Aktualna legislativa u ruralnom turizmu

Jurković, Mario

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of agriculture / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:061533

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek

Repository / Repozitorij:

Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek - Repository of the Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Jurković Mario

Diplomski studij, Agroekonomika

AKTUALNA LEGISLATIVA U RURALNOM TURIZMU

DIPLOMSKI RAD

Osijek, 2016.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Jurković Mario

Diplomski studij, Agroekonomika

AKTUALNA LEGISLATIVA U RURALNOM TURIZMU

DIPLOMSKI RAD

Povjerenstvo za obranu diplomskog rada:

1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, predsjednik

2. Doc.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor

3. Prof.dr.sc. Ružica Lončarić, član

Osijek, 2016.

SADRŽAJ:

1. UVOD ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

2. MATERIJAL I METODE ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

3. ULOGA I ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

3.1. TERMINOLOŠKE ODREDNICE RAZLIČITIH OBLIKA RURALNOG TURIZMA..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

4.1. DOMINANTNI PROIZVODI TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4.2. HRVATSKI TURIZAM U 2020. ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4.3. VIZIJA TURIZMA 2020. ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

4.4. EKONOMSKI UČINCI ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

5. ZAKONSKE ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA .... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

5.1. VAŽEĆI ZAKONI I PROVEDBENI ZAKONI IZ PODRUČJA UGOSTITELJSTVA I TURIZMA ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

5.2. VAŽNI ZAKONI IZ PODRUČJA UGOSTITELJSTVA I TURIZMA.... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

6. ZAKONSKE ODREDNICE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

6.1. PRAVILNIK O PRUŽANJU UGOSTITELJSKIH USLUGA NA SELJAČKIM GOSPODARSTVIMA ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

7. POTICANJE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA KROZ PROGRAM RURALNOG RAZVOJA ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

PROGRAM RURALNOG RAZVOJA REPUBLIKE HRVATSKE ZA RAZDOBLJE 2014. - 2020. ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

MJERA 6 - RAZVOJ POLJOPRIVREDNIH GOSPODARSTAVA I POSLOVANJA ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

8. ZAKLJUČAK ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

9. POPIS LITERATURE ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

10. SAŽETAK ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

11. SUMMARY ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

12. POPIS SLIKA ..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA.....ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

BASIC DOCUMENTATION CARD .....ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

1. UVOD

Hrvatska ima izrazito povoljan geostrateški položaj, ali unatoč tome, ruralni razvoj je vrlo slabo zastupljen. Obiluje poljoprivrednim površinama koje su većinom pokrivene ratarskim kulturama, voćnjacima, vinogradima ili pak maslinicima. Klimatski i agroekonomski faktori su gotovo izvrsni, a ruralni turizam u odnosu na jadranski turizam je jedan od najslabije razvijenih grana poljoprivrede.

Uzrok tome je nesigurnost poduzetnika da krenu u takvu granu poljoprivrednog poduzetništva zbog toga što ono zahtjeva jako velika odricanja, velika financijska ulaganja, velik gubitak vremena, jako malo slobodnog vremena te manjak iskustva u ovom djelu Europe što se tiče ruralnog turizma. Opstati mogu samo oni poduzetnici koji shvate potrebu istraživanja tržišta, inovativnost na tržištu, spoznati potrebe potrošača te prilagoditi ponudu svojih proizvoda i usluga onim potrošačima koji su prepoznali ovakvu vrstu turizma.

Iz svega navedenog proizlazi problem istraživanja i analiza tržišta i razvitka ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji. Svrha i cilj istraživanja je analizom tržišnih subjekata proučiti koliko su proizvođači, a time i potrošači spremni na inovativnost u poljoprivredi, odnosno koliko su spremni na ulazak ruralnog turizma kao granu poljoprivrede. Marketing tržišta i analiza istraživanja tržišta danas uvelike olakšava poslovanje, jer se spoznaju metode implementacije, utvrđuje početak primjene i dokazuje njihov utjecaj na poslovanje i postizanje uspjeha na tržištu.

U ovom radu obrazložit ćemo koliko je ruralni turizam zastupljen u Republici Hrvatskoj u odnosu na EU i koliko zapravo ova vrsta turizma zaostaje za jadranskim turizmom te obrazložit razloge zašto je to tako. Objasnit ćemo gdje je ruralni turizam najzastupljeniji na području Republike Hrvatske te dali je ova grana poljoprivrede ekonomski isplativa u odnosu na ostale grane te koje su prednosti i nedostaci bavljenja ovom vrstom poljoprivrednog poduzetništva.

2. MATERIJAL I METODE

Pri pisanju rada korištena je znanstvena i stručna literatura iz područja poljoprivrede i ekonomije kao i odgovarajuće stranice na internetu. Literatura će biti navedena u daljnjem djelu teksta.

Rad se odnosi na objašnjavanju i shvaćanju razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj. U radu su se koristile relevantne publikacije sekundarnih baznih podataka te individualna i deduktivna metoda, metoda sinteze i analize i statističke metode. Doprinos radu ogledao se u cjelokupnoj analizi hrvatske poljoprivrede kao i primjena komparativnih analiza odnosno uloga i značaj Republike Hrvatske u EU.

Svrha i cilj istraživanja je objasniti i razdvojiti oblike ruralnog turizma te pojasniti njihovo značenje cjelokupnom hrvatskom turizmu sa posebnim naglaskom na zakonsku legislativu. Važno je i provesti analizu tržišta, spoznati metode implementacije, utvrditi početke primjene i dokazati njihov utjecaj na samo poslovanje i podizanje uspjeha na tržištu. Cilj je utvrditi razvoj i današnju primjenu ruralnog turizma kao poljoprivrednu djelatnost.

3. ULOGA I ZNAČAJ RURALNOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Razvoj agroturizma odnosno, ruralnog turizma u Europi se počeo razvijati krajem 20.st., a u Hrvatskoj početak ruralnog turizma se počeo nadzirati početkom 21.st. Ruralni turizam je pridonio povećanju prihoda odnosno povećanju dohotka temeljnih poljoprivrednih djelatnosti. Pomoć poljoprivredi se izražava na način da proizvodi imaju bolju promociju te se na taj način lakše distribuiraju proizvodi i koriste se zapuštena poljoprivredna gospodarstva koja su zbog nedostatka posla na selu odnosno poljoprivrednim gospodarstvima zapuštena, ali se uz pomoć ruralnog turizma ona ponovo iskorištavaju te donose dodatni prihod istoj djelatnosti. Razlog slabijeg ruralnog turizma i njegov razvitak je sporiji jer u Hrvatskoj postoji veća potreba za Jadranskim turizmom te se ovaj oblik turizma zapostavlja, ne samo iz tog razloga nego i zbog toga što u Hrvatskoj još uvijek nedostaje spoznaja o mogućnosti razvoja sela odnosno agrara te života na selu pa nadalje i njihovih izvora prihoda. U posljednjih nekoliko godina ostvaruju se nove mjere Hrvatske poljoprivredne politike te financiranja i sufinanciranja iz Europskih fondova te se na taj način poboljšava život na selu na način da se poboljšava poljoprivredna djelatnost na način unapređivanja tehnologija, a uz to se razvija i ruralni turizam.

Ruralni turizam u Hrvatskoj ima prednost iz razloga što u Hrvatskoj poljoprivreda nije bila intenzivna odnosno nije se razvijala efikasno što ima svoje nedostatke i prednosti. Prednost je našla u tome što je sačuvana zemlja od zagađenja, a napuštanjem seoskih gospodarstava ostali su starinski oblici pa smo time dobili starinsku arhitekturu koja je temelj za ruralni turizam u kombinaciji sa starim receptima koji su se davno koristili te uz to se prodaju proizvodi sa poljoprivrednih gospodarstava. Ako to gospodarstvo nema određene proizvode, iste kupuje od drugih gospodarstava te na taj način povezuje gospodarstva, a time utječe i na razvoj gospodarstva te financijsku politiku na hrvatskom selu.

Razvoj agroturizma nastoji uz osiguravanje novih prihoda gospodarstvima, pridonjeti i očuvanju kulture sela odnosno njihovih tradicija i običaja kako oni ne bi zamrli, a na taj način bi se izgubio i identitet sela, a time i dio identiteta države odnosno ljudi koji u njima žive jer svaki dio kulture je pridonio dobru u kulturološkim i drugim oblicima razvoja te da se oni ne bi zaboravili, a za to se brine ruralni turizam.

Iz ovoga se može zaključiti da je ruralni turizam vrlo bitan za gospodarstvo i selo u Hrvatskoj iz razloga što čuva tradiciju i oblike svih građana države, ali i pridonosi financijskom razvoju hrvatskog sela te i gospodarskom rastu u državi na način da se ostvaruju dodatni prihodi te dolazi do očuvanja hrvatskog identiteta deruralizacije.

Prije stotinjak godina samo su imućniji ljudi u gradovima sebi mogli priuštiti provođenje godišnjeg odmora na moru/planinama, pa je uobičajeno odredište bilo selo i rodbina. Danas, kad mnoga gradska djeca nisu nikad vidjeli uživo konje, krave ili svinje, seoski turizam je postala čak pomodna pojava, kojoj se ne mogu odreći pozitivni efekti čovjekovog bivanja u prirodi.

Hrvatsko selo je prelijepo, bilo to u ravnoj Slavoniji, brežuljkastom Zagorju ili Prigorju, ili u zaleđu Jadranskog mora, gdje je zemlja crvena i često prošarana kamenjem, ali svejedno opet obilno rodi.

Vijeće Europe definira ruralni turizam kao turizam na seoskom području sa svim aktivnostima koje se provode na tom mjestu, a najvažnije karakteristike ove vrste turizma su odsutnost buke, mirna sredina, očuvani okoliš, neposredna komunikacija sa domaćinima, domaća hrana i upoznavanje sa seljačkim poslovima.

Europska federacija za ruralni turizam EUROGITES, 2005. godine donijela je opće standarde odnosno definiciju ruralnog turizma.

