivosti projekata čime se ispunjava daljnji čimbenik konkurentnosti. Nadalje, podupire se i područje prirodnih i kulturnih resursa, njihove obnove, revitalizacije i očuvanja. Ministarstvo turizma preko operativnih programa je pridonijelo kvaliteti strukovnog obrazovanja u turizmu te socijalnog uključivanja postižući razvojne ciljeve na području ljudskog kapitala i tržišta rada. Njegova uloga u području privlačenja fondova i pomoći dionicima u turizmu da prijave svoje projekte na europske natječaje također je definirana kroz peto poglavlje.

Trebalo bi pažnju obratiti upravo na područja konkurentnosti u turizmu u kojima Hrvatska ostvaruje negativne ocjene i shodno tome iznijeti projekte kojima bi se ta područja unaprijedila.

7 ZAKLJUČAK

Turizam je jedan od važnijih pokretača razvoja u zemljama Europske unije te ima brojne pozitivne učinke na gospodarstvo, što je pogotovo vidljivo u zemljama koje u većoj mjeri ovise o turističkoj aktivnosti poput Hrvatske. Udio turističke djelatnosti u BDP-u i ukupnoj zaposlenosti mnogo je veći u Hrvatskoj u odnosu na ostale zemlje članice. Zbog heterogenosti i kompleksnosti turizma te s porastom konkurencije na globalnoj razini, javlja se potreba za stalnim unapređenjem i podizanjem kvalitete usluga i proizvoda u turizmu.

Europska unija putem financijske pomoći projektima i programima pruža potporu u područjima kao što su regionalni i urbani razvoj, zapošljavanje i socijalna uključenost, poljoprivreda i ruralni razvoj, pomorska i ribarstvena politika, istraživanje i inovacije te humanitarna pomoć. Sva ta područja indirektno ili direktno utječu na turizam. Iz pregleda fondova i programa dostupnih za turizam te pozitivnih primjera prethodnog korištenja fondova, u radu su utvrđene mogućnosti za razvoj hrvatskog turističkog sektora te jačanje njegove konkurentnosti.

Svjetski ekonomski forum na godišnjoj razini donosi izvješće o konkurentnosti u turizmu u svijetu na osnovu različitih pokazatelja. Hrvatska se nalazi na 33. mjestu te uz vrlo pozitivne ocjene na području infrastrukture turističkih usluga, zdravlja i higijene, međunarodne otvorenosti te zaštite i sigurnosti, ističu se i negativne ocjene u području poslovnog okruženja, cjenovne konkurentnosti te prioritetnosti turizma.

Razvojni prioriteti, postavljeni od strane Europske unije za ostvarivanje prava na financijsku potporu iz zajedničkog proračuna, se uvelike dotiču navedenih područja koje Hrvatska treba poboljšati. S obzirom na potrebu proaktivnog i pravovremenog djelovanja u turizmu i na ograničavajuće financijske prilike, europski fondovi predstavljaju idealnu priliku za poboljšanje konkurentnosti hrvatskog turizma.

LITERATURA

Knjige:

1. Barić Punda V, et al. (2006.): Hrvatska i EU – izazovi integracije, Ekonomski fakultet Split, Split.
2. Bartoluci M.(2013): Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb.
3. Blažević B. (2007.): Turizam u gospodarskom sustavu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Rijeka.
4. Blažević B. i Peršić M. (2009.): Turistička regionalizacija u globalnim procesima, Sveučilište u Rijeci, Opatija.
5. Ceravec M.,et al. (2010.): Europska unija, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb.
6. Cooper C. et al (2008). : Ekonomija turizma – načela i praksa, Ekokon, Split.
7. Čavlek N. et. al. (2011): Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb.
8. Dolenec H. (2013): Pojmovnik fondova Europske unije, Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije, Samobor.
9. Družić G. (2009): Croatian economic development and the EU – Potential and Perspectives, Školska knjiga, Zagreb.
10. Geić, S. (2011) : Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split.
11. Geić, S. (2007.): Organizacija i politika turizma – kulturološki-ekologijski i sociogospodarski aspekti, Sveučilište u Splitu, Split.
12. Gržinić J. i Bevanda V. (2014): Suvremeni trendovi u turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula.
13. Hendija, Z. (2013) Trendovi na turističkom tržištu kao polazište u planiranju razvoja turizma, Školska knjiga, Zagreb.
14. Hitrec T. i Hendija Z (2008). : Politika, organizacija i pravo u turizmu, Zagrebačka škola za menadžment, Zagreb.
15. Kandžija V. i Cvečić I. (2008): Makrosustav Europske unije, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.