Značaj ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj ima značajnu ulogu u ostvarivanju BDP-A, zapošljavanju, privlačenju domaćih i stranih turista. Kad je riječ o zapošljavanju u ruralnom turizmu, prvenstveno se misli na samozapošljavanje, obiteljsko zapošljavanje, ali ovdje treba uzeti u obzir i zapošljavanje drugih sporednih djelatnosti vezanih uz sam ruralni turizam. Neke od sporednih djelatnosti su proizvodnja vina, sira, domaćih suhomesnatih proizvoda, pekmeza, džemova, sokova, koji mogu biti unutar ruralnog mjesta te tako osim smještajnih kapaciteta koje nude turistima, ponuđači mogu ponuditi domaće proizvode od obližnjih proizvođača.

3.1. Terminološke odrednice različitih oblika ruralnog turizma

Agroturistički vidovi ruralnog turizma kako navodi Ružić: odmor na seljačkom gospodarstvu (registriranom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, poljoprivrednom obrtu, poljoprivrednom trgovačkom društvu d.o.o. ili d.d.) s korištenjem usluge

smještaja,prehrane,pića, zabave, rekreacije i dr. u obiteljskim zgradama ili drugim smještajnim objektima (kamp, pansion, hotel) u okviru seljačkog gospodarstva naziva se seljački ili agroturizam. S obzirom na usluge može se govoriti o sljedećim oblicima agroturizma:

1. oni u kojim se pružaju samo usluge prehrane (objekti-restorani uređeni i opremljeni u skladu s tradicionalnom arhitekturom),

2. oni u kojima se pružaju samo usluge smještaja (ruralna kuća tradicionalne arhitekture, obiteljski ruralni hotel, ruralne sobe i apartmani tradicionalne arhitekture, ruralne sobe i apartmani nove arhitekture) i

3. oni u kojima se pružaju usluge smještaja i prehrane.

Prema objektima može se govoriti o oblicima kao što su:

a)odmor u ruralnoj kući tradicionalne arhitekture,

b)odmor u obiteljskom ruralnom hotelu,

c)odmor u ruralnim sobama i apartmanima tradicionalne arhitekture,

d)odmor u ruralnim sobama i apartmanima nove arhitekture,

e)odmor na poljoprivrednom gospodarstvu s eko ponudom

Ostali vidovi turizma na ruralnom prostoru:

1.Rezidencijalni turizam (sporedno stanovanje gradskih stanovnika u dane vikenda, blagdana, godišnjeg odmora u vlastitim objektima (vikendicama)

2. Zavičajni turizam (temelji se na osobnoj vezi pojedinaca i određenih mjesta i krajeva – zavičaja)

3. Sportsko-rekreacijski turizam (vid turizma koji se temelji na sportsko zabavnim aktivnostima u prirodi, poput: šetanja, jahanja, trčanja itd.)

4.Avanturistički turizam (rekreacijski turizam kojemu je temelj rekreacija uz mnogo rizika i uzbuđenja uz veliku fizičku i tjelesnu pripremljenost sudionika)

5. Zdravstveni turizam (vezan uz termalno-mineralna vrela, ljekovita blata i planinske predjele)

6. Kulturni i vjerski turizam (temelji se na brojnim spomenicima, galerijama, muzejima i kulturnim manifestacijama)

7. Lovni i ribolovni turizam

8. Gastronomski i vinski turizam

9. Prirodi bliski i ekoturizam (turisti se sve više zanimaju za prirodu, posebice ekološki čistu, posebno su zanimljivi: nacionalni parkovi, parkovi prirode, zaštićene vrste itd.)

10. Edukacijski turizam (vid turizma koji se temelji na programu upoznavanja polaznika sa značajkama ruralnog prostora, stjecanja životnog iskustva za vrijeme boravka u prirodi i druge spoznaje u svezi s ruralnim prostorom.)

11. Tranzitni turizam (predstavlja vid turizma u kojem turisti iz različitih razloga putuju kroz ruralni prostor)

12. Kamping turizam (seoski turizam uz kampiranje)

13. Nautički turizam (razvija se na jezerima, rijekama i kanalima)



Slika 1. Vinski turizam

Izvor:
https://www.google.hr/search?q=gastronomski+i+vinski+turizam&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwil0f_UyvLMAhVHDxoKHYlUBi0Q_AUIBigB#tbm=isch&q=+vinski+turizam&imgrc=Z5TwyrGBjDar6M%3A

4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

"Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine" kao krovni razvojni dokument hrvatskog turizma, treba dati putokaz i otvoriti novi prostor za razvoj turizma u nadolazećem razdoblju. Izražene ekonomske i političke nestabilnosti na globalnoj razini i u Europskoj uniji, novi uvjeti hrvatskog makro okruženja kao i dinamične promjene zahtjeva potrošača na globalnom turističkom tržištu upućuju na nužnost preispitivanja dosadašnjeg modela razvoja turizma u Hrvatskoj sa svrhom postavljanja razvojnih smjernica i operativnih strategija za nastupajuće razdoblje.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. daje odgovor na pitanje kakav turizam Hrvatska želi i treba razvijati te utvrđuje ključne aktivnosti turističke politike usmjerene na osiguravanje proizvodnih, institucionalnih, organizacijskih i ljudskih pretpostavki za poboljšavanje konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma i korištenje resursne osnove na načelima odgovornog i održivog razvoja.

Konačno, budući da je riječ i o dokumentu koji bi trebao osigurati uklapanje Hrvatske u konsolidiranu turističku politiku Europske unije, Strategija razvoja turizma RH do 2020. predstavlja cjelovit koncepcijski okvir koji omogućava:

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

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Nalazi 'status quo' analize, uz definiranje ključnih razvojnih načela, stvaraju pretpostavke za postavljanje nove razvojne vizije i strateških ciljeva te zadataka koji se žele ostvariti do 2020. godine. Razvojna načela odraz su kako razumijevanja razvojnog procesa i

očekivanih promjena u makro okruženju, tako i potrebe za uspostavljanjem preduvjeta za dugoročno održiv i konkurentan turistički razvoj Hrvatske. Na toj osnovi uspostavlja se i novi sustav vrijednosti, prilagođen tržištu, iz kojeg je izvedena razvojna vizija te strateški ciljevi razvoja do 2020. godine.

4.1. Dominantni proizvodi turizma u Republici Hrvatskoj

1. Sunce i more – usprkos brojnim razvojnim inicijativama i isticanju prioriteta smanjenja trajanja sezone i razvoja drugih proizvoda, udio sunca i mora u ukupnom hrvatskom turističkom proizvodu već godinama ne pada ispod 85% fizičkog volumena s nešto manjim udjelom u prihodima (75 do 80%), s obzirom na njegovu prosječno nižu rentu uzrokovanu velikim kapacitetima obiteljskog smještaja u kućanstvima. Pored zaostajanja u razvoju infrastrukture za ostale proizvode i drugih internih faktora, na ovo je svakako utjecala i stabilna potražnja na globalnom tržištu te stanje u konkurentskom krugu mediteranskih zemalja (Španjolska, Francuska, Italija, Grčka i Turska). U takvim okolnostima Hrvatska u proteklih desetak godina bilježi sve bolje poslovne rezultate.



Slika 2. Jadransko more

Izvor:

https://www.google.hr/search?q=sunce+i+more&biw=1366&bih=643&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjuhuv6vYvNAhUKOxoKHdktBQMQ_AUIBigB#imgrc=gvxkoz0Ez5MVyM%3A

2. Nautički turizam - proizvod iznimne globalne atraktivnosti koji u svijetu bilježi kontinuirano visoke, čak dvoznamenkaste stope rasta. Zbog svog geoprometnog položaja i s jednom od najrazvedenijih obala na svijetu, ugodne klime i pogodnih vjetrova, Hrvatska je već danas jedna od poželjnijih nautičkih destinacija na svijetu. Na to upućuju stalno rastući rezultati poslovanja u nautičkom turizmu, ali i kontinuirano popunjavanje dijela

pratećeg lanca vrijednosti. Neovisno o tome, nautički turizam u Hrvatskoj nekoliko posljednjih godina obilježava stagnacije u razvoju ponude novih vezova u marinama, iako uz optimalan razvojni koncept potražnja za njima nije upitna. Glavni uzrok tome treba tražiti u nepovoljnom investicijskom okruženju.

3. Cruising turizam u posljednjih desetak godina obilježava povećan broj dolazaka mega kruzera, ali i rastuća potražnja za krstarenjem na malim domaćim kruzerima.

4. Poslovni turizam – usprkos tome što je ovaj vid turizma vrlo osjetljiv na domaće, ali i globalne ekonomske trendove, individualni i grupni poslovni gosti čine relativno stabilan izvor potražnje koja, ovisno o trendovima, mijenja samo svoja kvalitativna obilježja. Istraživanja među hotelijerima pokazuju da poslovni gosti čine stabilnih 10% do 15% udjela svih hotelskih gostiju. Glavna barijera rastu proizvoda je nedostatak kongresne infrastrukture (kongresni centri) i još uvijek nekonkurentan sustav upravljanja i komercijalizacije proizvoda. Uklanjanjem ovih nedostataka mogao bi se osobito na regionalnom tržištu i izabranim nišama tržišta naći veći prostor za kvalitetniji razvojni iskorak.

5. Kulturni turizam – neupitno je da je na državnoj razini, kao i u nizu destinacija, u posljednjih 10 godina mnogo učinjeno na razvoju ove grupe proizvoda, najviše zahvaljujući donošenju državne strategije razvoja kulturnog turizma, ali i sustavnom radu na kreiranju regionalno i globalno prepoznatih događanja i pojačanom otvaranju kulturnog turizma od strane sve većeg broja pojedinačnih destinacija. Ključne barijere daljnjeg rasta treba tražiti u sustavu komercijalizacije , a potom i u sustavu destinacijskog upravljanja kojim bi se kulturni sadržaji na pravi način integrirali u pozicioniranje i isporuku ukupnog doživljaja na razini pojedinih destinacija. Posebno relevantni proizvodi kulturnog turizma za Hrvatsku uključuju:

a) gradski turizam,

b) turizam baštine,

c) turizam događanja,

d) kreativni turizam ,

e) vjerski turizam



Slika 3. Kulturni turizam- turizam baštine

Izvor:

https://www.google.hr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwit05f5vovNAhWFcBoKHTAUBXcQjhwIBQ&url=http%3A%2F%2Fekonomskiportal.com%2Fkulturni-identitet-temelj-za-nove-proizvode-u-turizmu%2F&psig=AFQjCNEClHz1nIrwTWutEN9IGiPCXnl1yA&ust=1465030645670137

6.Zdravstveni turizam – riječ je o proizvodu koji na globalnoj razini raste po stopi između 15% i 20% godišnje. Zbog blizine velikim tržištima, prirodne ljepote i povoljne klime, sigurnosti zemlje, duge tradicije, konkurentnih cijena i općenito dobre reputacije zdravstvenih usluga, Hrvatska ima komparativne prednosti za razvoj zdravstvenog turizma. Proizvodi zdravstvenog turizma danas posebno relevantni za Hrvatsku uključuju:

a) wellness turizam,

b) lječilišni turizam ,

c) medicinski turizam.

7. Cikloturizam – u europskim okvirima procjenjuje se da će udio putovanja tijekom kojih je biciklizam glavna aktivnost ili je bicikl glavno prijevozno sredstvo porasti u idućih 10 godina više od 10 postotnih bodova. Još je značajniji tržišni segment onih kojima je tijekom odmora vožnja biciklom važna dodatna aktivnost. Iako je Hrvatska relativno dobro premrežena lokalnim i županijskim biciklističkim stazama, od kojih su neke dio međunarodnih biciklističkih ruta, proizvod još uvijek nije adekvatno valoriziran ni komercijaliziran.

8. Gastronomija i enologija – složeni proizvod koji konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno malen broj međunarodnih turista putuje isključivo zbog gastro-enoloških iskustava, pa rast potražnje generira uglavnom domaća populacija. Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Nadalje, 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji. Sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.

9. Ruralni i planinski turizam - procjenjuje se da ruralni turizam, uključujući i planinska područja, sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3%, uz godišnji rast od oko 6%. Suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom i nepoticajnim okruženjem, hrvatska se ponuda ruralnog turizma razvija izuzetno sporo. Iznimka je samo Istra, a donekle i Osječko-baranjska županija. Što se planinskog turizma tiče, postojeći planinski centri poput Bjelolasice, Platka i Begova Razdolja nisu do sada napravili veće iskorake prema cjelogodišnjem poslovanju.

10. Golf turizam - kao jedan od najstarijih sportova te stoljećima zabava društvene elite, golf je danas globalno popularan, s procijenjenih oko 60 milijuna igrača i 32.000 igrališta na svijetu. Broj igrališta u danas propulzivnim golfskim destinacijama Mediterana povećan je od 2009. do 2011. sa 17 na 20 u Turskoj, u Portugalu sa 78 na 86, u Španjolskoj sa 316 na 352. Hrvatska trenutačno raspolaže sa samo četiri golfska igrališta s 18 polja, dva igrališta s devet polja i nekoliko vježbališta. Zbog toga Hrvatska trenutačno ne postoji na karti turističke golf ponude usprkos tome što je to danas, a i ubuduće, jedan od najznačajnijih tržišnih segmenata mediteranske turističke potražnje, poglavito u razdobljima izvan glavne turističke sezone.

11. Pustolovni i sportski turizam - radi se o sve značajnijoj i brzo rastućoj grupi proizvoda za koju neki operatori prijavljuju rast do 30% godišnje, koja uključuje, primjerice, ronjenje, kajak i kanuing, rafting, adrenalinske sportove, lov, ribolov i zimske sportove te sportske pripreme. Hrvatska još uvijek nedovoljno koristi svoje komparativne prednosti za razvoj ove skupine proizvoda.

12. Ekoturizam - procjenjuje se da je oko 3% međunarodnih odmorišnih putovanja motivirano ekoturizmom, a podržan rastućom ekološkom svijesti kupaca, proizvod

pokazuje snažan rast, između 10%-20% godišnje. Usprkos raspoloživosti, atraktivnosti i očuvanosti prirodnih resursa, ekoturizam u Hrvatskoj još je uvijek izrazito slabo razvijen. Posebno brine činjenica da je ekoturizam zapostavljen čak i u većini zaštićenih prirodnih lokaliteta.



Slika 4. Eko turizam

Izvor:

https://www.google.hr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjsjLOgv4vNAhUHQBoKHXRxDMMQjhwIBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.ruralna.hr%2F%3Fpage%3Dclient%26id%3D247&psig=AFQjCNHFppYMnpYt1v8ovBSA-5O1XEZ-8g&ust=1465030795182122

4.2. Hrvatski turizam u 2020.

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije čiji je punopravni član Hrvatska postala 1. srpnja 2013. godine. S dobro artikuliranom vizijom, prepoznatim strateškim područjima i jasnim planom djelovanja, hrvatski turizam se treba, inicijalno, uklopiti u postojeće strateške smjernice te, postupno, utjecati na kreiranje budućih nacionalnih i europskih politika. Istodobno, vizija i strateški ciljevi hrvatskog turizma moraju odražavati nacionalne prioritete i biti zasnovani na vlastitim snagama i vrijednostima. Poželjan razvoj hrvatskog turizma podrazumijeva upravljanje resursima koje udovoljava osnovnim ekonomskim, socijalnim i estetskim kriterijima dugoročno održivog poslovanja uz rast blagostanja, očuvanje kulturnog

integriteta te vitalnih ekoloških sustava i biološke raznolikosti. Sukladno tome, viziju razvoja turizma do 2020. godine treba temeljiti na sljedećih deset načela: partnerstvo, deregulacija, „zeleno“, više od sunca i mora, cijeli prostor, autentičnost i kreativnost, hotelijerstvo kao pokretač investicija, inovirani tržišni pristup, proizvodnja za turizam, kultura kvalitete.

Partnerstvo – s obzirom na to da je „turistički proizvod“ agregatna kategorija, njegov razvoj podrazumijeva horizontalnu (međuresornu) i vertikalnu (nacionalno-regionalno-lokalnu) suradnju, ali i suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, institucijama u sferi zaštite okoliša, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti.

- Institucionalno dereguliranje – potrebno je znatno pojednostavniti postojeći pravno-legislativni okvir te tako stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir krojen po mjeri poduzetnika.

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

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

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

- Autentičnost i kreativnost – uspješno diferenciranje Hrvatske od konkurentskih destinacija treba temeljiti ponajviše na njegovanju prirodne, sociokulturne, klimatske i/ili

proizvodne (doživljajne) autentičnosti, odnosno na kreativnosti u razvoju proizvoda, destinacijskom pozicioniranju i komunikaciji s tržištem.

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

- Proizvodnja za turizam – hrvatski proizvođači morali bi se više povezivati s turističkim sektorom kako bi se kvalitetni domaći proizvodi predstavili međunarodnoj potražnji, što će postupno utjecati na jačanje njihove konkurentske sposobnosti. U tom smislu, pristup klastera i njihova povezivanja treba biti smjer budućeg razvoja.

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

4.3. Vizija turizma 2020.

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma temelji se na sustavu vrijednosti kojim se odgovara na tri bitna pitanja: kakav bi hrvatski turizam trebao biti, koji su ključni preduvjeti razvoja hrvatskog turizma, te čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju.

Turizam bi trebao biti prepoznatljiv, cjelogodišnji, razvijen na cijelom prostoru, raznovrstan, inovativan i prilagodljiv preferencijama potrošača.

Ključni preduvjeti razvoja turizma su dugoročna zaštita prostora i održivo upravljanje ekosustavom, konkurentnost i atraktivnost na investicije, aktiviranje državne imovine u svrhu turističkog razvoja, povećanje znanja i vještina na svim razinama, destinacijsko upravljanje.

Hrvatska može privući potražnju gostoljubivosti, kvalitetom, autentičnosti, raznim sadržajem i događanjima te visokom razinom sigurnosti.

Nova vizija razvoja hrvatskog turizma sadrži konceptualni, operativni i proizvodni aspekt. Konceptualni aspekt vizije odgovara na konceptualno pitanje kakav bi hrvatski turizam trebao biti.

Operativni aspekt odgovora na drugo pitanje ključnih preduvjeta razvoja hrvatskog turizma i identificira osnovne ciljeve operativnih strategija.

Proizvodni aspekt vizije odgovara na treće pitanje, čime će hrvatski turizam privlačiti potražnju, ističući ključne sastavnice hrvatskog turističkog proizvoda.

4.4. Ekonomski učinci

Razvoj turizma Hrvatske do 2020. godine može se podijeliti u dva razdoblja:

1. razdoblje od 2013. do 2015. godine

2. razdoblje od 2016. do 2020. godine.

Razdoblje do 2015. godine obilježava otklanjanje razvojnih ograničenja, priprema razvojnih projekata i tržišno repozicioniranje. Unatoč očekivanoj uspješnoj provedbi planiranih mjera turističke politike, njihov učinak neće se moći efektuirati u razdoblju kraćem od dvije do tri godine. Samim tim, do 2015. godine neće biti moguće računati na značajnije pozitivne pomake u učincima odvijanja turističkih djelatnosti.