16. Kandžija V. i Cvečić I. (2010.): Ekonomika i politika Europske unije, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.
17. Kandžija V. i Kumar A., (2010): Economic integration, competition and cooperation, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.
18. Koncul, N. (2009): Ekonomika i turizam, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik.
19. Mintas-Hodak, Lj (2004).: Uvod u Europsku Uniju, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb.
20. Mišić, G. i Hajdinjak,S. (2009.): Iskorištavanje pretpristupnih fondova europske unije: problem administrativnih kapaciteta u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu - Fakultet političkih znanosti, Zagreb.
21. Omejec, J. (2008.): Vijeće Europe i Europska unija – institucionalni i pravni okvir, Novi informator, Zagreb.
22. Petrić L. (2012): Upravljanje razvojem turizma – aktualne teme i trendovi, Ekonomski fakultet Split, Split.
23. Radnić Alkier, R. (2009): Turizam u Europskoj Uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
24. Tkalac Verčić A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N., (2011): Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje, 2. izd. M.E.P., Zagreb.

Časopisi:

1. Vuković I. (2006): Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku, Tourism and Hospitality Management vol. 12., no 1.

Izvori s Interneta:

1. Directorate - General for Enterprise and Industry (2014): Guide on EU founding for the tourism sector (2014 -2020), Europska komisija, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/EC-Guide-EU-funding-for-tourism-Oct-2014.pdf
2. Europska komisija, EU turistička tržišta, njihova struktura i uloga ICT-a, dostupno na: http://www.iby.it/turismo/papers/TOURISMlink_MktReport_V2.pdf

3. Europska komisija –Turizam, dostupno na: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en
4. Europska komisija Preporuka za preporuku vijeća o Nacionalnom programu reformi Hrvatske za 2016, dostupno na: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/csr2016_croatia_hr.pdf
5. Europski strukturni i investicijski fondovi, dostupno na: http://www.strukturnifondovi.hr/op-konkurentnost-i-kohezija-2014-2020-779
6. EU programi Ministarstva turizma, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27338
7. EUROSTAT, statistički podaci o hrvatskom turizmu, dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_for_Croatia
8. EU fondovi za sve, dostupno na: http://europski-fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/EU%20fondovi%20za%20sve.pdf
9. EU fondovi u turizmu, dostupno na: http://www.visitorebiccroatia.hr/Content/dokumenti/125_priru%C4%8Dnik.pdf
10. Europska unija – financiranje sredstvima EU, dostupno na: http://europa.eu/about-eu/funding-grants/
11. Europska unija i turizam – izazovi i odgovori, dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140749/LDM_BRI(2014)140749_REV1_EN.pdf
12. Fondovi EU za turizam, dostupna na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/dht12-eu-z-kramaric.pdf
13. Glavni plan i strategija razvoja turizma Republike Hrvatske: SWOT i PEST analiza i razvojni scenariji, Institut za turizam, Zagreb, 2012. dostupno na:.http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-07-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf
14. Hrvatska i Europska unija pregovori, dostupno na: http://www.mvep.hr/hr/hrvatska-i-europska-unija/pregovori/
15. Hrvatska se pridružuje Europskoj uniji, dostupno na: http://europa.eu/newsroom/highlights/special-coverage/croatia-joins-eu/index_en.htm
16. Informacija o potpisanim ugovorima, dostupno na: http://www.strukturnifondovi.hr/AplikacijaRepository/Natjecaji/Dokumenti/22/Informacija%20o%20potpisanim%20ugovorima_SMETUR_FINAL.pdf