Razdoblje od 2016. do 2020. godine je razdoblje u kojem se, u uvjetima uklonjenih institucionalnih ograničenja i deregulacije, novih rješenja u sustavu upravljanja turizmom i vođenju turističke politike kao i poduzetih mjera usmjerenih na povećavanje efikasnosti ljudskog potencijala, može očekivati tržišna normalizacija učinaka novoizgrađenih smještajnih objekata i drugih investicija u povećanje obujma, kvalitete i raznolikosti različitih aspekata smještajne i izvan smještajne turističke ponude. Može se očekivati da će se pozitivni učinci mjera i aktivnosti poduzetih do 2020. godine, usmjerenih na deregulaciju, poticanje poduzetništva i povećanje investicijske aktivnosti, velikim dijelom nastaviti i od 2021. do 2025. godine. Stoga se posebno ugledavaju i očekivani učinci provođenja Strategije razvoja turizma RH do 2020. u tom razdoblju, iako se radi o razdoblju izvan vremenskog horizonta ovog dokumenta.

U razdoblju od 2013. do 2020. godine očekivani učinci turističke aktivnosti u razdoblju do 2020. godine sažeti su kako slijedi:

Potražnja - u 2015. godini Hrvatska je ostvarila oko 68 milijuna noćenja u registriranim komercijalnim smještajnim kapacitetima, 13% više nego u 2011. (prosječan godišnji rast od 3,1%). Očekuje se da će rast potražnje za plaćenim oblicima smještaja pratiti i rast broja putovanja u nekomercijalne smještajne kapacitete inozemnih turista po prosječnoj godišnjoj stopi rasta od 2%, a domaćih po stopi od 1,7%. Time se u 2015. godini u komercijalnim te nekomercijalnom smještaju u kućama i stanovima za odmor (sukladno metodologiji Državnog zavoda za statistiku) ostvarilo oko 74 milijuna noćenja. Nadalje, procjenjuje se da će Hrvatska do 2020. godine ostvariti ukupno oko 86 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima. Uz prosječan godišnji rast od 4,8% godišnje, to je oko 43% više nego u 2011. godini, odnosno oko 26% više ostvarenih u 2015. godini. Rast potražnje za nekomercijalnim smještajnim kapacitetima u ovom se podrazdoblju procjenjuje na oko 2,2% prosječno godišnje, pri čemu se očekuje rast putovanja inozemnih turista po prosječnoj godišnjoj stopi od 2,5%, a domaćih po stopi od 1%. Turistička potražnja u 2020. godini vezana uz komercijalni i nekomercijalni smještaj u kućama i stanovima za odmor (sukladno metodologiji Državnog zavoda za statistiku) dosegnut će oko 93 milijuna noćenja.

Potrošnja - u razdoblju 2015. godine prosječna potrošnja inozemnih turista koji su boravili u komercijalnim smještajnim kapacitetima po putovanju povećalo se s 342 eura na 369 eura, odnosno 6,1%. Istodobno, potrošnja domaćih turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima neznatno je raslo. Povećanje prosječne potrošnje i očekivano povećanje fizičke potražnje rezultiralo je povećanjem ukupne turističke potrošnje s 8,0 milijardi eura u 2011. godini na 9,3 milijarde eura u 2015. godini, od čega se 83% odnosi na inozemnu , a 17% na domaću turističku potražnju. Nadalje, ukupna turistička potrošnja u 2020. godini trebala bi dostići oko 14,3 milijarde eura u 2020. godini. Pritom bi inozemna turistička potrošnja, uz realan rast prosječne potrošnje u komercijalnim smještajnim kapacitetima s 369 na oko 465 eura, trebala dostići oko 12,5 milijardi eura, a domaća oko 1,8 milijardi eura.

Ponuda i iskorištenost - Komercijalni smještajni potencijal u 2015. godine dosegao je 920 tisuća ležaja, 8% više nego u 2011. godini. U uvjetima bržeg rasta potražnje od ponude, sve vrste smještajnih kapaciteta bilježit će povećanje iskorištenosti. Hoteli u 2015. Godini su povećali bruto iskorištenost na 41%, odnosno za 2 postotna boda više u odnosu na 2011. godinu. Obiteljski smještaj u kućanstvima povećao je bruto iskorištenost za 1 postotni bod (s 14% u 2011. godini na 15% u 2015. godini), dok kampovi, uz manje

oscilacije, zadržavaju današnju razinu korištenja kapaciteta. Ukupni komercijalni smještajni kapacitet hrvatskog turizma u 2020. godini kretao bi se na razini od 955 tisuća ležajeva, uz stagnaciju rasta kapaciteta kućanstava nakon 2015. godine, ponajviše temeljem postupnog, financijski poticajnog, prerastanja određenog dijela te ponude u male hotele i pansione. Najbrži rast ponude planira se u skupini hotelskog smještaja koji preuzima ulogu ključnog pokretača investicijskog ciklusa u turizmu, no značajna unapređenja ponude uključuju i izgradnju različitog spektra novostvorenih atrakcija kao i unapređenja i proširenja kamping ponude. U takvim uvjetima, procjenjuje se da bruto iskorištenost hotela u 2020. godini može dostići 47%, što je 8 postotnih bodova više nego u 2011. godini te 7 postotnih bodova više od ostvarenja u 2015. godini. Uz očekivano povećanje kvalitete i raznolikosti ponude kampova očekuje se da kampovi u 2020. godini mogu dostići bruto iskorištenost od 23%, što je 3 postotna boda više nego 2011. godine. Obiteljski smještaj, koji ostvaruje najnižu razinu iskorištenosti, ima potencijal povećati bruto korištenje u 2020. godini 20% u odnosu na 2015. godinu.

Investicije – Ukupno očekivane investicije iznose oko 7,0 milijardi eura do 2020. godine. U razdoblju od 2016. do 2020. godine 5,6 milijardi eura. Procjenjuje se da investicijski potencijal većih privatnih ili javno-privatnih poduzetničkih projekta do 2015. godine je iznosio 900 milijuna eura, a manjih privatnih projekata oko 250 milijuna eura. Konačno, oko 250 milijuna eura odnosi se na ulaganja u unapređenje javne destinacijske infrastrukture primarno namijenjene turistima. Od 2016. do 2020. godine nastavlja se razdoblje intenzivnih investicija i tržišnog aktiviranja projekata usmjerenih na povećanje obujma, raznolikosti i kvalitete turističke ponude. Riječ je ponajviše o ulaganjima u novu izgradnju hotelskih i drugih smještajnih kapaciteta, vezova, golfskih igrališta, kongresnih centara i tematskih parkova, koja se procjenjuju na oko 3,6 milijarde eura. Ulaganje u manje poduzetničke pothvate predviđa se u iznosu od oko 1,1 milijardu eura. Konačno, u izgradnju novih i unapređenje kvalitete postojećih sadržaja zabave, kulture, sporta i rekreacije i/ili objekata maloprodaje očekuje se ulaganje u iznosu od 100 milijuna eura, dok bi ulaganja u različite destinacijske komunalne projekte trebala dostići iznos od dodatnih 0,8 milijardi eura (uređenje i čistoća mjesta, lokalni prijevoz, promet u mirovanju, prometna signalizacija, javni kulturni sadržaji, šetnice i staze, plaže i sl. te unapređenje sustava turističkih informacija).

Novozaposleni - Procjenjuje se da planirani projekti imaju potencijal zapošljavanja između 20 i 22 tisuće djelatnika do 2020. godine, od čega bi se oko 13 tisuća osoba zaposlilo u

hotelijerstvu, a preostalih 7 do 9 tisuća u različitim objektima izvan smještajne ponude. Konačno, rast turističke aktivnosti trebao bi osigurati i inducirano zapošljavanje dodatnih 10 tisuća osoba u ne turističkim djelatnostima.

U razdoblju od 2021. do 2025. godine uz očekivanu stabilizaciju gospodarskih kretanja u Europskoj uniji, turistička aktivnost u Hrvatskoj odvijat će se u uvjetima stabilne i umjereno rastuće potražnje. U takvim uvjetima, a uz pretpostavku daljnjeg inoviranja proizvodnog portfelja i rasta konkurentske sposobnosti, opravdano je očekivati daljnje jačanje tržišne pozicije Hrvatske. To će se ogledati kako kroz rast smještajne i druge ponude, tako i kroz iskorištenost kapaciteta te povećanje prosječnih dnevnih primitaka po turističkom putovanju.

Potražnja – U uvjetima stabilnog rasta međunarodne potražnje, Hrvatska ima potencijal u 2025. godini ostvariti oko 107 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima, odnosno 24% više nego u 2020. godini. Rast potražnje za nekomercijalnim smještajnim kapacitetima procjenjuje se na oko 1,4% prosječno godišnje, pri čemu se očekuje rast putovanja inozemnih turista po prosječnoj godišnjoj stopi od 1,5%, a domaćih po stopi od 1%. Time će se u 2025. godini u komercijalnom te nekomercijalnom smještaju u kućama i stanovima za odmor ostvariti oko 114 milijuna noćenja.

Potrošnja – Uz očekivani rast prosječne potrošnje od 11%, procjenjuje se da će turistička potrošnja u 2025. godini dostići 18,5 milijardi eura, pri čemu bi inozemna turistička potrošnja dostigla oko 16,3 milijarde eura, a domaća oko 2,2 milijarde eura.

Ponuda i iskorištenost – Ukupni komercijalni smještajni kapacitet hrvatskog turizma u 2025. godini kretao bi se na razini od oko 1,1 milijun ležajeva, od čega bi 22% činio hotelski smještaj, 26% kamp, 39% obiteljski smještaj (kućanstva), dok se preostalih 13% odnosi na ostale komercijalne smještajne kapacitete (turistička naselja, turistički apartmani i sl.). S novih 35 tisuća soba, hotelski smještaj i dalje je glavni nositelj investicijskog ciklusa u turizmu. Procjenjuje se da bruto iskorištenost hotela u 2025. godini može dostići 50%, što je 3 postotna boda više nego u 2020. godini. Uz daljnje povećanje kvalitete i raznolikosti ponude kampova, očekuje se njihova bruto iskorištenost od 26%, odnosno dodatna 3 postotna boda više nego 2020. godine. Konačno, očekuje se i dodatno povećanje iskorištenosti obiteljskog smještaja (kućanstava) za 15% u odnosu na 2020. godinu.

Investicije – Razdoblje od 2021. do 2025. godine i dalje je razdoblje intenzivnih investicija i tržišnog aktiviranja projekata usmjerenih na povećanje obujma, raznolikosti i

kvalitete turističke ponude. Dodatni investicijski potencijal u tom razdoblju procjenjuje se na oko 6 milijardi eura.

Novozaposleni - Procjenjuje se da planirani projekti imaju potencijal zapošljavanja novih 25 tisuća djelatnika, od čega bi se oko 18 tisuća osoba zaposlilo u hotelijerstvu, a preostalih oko 7 tisuća u različitim objektima izvan smještajne ponude (ugostiteljstvo, tematski parkovi, golf, centri za posjetitelje i sl.). Konačno, rast turističke aktivnosti trebao bi osigurati i inducirano zapošljavanje dodatnih 12 tisuća osoba u ne turističkim djelatnostima. Drugim riječima, ukupan učinak na stvaranje novih radnih mjesta od 2021. do 2025. godine je 37 tisuća novozaposlenih.

Unatoč metodološkim ograničenjima koja se ponajviše odnose na smanjivanje vjerodostojnosti projekcija s produljenjem prognostičkog intervala, osobito u uvjetima izrazito turbulentnog okruženja, predvidivi ukupni učinci Strategije razvoja turizma RH do 2020. u razdoblju do 2025. godine mogu se sažeti u sljedećih nekoliko veličina:

1. Oko 107 milijuna noćenja u komercijalnim smještajnim objektima u 2025. godini, što je 77% više od ostvarenja u 2011. godini te 114 milijuna noćenja ukupno u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u kućama i stanovima za odmor (sukladno metodologiji Državnog zavoda za statistiku);

2. Oko 1,1 milijun ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima u 2025. godini (29% više nego u 2011. godini), od čega hotelski smještaj čini 24%, kampovi 24%, a obiteljski smještaj (kućanstva) 39%, dok se preostalih 13% odnosi na ostale komercijalne smještajne kapacitete;

3. Oko 18,5 milijardi eura turističke potrošnje, što je 11 milijardi eura više nego u 2010. godini;

4.Oko 45 do 47 tisuća novozaposlenih u turističkim djelatnostima (od čega oko 31 tisuća u hotelijerstvu i oko 14 do 16 tisuća u različitim objektima izvan smještajne ponude) te oko 22 tisuće inducirano zaposlenih u ne turističkim djelatnostima;

5.Oko 13 milijardi eura novih investicija.

5. ZAKONSKE ODREDNICE RAZVOJA TURIZMA

Razvojem turizma želi se ostvariti povećanje ukupnih turističkih primitaka uz poštivanje načela održivog razvoja. U tom smislu, poželjnu sliku hrvatskog turizma u 2020. godini obilježava međunarodna konkurentnost i nacionalna afirmiranost koja u uvjetima dereguliranog institucionalnog okruženja potiče stvaranje raznolike ponude kreativnih turističkih doživljaja utemeljenih na bogatim prirodnim i kulturnim vrijednostima te znanje, inovacije i poduzetništvo. Polazeći od postavljene vizije i svrhe, ciljevi razvoja turizma su:

- Obogaćivanje postojećih i generiranje novih turističkih sadržaja i doživljaja
- Učinkovito brendiranje Hrvatske i njenih turističkih regija
- Stvaranje preduvjeta za jačanje poduzetništva
- Sustavno podizanje razine znanja, vještina i obrazovanja turističkih djelatnika.

Postavljenu viziju, svrhu i ciljeve razvoja hrvatskog turizma detaljnije pojašnjavanju odrednice razvoja hrvatskog turizma prikazane u nastavku.

Institucionalno okruženje: poticanje poduzetništva, pravno-legislativni okvir koji izravno ili neizravno dotiče turističko privređivanje obilježava velik broj zakona i provedbenih propisa. To upućuje na prenormiranost koja, svojom kompleksnošću, ali u pojedinim slučajevima i nefunkcionalnošću, neprimjerenošću te nedorečenošću, gospodarskim subjektima s područja turizma otežava svakodnevno poslovanje, neprimjereno usporava poduzetničku aktivnost te rezultira osjećajem pravne nesigurnosti. Usklađivanje institucionalnog okvira uključuje međuresorno usklađivanje zakonskih odredbi i provedbenih propisa na području ulaganja, koncesija, pomorskog dobra, rada, upravljanja plažama, edukacije nositelja javne vlasti, smanjenja fiskalnog i parafiskalnog opterećenja, privatizacije, sustava poticanja, ali i osiguranja raspoloživih i kvalitetnih kadrova za potrebe turizma.

Prostorno planiranje: prilagođavanje razvoju turizma, postojeće stanje prostornog planiranja u sferi turizma potrebno je unaprijediti uspostavom kvalitetnije međuresorne suradnje te poštivanjem sljedećih uporišta:

- Uvođenje zakonske obveze izrade strateških planova razvoja turizma (tzv. master planovi) kao podloge za izradu i ažuriranje prostornih planova za sve turističke općine i gradove (turistička inventarizacija, valorizacija zone turističkog razvoja, određivanje prihvatnog potencijala, poželjno tržišno pozicioniranje)

- Striktno poštivanje uobičajenih procedura u pripremi i provedbi razvojno- investicijskih projekata u turističkim zonama u javnom ili djelomično javnom vlasništvu (T1, T2, T3), uz aktivnu i transparentnu funkciju javnog sektora.

Hotelijerstvo: ubrzani rast kvalitetnog hotelskog smještaja, polazeći od potrebe dugoročnog očuvanja kvalitete prostora, koncept razvoja hrvatskog hotelijerstva do 2020. godine predstavlja svojevrsnu pomirbu ekološki održivog i investitorima prilagođenog razvoja. Unatoč globalno nepovoljnoj ekonomskoj situaciji, u tom se smislu ističu sljedeća razvojna usmjerenja:

- Ubrzanje rasta hotelskog smještaja do 2020. godine poticajnim kreditiranjem hrvatskih poduzetnika (novi objekti i 'upgrade' postojećih), ali i značajnijim prilivom kapitala iz inozemstva

- Usmjeravanje nove izgradnje prema izgrađenim turističkim zonama, urbaniziranim prostorima te posebno neaktivnoj devastiranoj državnoj imovini (prenamjena industrijskih i/ili vojnih objekata i sl.)

- Poticanje (financijski i fiskalno) izgradnje hotela u obiteljskom vlasništvu i prerastanje dijela današnjih smještajnih jedinica u kućanstvima u objekte iz skupine hotela

- Odabir i priprema turističkih zona za razvoj integriranih resort projekata

- Poticanje povećanja kvalitete, brendiranja i interpretacije tradicijske graditeljske baštine.

Mali i obiteljski hoteli: osigurati preduvjete za podizanje efikasnosti poslovanja.



Slika 5. Mali obiteljski hotel u Baranji

Izvor:

https://www.google.hr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiOiPrcwIvNAhUFSRoKHbqNDcoQjhwIBQ&url=http%3A%2F%2Fwww.ruralna.hr%2F&psig=AFQjCNGK6eH-FrZhhdrCNrizG_DvTEM9Iw&ust=1465031141489115

U cilju obogaćivanja i sadržajnog diferenciranja ukupne destinacijske ponude i jačanja poduzetničke aktivnosti domaćeg stanovništva, područje malog i obiteljskog hotelijerstva uključuje sljedeća razvojna usmjerenja:

- Deregulacija u sferi radnog zakonodavstva i minimalnih tehničkih uvjeta
- Podizanje razine praktičnih znanja i vještina nužnih za uspješno poslovanje
- Uspostavljanje objektiviziranog sustava financijskih i/ili fiskalnih poticaja usmjerenog prema novim ulagačima, ali i već postojećim vlasnicima
- Uspostavljanje razvojno-investicijskih i informacijskih centara kao servisa postojećim i potencijalnim poduzetnicima.

Kamping: restrukturiranje ponude - današnja razina ponude kampova ne zadovoljava niti s aspekta sadržajnosti, niti kvalitete, niti strukture. Polazeći od potrebe uklanjanja poslovnih i razvojnih ograničenja, poticanja investicija, unapređenja tržišne promocije, poticanja interesnog regionalnog i/ili proizvodnog povezivanja te edukacije, razvojna usmjerenja na području kampinga uključuju:

- Podizanje kvalitete postojećih kampova kroz proizvodnu diferencijaciju, obogaćivanje ponude izvan smještajnih usluga (wellness ponuda, bazeni, sadržaji za djecu i sl.), povećanje kvalitete usluga i raznolikosti smještaja (parceliranje i opremanje jedinica) te podizanje kategorije i povećanje kapaciteta;

- Razvoj nove kamping ponude i to prije svega ponude malih kampova (obiteljski kampovi i kampovi na seoskim gospodarstvima), ponude na području kontinenta (pokraj atrakcija i na/uz glavne prometne pravce, gradovi) i područja posebne zaštite (uz nacionalne parkove, parkovi prirode, na otocima i sl.), ponude kampova sa specifičnim vrstama usluga (kamping odmorišta i kamping naselja).

Smještaj u kućanstvima (privatni smještaj): podizanje razine kvalitete usluga i iskorištenosti. Osnovno razvojno usmjerenje na području smještaja u kućanstvima (privatni smještaj) je podizanja konkurentske sposobnosti i unapređenje turističkog imidža Hrvatske kroz:

- uvođenje dodatnih standarda kvalitativne diferencijacije objekata privatnog smještaja
- provođenje programa dodatnog obrazovanja
- unapređivanje tržišnog nastupa i komercijalizacije privatnog smještaja
- poticanje unapređenja kvalitete ponude.