17. Jačanje konkurentnosti hrvatskog turizma putem primjene inovacija uz korištenje ESI fondova, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/131025_m_rajakovic-mingo.pdf
18. Sporazum o partnerstvu Hrvatske s Europskom unijom, dostupno na: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1223_hr.htm
19. Kako funkcionira Europska unija, dostupno na: http://bookshop.europa.eu/hr/kako-funkcionira-europska-unija-pbNA0414810/?CatalogCategoryID=sciep2OwkgkAAAE.xjhtLxJz
20. Korištenje EU fondova, dostupno na: https://www.orah.hr/files/Politike-usvojene/Koristenje_EU_Fondova-_ORaH.pdf
21. Ministarstvo turizma. Programi Unije, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27343
22. Ministarstvo turizma, EU programi za turizam, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=27337
23. Ministarstvo turizma: Hrvatska u prvih pet mjeseci iz EU fondova povukla 506 milijuna eura, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?ID=33146
24. Operativni program Konkurentnost i kohezija 2014. -2020., dostupno na: http://www.strukturnifondovi.hr/UserDocsImages/Documents/01%20OPKK%202014-2020%20hrv%2027112014.pdf
25. Obnova tvrđave sv. Mihovil, dostupno na: http://ec.europa.eu/regional_policy/hr/projects/croatia/refurbished-fort-will-help-to-bring-more-visitors-to-ancient-coastal-city
26. „OECD TourismTrendsandPolicies“ 2014, dostupno na: http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf
27. Preferencije Europljana u turizmu, dostupno na: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_414_en.pdf
28. Priprema i provedba integriranih razvojnih programa temeljenih na obnovi kulturne baštine, Strukturni fondovi, dostupno na http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/1155
29. Podrška razvoju MSP u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotel, Strukturni fondovi, dostupno na http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/1179
30. Popis korisnika kojima je potpisan ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava, dostupno na:http://www.strukturnifondovi.hr/UserDocsImages/Documents/Popis%20korisnika

%20s%20kojima%20je%20potpisan%20ugovor%20o%20dodjeli%20bespovratnih%20sredstava.pdf

31. Povećanje gospodarske aktivnosti i konkurentnosti malih i srednjih poduzeća, Strukturni fondovi, dostupno na: http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/22
32. Politika Europske unije: Kako funkcionira Europska unija, 2014 dostupno na: http://bookshop.europa.eu/hr/kako-funkcionira-europska-unija-pbNA0414810/?CatalogCategoryID=sciep2OwkgkAAAE.xjhtLxJz
33. Politike Europske unije: Proširenje, dostupno na: http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/hr/enlargement_hr.pdf
34. Pomoći Europske unije županijama, gradovima i općinama od 2011.-2014., dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/814931.105.pdf
35. Prioriteti turističke politike Europske unije, održivi razvoj i prilike za financiranje iz fondova, dostupno na:http://www.viasverdes.com/pdf/JornadaFITUR_2016/1-EuropeanCommission_ILONA_LELONEK.pdf
36. Prvi turistički projekti sufinancirani od Europske unije u Hrvatskoj, dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/prvih-devet-turistickih-projekata-koje-bespovratno-sufinancira-eu-277038
37. Praktični vodič za korisinike EU fondova, dostupno na: http://www.eu-projekti.info/eu/wp-content/uploads/2013/03/Prakticni-vodic-za-korisnike-EU-fondova_web.pdf
38. Projekt lokalnih proizvoda, Europski socijalni fond, dostupno na: http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=46&langId=en&projectId=454
39. Projekt „At the Saddler“, dostupno na: http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_11300_en.html
40. Projekt Ribarsko selo Anno 1906, dostupno na: https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_GP_021-DE17-EN_Fishing-Village.pdf
41. Projekt sigurnosti, HORIZON 2020, dostupno na: http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/news/keeping-underground-tourist-destinations-safe
42. Projekt HERCULES, dostupno na: http://www.herculesproject.eu/index.php/en/
43. Program ADRION, dostupno na: http://www.adrioninterreg.eu/

44. Revitalizacija tvrđave sv. Mihovil Šibenik, dostupno na: http://svmihovil.sibenik.hr/?stranice=revitalizacija-tvr-ave&id=3
45. Samostalna služba za fondove EU, dostupno na: http://www.mint.hr/default.aspx?id=8092
46. Shema dodjele bespovratnih sredstava za poslovnu infrastrukturu, Strukturni fondovi, dostupno na: http://strukturnifondovi.hr/natjecaji/30
47. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf
48. Svjetski ekonomski forum, izvještaj o turizmu, dostupno na: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
49. Svjetski ekonomski forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 – Growth through Shock, dostupno na: http://ep00.epimg.net/descargables/2015/05/06/f2c1e517ce56a6453171d3a9d1b1da05.pdf
50. Svjetski ekonomski forum, Turizam i putovanja- ekonomski učinci EU 2015, dostupno na https://www.wttc.org//media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202015/europeanunion2015.pdf
51. Strategija razvoja hrvatskog turizma, dostupno na: http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf
52. „Shaping the Future of Travel. Macrotrends driving industry growth over the next decade“ Oxford Economics, 2014., dostupno na: http://www.oxfordeconomics.com/my-oxford/projects/281125
53. Turistička putovanja Europljana, dostupno na: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_trips_of_Europeans
54. „Tourism in the Green Economy“ UNEP i UNWTO (2012), dostupno na: http://www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/ger_final_dec_2011/Tourism%20in%20the%20green_economy%20unwto_unep.pdf
55. Turizam i turistička politika, dostupno na: http://etalent.hr/turizam-i-turisticka-politika-rh-1-dio/#
56. Turizam kroz EU fondove, dostupno na: http://business.croatia.hr/Documents/3581/Turizam-kroz-EU-fondove.pdf