Novostvorene atrakcije poput golf turizama: izgradnja kao atraktor koji može inducirati povećanje turističke potražnje i potrošnje, obogatiti turističku ponudu i unaprijediti imidž zemlje posebice među segmentima potražnje koji danas nisu zainteresirani za Hrvatsku, razvojna usmjerenja golf turizma su:

- Osiguranje visoko kvalitetnih i tržišno prepoznatljivih projekata golf kompleksa zasnovanih na primjeni suvremenih standarda ekološke održivosti;

- Razvoj golfa u grozdovima polazeći od kriterija ekonomske i ekološke održivosti uz različite modele izgradnje (javni kompleksi bez smještaja, hotelski kompleksi s golfom, golf resorti)

- Utvrđivanje prioriteta razvoja polazeći od kriterija pripremljenosti projekata i faktora koji utječu na ekonomsku održivost projekata (koncentracija postojeće potražnje, dostupnost, mogućnost cjelogodišnjeg korištenja, raspoloživost lokaliteta);

Predvidivo dimenzioniranje izgradnje golf ponude u Hrvatskoj do 2020. godine uključuje do sedam golf grozdova na području primorskih županija te pojedinačne golf projekte na području središnje Hrvatske i Slavonije. Realizacije tog programa podrazumijeva pojednostavljenje zakonske procedure i deregulaciju, inventarizaciju državne/gradske zemlje prikladne za razvoj golfa i reviziju prostornih planova, pripremu projektne dokumentacije potrebne za privlačenje investitora za izgradnju golf terena na lokacijama od prioritetne važnosti te provedbu public awareness programa o obilježjima golf turizma.

Zabavni/tematski parkovi: izgradnja kao skup različitih zabavnih aktivnosti i atrakcija su velik i važan segment turističke ponude budući da mogu predstavljati osnovni motiv putovanja, ali i sadržaj različitih turističkih proizvoda. Obuhvaćajući tematski i sadržajno povezane aktivnosti primjerene ciljanim tržišnim segmentima, zabavne/tematske parkove obilježavaju sadržaji, pejzaž i građevine koje, kroz različite oblike interpretacije i interaktivnog sudjelovanja posjetitelja, mogu biti vezane uz rekreaciju (npr. zabavni parkovi na vodi), zabavu (npr. parkovi za obitelj s različitim atrakcijama kao što su vožnje i sl.) ili edukaciju (npr. znanstveni i tehnološki parkovi).

Kao oblik upotpunjivanja destinacijskog lanca vrijednosti različitih turističkih proizvoda, ali i kao osnovni motiv posjete u destinacijama na području kontinenta, razvojna usmjerenja vezana uz zabavne/tematske parkove, ali i ostale vrste novostvorenih atrakcija, su:

- Osiguranje nekoliko visoko kvalitetnih i međunarodno tržišno prepoznatljivih komercijalnih projekata izgradnje zabavnih/tematskih parkova (prije svega na kontinentalnom području, ali i primorskom dijelu Hrvatske kao što su primjerice zabavni tehnološki park Nikole Tesle ili zabavno edukativni park vezan uz Vučedol)

- Razvoj sustava visokokvalitetnih komercijalnih projekata izgradnje zabavnih/tematskih parkova (npr. vodeni parkovi i zabavni parkovi) koji će, uz lokalnu/regionalnu prepoznatljivost, osigurati stvaranje povezanih skupina različito tržišno pozicioniranih atrakcija usmjerenih na obogaćivanje zabavne, rekreativne i shopping ponude primorskih destinacija

- Razvoj pojedinačnih komercijalnih projekata izgradnje zabavnih/tematskih parkova regionalne/nacionalne prepoznatljivosti na kontinentalnom području Hrvatske

- Razvoj ostalih novostvorenih atrakcija u sferi javnog sektora kao važnog segmenta upotpunjivanja destinacijskog lanca vrijednosti različitih proizvoda u rasponu od

informacijskih/interpretacijskih centara do sportsko-rekreacijskih sadržaja, žičara, muzeja i galerija, manifestacija i slično

• Utvrđivanje prioriteta razvoja polazeći od kriterija pripremljenosti projekata i faktora koji utječu na ekonomsku održivost projekata (koncentracija postojeće potražnje, dostupnost, mogućnost cjelogodišnjeg korištenja, raspoloživost lokaliteta). Realizacija programa podrazumijeva inventarizaciju državne/gradske zemlje prikladne za razvoj projekata izgradnje zabavnih/tematskih parkova, pripremu projektne dokumentacije potrebne za privlačenje investitora, razvoj sustava poticaja za njihovu izgradnju, ali i mogućnosti izgradnje novostvorenih atrakcija u sferi javnog sektora na nacionalnoj, regionalnoj i destinacijskoj razini.

Destinacijske usluge -ponuda usluga zabave i kulture, rekreacije i sporta te kupnje: povećanje raznolikosti i kvalitete. U cilju povećanja zadovoljstva turista i povećanja njihove potrošnje te poboljšanja konkurentske sposobnosti hrvatskog turizma, razvojno usmjerenje je obogaćivanje destinacijskih lanaca vrijednosti pojedinih proizvoda kroz stvaranje složenih i specijaliziranih turističkih proizvoda s naglašenom ulogom receptivnih turističkih agencija. Polazeći od tržišnog pozicioniranja destinacija i očekivanja pojedinih tržišnih segmenata, realizacija razvojnog usmjerenja podrazumijeva jačanje lokalnog poduzetništva olakšanim i transparentnim procesom dodjele koncesija/dozvola, ali i fiskalnim te financijskim poticajima, za pružanje usluga željene kvalitete kao što su različiti edukativni programi za turiste, izleti, iznajmljivanje opreme, vođenje.

Komunikacija i suradnja javnog i privatnog sektora, različite mjere destinacijskih poticaja te realizacija ključnih odrednica tržišnog pozicioniranja destinacija, vodič su i poticaj poduzetnicima za pokretanje novih projekata i prilagođavanje ponude očekivanjima turističke potražnje. Turističko zoniranje destinacija te pripremljena i transparentna dodjela dozvola i prostora za pružanje pojedinih usluga zabave i kulture, rekreacije i sporta te kupnje, također, su sredstvo realizacije razvojnog usmjerenja. Navedene aktivnosti usmjerene su i na povećanje destinacijske kvalitete i raznolikosti ponude hrane i pića.

Destinacijska turistička infrastruktura: povećanje raznolikosti i kvalitete, počivajući na uspostavljenom sustavu destinacijskog turističkog planiranja i ostvarenim organizacijskim pretpostavkama za provedbu upravljanja turizmom u destinacijama, povećanje i poboljšanje destinacijske (javne) turističke infrastrukture nezaobilazna je odrednica razvoja usmjerena na:

- Osiguranje daljnjeg procesa turističkog uređenja naselja (uređenje i čistoća mjesta, lokalni prijevoz, promet u mirovanju, prometna signalizacija, javni kulturni sadržaji, šetnice i staze, plaže i sl.) te

- Unapređenje sustava turističkih informacija u destinacijama (info punktovi, interpretacija prostora, turistička signalizacija).

Kontinentalni turizam: ubrzanje razvoja, gotovo cijeli prostor kontinentalne Hrvatske danas je turistički nedovoljno valoriziran, a razvojna usmjerenja uključuju:

- Razvoj na načelu 'privuci pa disperziraj': oslanjanjem na privlačnu moć postojećih i nekoliko snažnih novokreiranih atraktora (npr. tematski parkovi, spa centri i sl.) kao dominantnih motiva vizitacije, generirana potražnja disperzira se prema različitim manje prepoznatljivim sadržajima

- Razvoj proizvoda i unapređenje postojećeg sustava promocije i distribucije: u kratkom roku intenziviraju se aktivnosti prodaje i promocije tržišno spremnih proizvoda (kulturni turizam, cikloturizam, lov i ribolov, turizam u ruralnom okružju, izleti), dok se srednjem roku razvoj zasniva na suvremenoj zdravstveno-turističkoj ponudi, ponudi pustolovnog turizma te izgradnju nekoliko međunarodno prepoznatljivih novostvorenih turističkih atrakcija

- Proširivanje kruga potencijalnih korisnika: intenziviranje turističkog interesa u okolnim srednje-europskim tržištima proširenjem i/ili unapređenjem sustava inovativnih turističkih doživljaja.

- Poticanje izgradnje smještajne ponude prilagođene različitim nišama brzo rastućeg tržišta specijalnih interesa. Ubrzavanje razvoja turizma na području kontinentalne Hrvatske podrazumijeva pripremu razvoja određenog broja kapitalno-intenzivnih pojedinačnih razvojno-investicijskih projekata u nadležnosti izvršne vlasti.

'Rebrandiranje' Hrvatske: potrebna je nova brend priča- iskazano promocijskim sloganom 'Hrvatska - Mediteran kakav je nekad bio', turističko pozicioniranje Hrvatske u proteklih se desetak godina zasniva na autentičnosti i na pripadnosti mediteranskom kulturnom krugu s dvojakom funkcijom lociranja zemlje u pozitivan kontekst te njezine diferencijacije od konkurencije. S obzirom na do sada postignute pomake u percepciji zemlje te bitno promijenjene okolnosti u kojima se Hrvatska danas nalazi kao zemlja u EU, osnovno razvojno usmjerenje na području brendiranja je stvaranja imidža zemlje koja nudi

‘više od ljeta i više od sunca i mora’ drugim riječima ‘rebrending’ Hrvatske kao turističke destinacije. Polazeći od potrebe uspostavljanja emotivnih veza između vrijednosti destinacije i vrijednosti posjetitelja, rebrending Hrvatske zasniva se na interpretiranju središnjeg identiteta Hrvatske kao ‘zemlje ljepote i ispunjenosti’ odnosno identitetskim i vrijednosnim obilježjima kao što su raznolikost, sadržajnost, autentičnost, očuvanost okoliša, bogatstvo vode te dobre hrane i vina, gostoljubivost i ljepota.

Kao lijepa zemlja čija izuzetna raznolikost sadržana na malom prostoru posjetiteljima omogućuje brojne načine ispunjenog boravka, Hrvatska pruža različita iskustva te mnogo načina ispunjenosti i dobrih osjećaja.

Međuovisnost turizma i okoliša - okolišno osjetljivo djelovanje: integracija u turističku praksu , očuvanost i ljepota okoliša najjači su aduti hrvatske turističke ponude, a integriranje koncepata okolišno osjetljivog ili ‘zelenog’ poslovanja u turističku praksu postaje posebnost i prepoznatljivi element hrvatskog turizma. U tom procesu izdvajaju se sljedeće aktivnosti:

- Intenziviranje certificiranja hotela i kampova u skladu s mjerilima ‘Prijatelja okoliša’ uključujući senzibiliziranje poduzeća na koristi certifikata, olakšice za aktivnosti koje pridonose zadovoljavanju pojedinih mjerila, sufinanciranje troškova certificiranja;

- Proširivanje mjerila ‘Prijatelja okoliša’ skupinama vezanim uz ‘zelenu arhitekturu’ i korištenje lokalnih/hrvatskih proizvoda i usluga te veće ponderiranje lokalne nabave prehrambenih artikala i umrežavanje s lokalnim proizvođačima/zadrugama;

- Uspostavljanjem mjerila ‘Prijatelja okoliša’ za marine

- Stvaranjem pretpostavki za certificiranje privatnog smještaja (informiranje i edukacija, definiranje mjerila ‘Prijatelja okoliša’ za privatni smještaj)

- Stvaranje pretpostavki za certificiranje turističkih destinacija (senzibiliziranje destinacija na pitanja ekološke osjetljivosti, pilot ekološki audit destinacija, definiranje mjerila ‘Prijatelja okoliša’ za destinacije).

5.1. Važeći zakoni i provedbeni zakoni iz područja ugostiteljstva i turizma

U nastavku će biti navedeni svi važeći zakoni koji se provode na području ugostiteljstva i turizma u Republici Hrvatskoj.

- Pravilnik za dodjelu oznake kvalitete ugostiteljskog objekta vrste Hotel (NN 9/16)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine Kampovi (NN 54/16)
- Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata kampova iz skupine "kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj" ; (NN 75/08) ; (NN 45/09) ; Izmjene (NN 11/14)
- Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (Interno pročišćeni tekst Pravilnika prilozi: A.- Uvjeti za hotel baština (heritage); I. - Uvjeti za kategorizaciju hotela - postojeći objekti; II. - Uvjeti za kategorizaciju hotela - novi objekti; III. - Uvjeti za kategorizaciju aparthotela - postojeći objekti; IV. - Uvjeti za kategorizaciju aparthotela - novi objekti; V. - Uvjeti za kategorizaciju turističkog naselja - potojeći objekti; VI. - Uvjeti za kategorizaciju turističkog naselja - novi objekti; VII. - Uvjeti za kategorizaciju turističkih apartmana - postojeći objekti; VIII. - Uvjeti za kategorizaciju turističkih apartmana - novi objekti; IX. - Uvjeti za kategorizaciju pansiona - postojeći objekti; X. - Uvjeti za kategorizaciju pansiona - novi objekti; XI. - Grafička rješenja i tehnički uvjeti standardiziranih ploča za označavanje vrste i kategorije ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli; XII. Uvjeti za posebne standarde za vrstu hotel; XIII. - Grafička rješenja i tehnički uvjeti standardiziranih ploča za posebne standarde za vrstu hotel); (NN 88/07) ; (NN 58/08) ; (NN 62/09) ; (NN 63/13) ; Izmjene i dopune (NN 33/14) ; Izmjene i dopune (NN 92/14)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/16) ; Izmjene (NN 54/16)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16)

- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji drugih vrsta ugostiteljskih objekata za smještaj iz skupine „kampovi i druge vrste ugostiteljskih objekata za smještaj“ ; (NN 49/08) ; (NN 45/09) ; Izmjene i dopune (NN 94/13) ; Izmjene (NN 49/15)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 54/16)
- Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 5/08) ; (NN 44/11) ; Izmjene i dopune (NN 118/11) ; (piktogrami)
- Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (NN 5/08)
- Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN 140/15)
- Pravilnik o razvrstavanju i minimalnim uvjetima ugostiteljskih objekata iz skupina "restorani", "barovi", "catering objekti" i "objekti jednostavnih usluga" - **neslužbeno pročišćeni tekst: /.docx ; /.pdf** ; (NN 82/07); (NN 82/09); (NN 75/12); (NN 69/13) ; (NN 150/14)
- Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda – hrvatska autohtona kuhinja (NN 60/11)

Zakon o članarinama u turističkim zajednicama - neslužbeno pročišćeni tekst ;
(NN152/08; NN88/10; NN110/15)
Provedbeni propisi:

- Pravilnik o proglašavanju turističkih općina i gradova i o razvrstavanju naselja u turističke razrede - **neslužbeno pročišćeni tekst** ; (NN 122/09; NN 9/10; NN 61/10; NN 82/10; NN 36/11; NN 89/11; NN 146/11; NN 141/12; NN 144/12; NN 38/13; NN 153/13; NN 126/15; NN 15/16) ; Izmjene (NN 54/16)
- Pravilnik o obliku i sadržaju obrasca za prijavu podataka o osnovici za obračun članarine turističkoj zajednici (NN 119/09)
- Pravilnik o kriterijima za razvrstavanje naselja u turističke razrede (NN 92/09) ; (NN 4/15)
- Pravilnik o potporama turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima (NN 19/11) ; (NN 53/12) ; (NN 91/12) ; (NN 28/13) ; (NN 156/14)
- Arhiva

Zakon o boravišnoj pristojbi - neslužbeno pročišćeni tekst ; (NN 152/08; NN 59/09;NN 97/13; NN158/13; NN30/14)

Provedbeni propisi:

- Uredba o utvrđivanju boravišne pristojbe za 2016. godinu (NN 76/15)
- Uredba o utvrđivanju boravišne pristojbe za 2015. godinu (NN 102/14)
- Pravilnik o razdobljima glavne sezone, predsezone, posezone i izvan sezone u turističkim općinama i gradovima - neslužbeno pročišćeni tekst ; (NN 92/09; NN 146/13; NN 35/14; NN 143/14)
- Pravilnik o načinu plaćanja paušalnog iznosa boravišne pristojbe za nautičare (NN 99/13) ; MPPI: Pravilnik o uvjetima za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja plovila sa ili bez posade i pružanje usluge smještaja gostiju na plovilu (NN 99/13)
- Uredba o utvrđivanju boravišne pristojbe za 2014. godinu (NN 97/13)
- Pravilnik o kriterijima za uplatu i korištenje uplaćenih sredstava boravišne pristojbe na posebnom računu Hrvatske turističke zajednice (NN 139/09) ; (NN 36/11)
- Pravilnik o načinu vođenja popisa turista te o obliku i sadržaju obrasca prijave turističkoj zajednici (NN 126/15)
- Pravilnik o načinu naplate paušalnog iznosa boravišne pristojbe osoba koje pružaju usluge smještaja u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (NN 92/09)

- Informacija za turiste koji koriste uslugu noćenja na plovnom objektu nautičkog turizma - Charter (E- prijava i odjava)
- 27. 9. 2011. - ODREĐIVANJE ZONA
- Povećanje koeficijenta razreda turističkog mjesta
- Arhiva

Zakon o turističkoj inspekciji (NN 19/14)

- Pravilnik o iskaznici i znački turističkog inspektora (NN 45/14)
- Pravilnik o sadržaju, obliku i načinu vođenja očevidnika turističkih inspektora (NN 45/14)
- Naputak o načinu pečaćenja kada se rješenje turističkog inspektora izvršava pečaćenjem (NN 45/14)

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

- Uredba o postupku, načinu i uvjetima za dobivanje koncesije na turističkom zemljištu u kampovima u suvlasništvu Republike Hrvatske (NN 12/11) ; (NN 145/12)
- Uredba o načinu i postupku procjene vrijednosti turističkog zemljišta, odnosno građevina u kampovima, načinu isplate kod civilne diobe, načinu utvrđivanja tržišne cijene ostalog građevinskog zemljišta za koje je na temelju posebnog propisa utvrđeno da služi za redovitu uporabu građevine (NN 12/11)
- Uredba o načinu, postupku i uvjetima procjene vrijednosti i prodaje turističkog zemljišta u vlasništvu jedinice lokalne samouprave te načinu, postupku i uvjetima za dobivanje koncesije na preostalom turističkom zemljištu u vlasništvu jedinice lokalne samouprave (NN 12/11)

5.2. Važni zakoni iz područja ugostiteljstva i turizma

U Republici Hrvatskoj vrijede zakoni kojih se moraju pridržavati sva ugostiteljska tijela u Republici Hrvatskoj. U nastavku ćemo pojasniti koji su to najvažniji zakoni koji se odnose na ugostiteljstvo i turizam na seljačkim gospodarstvima.

- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u dom
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (NN 54/16)
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu (NN 54/16)
- Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 5/08) ; (NN 44/11) ; Izmjene i dopune (NN 118/11) ; (piktogrami)
- Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (NN 5/08)
- Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN140/15)

U nastavku ćemo detaljno opisati najvažnije pravilnike razvoja turizma na seljačkim gospodarstvima.

6. ZAKONSKE ODREDNICE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA

Problemi u strateškom planiranju ruralnog razvoja značajni su i uključuju brojne interesne skupine – stakeholderse - s različitim interesima, ciljevima i vrijednostima. Zbog toga je nužno izgraditi zajedničku Strategiju održivog razvoja ruralnog područja.

Srednjoročno i dugoročno planiranje održivog razvoja razlikuje se od uobičajenog strateškog poslovnog ili marketinškog planiranja. Sličnosti s poslovnim i marketinškim planiranjem su sljedeće:

1. prepoznavanje strateških komparativnih prednosti, odnosno interesa potražnje,

2. izbjegavanje nepotrebnih, štetnih i neefikasnih investicija i projekata kao i "dupliciranja napora",

3. traganje za marketinškim nišama i tržišnim segmentima, gdje se može postići najbolji uspjeh.