57. Turistička politika, dostupno na: http://turizam.ide3it.com/Ak.god.%20201314/MT%202013_06%20b_turist%20politika%20EU%20u%2021%20st_19%2012%202013.pdf
58. Turizam i Europska unija – trendovi i razvojna politika, dostupno na: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA(2015)568343_EN.pdf
59. Ukratko o Europskoj uniji, dostupno na: https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_hr
60. Vanjski pružatelji usluga i korisnici financijskih sredstava iz proračuna EU-a, dostupno na: http://ec.europa.eu/contracts_grants/beneficiaries_hr.htm

POPIS SLIKA I TABLICA

Popis slika

Slika 2-1: Proces europskog integriranja 18
Slika 2-2 Kako novac potrošen u turizmu putuje 24
Slika 2-3 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih dolazaka, 1995. 26
Slika 2-4 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih dolazaka, 2014. 26
Slika 2-5 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih primitaka, 1995 27
Slika 2-6 Grafikon tržišnog udjela u pogledu međunarodnih turističkih primitaka, 2014. 28
Slika 2-7 Emitivna tržišta Europske unije i njihova veličina u razdoblju 2013.-2016. 29
Slika 2-8 Međunarodni turistički dolasci u EU28 prema emitivnoj regiji (1980.-2030.) u milijunima 38
Slika 5-1 Porterov dijamant konkurentnosti 82
Slika 5-2 The T&T Competitiveness Index 2015 framework 84
Slika 5-3 Ocjene elemenata konkurentnosti Hrvatske te regije Europe i Kavkaza 87

Popis tablica

Tabela 2-1 . Gospodarski pokazatelji svjetskog, europskog i hrvatskog turizma 32
Tabela 3-1 Shematski oblik širine djelovanja turističke politike 46
Tabela 5-1 SWOT matrica hrvatskog turizma 89
Tabela 5-2 Pomoći EU županijama 2011.-2014. (u mil.) 103

SAŽETAK

Turizam je jedna od najdinamičnijih djelatnosti hrvatskog gospodarstva i ima vrlo važnu ulogu u većini zemalja Europske unije. Europa je oduvijek bila vodeća turistička destinacija te je turizam zbog svoje ekonomske važnosti sastavni dio europske ekonomije. U radu su iznijete činjenice o važnosti turizma za Europsku uniju i Hrvatsku, razjašnjena turistička politika, njena obilježja te predstavljeni nedostaci i izazovi s kojima se suočava europski turizam kojima se Hrvatska ujedno i treba prilagoditi.

Različite razvojne politike i ciljevi Europske unije podupiru se financijskim sredstvima iz europskih fondova. EU fondovi za turizam osiguravaju snažan razvoj te gospodarske grane, što ima pozitivan utjecaj na cjelokupno gospodarstvo. Iz pregleda fondova dostupnih za turizam i pozitivnih primjera prethodnog korištenja fondova, iznesen je uvid u mogućnosti koje fondovi Europske unije pružaju u podupiranju hrvatskog turističkog sektora i jačanju njegove konkurentnosti.

Ključne riječi: turizam, europski fondovi, konkurentnost

SUMMARY

Tourism is one of the most dynamic activities of Croatian economy and has a very important role in most member countries of European union. Europe has always been a major tourist destination and due to its economic importance, tourism became an important part of the European economy. This thesis has identified the importance of tourism for the European Union and especially Croatia. Furthermore, it clarified the tourism policy, its characteristics and presented shortcomings and challenges faced by the European tourism to which Croatia needs to adapt.

Various development policies and objectives of the European Union are supported by the financial resources from European funds. Main goal of EU funds for tourism is to ensure a strong economic sector and contribute to its development, which has a positive impact on the overall economy. The overview of the funds available for tourism and positive examples of previous projects presented an insight into the opportunities that EU funds provided to support Croatian tourism sector and strengthen its competitiveness .

Key words: tourism, eu funds, competitiveness