Međutim, strateški planovi razvoja ruralnog turizma trebaju obuhvatiti još i sljedeće aktivnosti, koje ujedno predstavljaju i specifična pitanja – područja – koja se pojavljuju u strateškom razvoju ruralne zajednice.

To su sljedeća pitanja – ciljevi strateškog razvoja:

a) poticati stalni dijalog između javnog sektora, turističke industrije, lokalne zajednice, kao i ostalih interesnih skupina o budućnosti razvoja područja (u pravilu: regije) i o ulozi ruralnog turizma u ruralnoj zajednici,

b) strategija treba poslužiti poticanju kapitalnih investicija u prometne kapacitete, javne usluge, marketing, informiranje, signalizaciju

c) strategija treba turističkim poduzetnicima postati platforma za sigurno i dugoročno investiranje. Drugim riječima, ona predstavlja garanciju poduzetnicima da se investiranje vrši u sigurnom i stabilnom okruženju.

d) posebno je važno u donošenju strategije uključiti i sustav zaštite prirode i sustav kulturnih djelatnosti. Ti sustavi trebaju imati aktivnu ulogu u razvoju ruralnog turizma, a ne, kao što je to ponegdje slučaj, "štititi" svoj sustav od turizma bilo koje vrste.

Strategija naime ima za cilj i zaštitu područja posebnih i zaštićenih krajolika te povijesne i kulturne baštine kraja. Zbog toga treba postići financijsku i političku međuovisnost i vezu između konzervacije i turizma, a sve u cilju održivog razvoja.

e) strategija treba poticati nove marketinške taktike, primjerice diverzifikaciju objekata agroturizama, tradicijske obrte, iznajmljivanje bicikala, proizvodnju lokalne hrane, reorganizaciju javnog transporta u svrhu turizma, nove oblike ugostiteljske ponude i sl. Na taj se način potiče i dodatno zapošljavanje.

f) strategija treba poticati donošenje novih ideja i predstavljati put započinjanja stalnog procesa učenja i usavršavanja novih vještina, ali fleksibilnosti u poslovnom i političkom životu ruralnog kraja.

g) strategija treba poticati javni dijalog i stalnu otvorenu raspravu s analizom prednosti i nedostataka pojedinih razvojnih projekata i prioriteta – bilo da se radi o razvoju specifičnih oblika ruralnog turizma ili o alternativnim vrstama investicija.

h) većina poslovnih jedinica u ruralnom turizmu su mala, najčešće obiteljska gospodarstva i nisu u mogućnosti implementirati vlastiti marketinški sustav, kao ni trening za kvalitetu. Stoga razvojnom strategijom treba potaknuti kooperaciju u marketingu, edukaciji i ekspertizi, umrežavanje, kao i traganje za marketinškim nišama gdje se može postići komparativne prednosti i uspjeh na tržištu.

i) strategija, u čije donošenje treba aktivno biti uključena čitava zajednica, treba postati poluga za dobivanje financijskih sredstava podrške i poticaja od strane javnog sektora, kojima će se potaknuti privatne inicijative u ruralnom turizmu.

Konvencionalni turistički planovi – mahom marketinški i investicijski planovi – usmjereni su na povećanje prometa, broja posjetitelja, obrta kapitala i zapošljavanja, koristeći postojeće resurse, ne pazeći pri tom na popratne efekte. Radi se o fizičkom planiranju

korištenja zemljišta, koja nema nikakve veze sa razvojem zajednice, kulture ili poduzetništva.

Održivi turizam, a time i ruralni turizam kao njegov oblik "par excellence", bazira svoje strateško planiranje na široj, holističkoj, analizi ruralnog područja, te obuhvaća:

- analizu socijalnih, ekonomskih, ekoloških i kulturalnih potreba;

- analizu turističkih potencijala i postignutih dosadašnjih napora za turistički razvoj;

- raspravu o senzibiliziranju stakeholdersa i nalaženju mogućih načina kako turizam koristiti kao alat za socijalnu, ekonomsku, ekološku i socio-kulturnu regeneraciju;

- snažnu lokalnu participaciju sudionika – lokalnih stakeholdersa u procesu planiranja, implementacije i realizacije projekata;

- pažljivo uzimanje u obzir kapaciteta nosivosti ruralne turističke destinacije, definiranje tipa turizma (prepoznatljivosti pojedine mikro-destinacije - klastera) i mjere (kapaciteta nosivosti) do koje će se razvijati svaki dio regije (klaster).



Slika 6. Klaster medicinskog turizma

Izvor:
https://www.google.hr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjAwq7qwovNAhXSyRoKHdu5D8AQjB0IBg&url=http%3A%2F%2Fmedicinskiturizam.org%2FO_klasteru%2FO_nama%2F&psig=AFQjCNH24_bm4dsYIKY8WIwsZGbvLyLtSw&ust=1465031781734329

Na taj se način za različite mikro-lokacije mogu razviti razvojni scenariji različitih intenziteta. Labilni i krhki eko-sustavi imali bi adekvatne razvojne scenarije, različite od onih na mikro lokacijama koje nisu toliko osjetljive na gospodarski razvoj;

- razvoj utemeljiti na marketinškom istraživanju;

- trening, stalno usavršavanje i edukaciju za poduzetnike i zaposlenike.

Na taj način posebno poticati ulaz novih poduzetnika u turistički sektor. Treba predvidjeti opasnost da strani poduzetnici i investitori dominiraju u turističkoj industriji prije nego se lokalna zajednica i lokalni poduzetnici uspiju "snaći" i prilagoditi svoje poslovanje osjetljivom i selektivnom tržištu ruralnog turizma;

- strategija treba u sebi sadržavati program kvalitete i upravljanja kvalitetom.

Integrated Rural Quality model čini se adekvatnim kao instrument i model sustavnog upravljanja održivim ruralnim razvojem,

- treba oformiti tijelo za praćenje i održivi razvoj ruralnog turizma na državnoj i regionalnoj razini,

- poseban razvojni poticaj treba dati razvoju agroturizma, jer su obiteljska poljoprivredna gospodarstva "čuvari ruralnog kraja". Na isti način treba poticati ne samo pojedine poslovne jedinice agroturizma, već i ostale "zatečene" djelatnosti i aktivnosti koje već tradicionalno postoje na ovom prostoru (tradicionalni obrti, kulturna društva i slično),

- treba razvijati i ostale gospodarske djelatnosti, koje su dovoljno "održive" za ruralne krajeve i omogućavaju "ekonomski suživot" s ruralnim turizmom, kako se ne bi dogodila "potpuna vezanost prostora uz turizam",

- strategije razvoja ruralnog turizma izrađuju se za duže vrijeme – od 5 do 10 godina, a one se zatim operacionaliziraju u trogodišnje i godišnje programe. U tim se kratkoročnim planovima postavljaju brojčano izraženi ciljevi i pokazatelji, evaluacijski proces, kao i rokovi za postizavanje ciljeva. Vrlo je važno praćenje njihove realizacije (monitoring).

- veliki problem predstavlja financiranje.

Inozemna iskustva govore o nekoliko skupina (modela) financiranja ruralnog turizma:

a) javno financirani projekti (obično na razini države),

b) komercijalni (privatni) projekti,

c) javno-privatni projekti,

d) subvencionirani komercijalni projekti.

Financiranje je obično najteži dio razvojnog puta ruralnog turizma, pa neke studije dokazuju da samo iznalaženje načina financiranja obuhvaća najviše vremena (resursa) za izradu (implementaciju) projekata ruralnog turizma.

6.1. Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkim gospodarstvima

U cilju poticanja i daljnjeg razvoja ruralnog turizma potrebno, kroz HITROREZ i prilagodbu propisa, pojednostaviti postojeću zakonsku regulativu, a novim propisima treba omogućiti jednostavnije bavljenje ruralnim turizmom.

U Hrvatskoj se trebalo donijeti posebni zakon o ruralnom turizmu koji bi zamijenio sadašnji veliki niz zakonskih i pod zakonskih propisa koji određuju status te djelatnosti.

U tom velikom broju propisa, seljačka gospodarstva sve se teže snalaze, a brojnost propisa kojih se moraju pridržavati, dodatno otežava njihovo poslovanje.

Osnove pretpostavke razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj su normativne,edukacijske, organizacijske, razvojne, promidžbene, financijske i ostale.

1. Normativne pretpostavke sadrže razne zakonske regulative, neke od njih su zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, zakon o uslugama u turizmu, zakon o poljoprivredi, pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkim gospodarstvima.

a) Zakon o ugostiteljskim djelatnostima obuhvaća pripremanje hrane i pružanje usluga prehrane, pripremanje i usluživanje pića i napitaka, pružanje usluga smještaja, pripremanje hrane za potrošnju na drugom mjestu i opskrba tom hranom.

b) Zakon o uslugama u turizmu obuhvaća pružanje usluga u turizmu.

2. Organizacijske pretpostavke obuhvaćaju razne resore poput ministarstva turizma, ruralnog razvoja, poljoprivrede, ribarstva , šumarstva, lovstva, hrane , kakvoće i sigurnosti, veterinarstva, zdravstva, sanitarne inspekcije, zaštite okoliša i prirode , gospodarstva , poduzetništva , kulture , financija , državnog inspektorata , ureda državne uprave , Zavoda za statistiku , HZMO , HZZO , Komore , Turističke zajednice ,

Savjetodavne službe , Razvojne agencije , Znanstvene institucije , Stručnih institucija , Udruga.

3. Edukacijske pretpostavke obuhvaćaju obavezne edukacije, info seminare, trodnevne seminare, stručna predavanja, stručna putovanja.

4. Razvojne pretpostavke obuhvaćaju strategije razvoja programa i projekata, prijedlog nacionalnih strategija, lokalne strateške dokumente.

5. Promidžbene pretpostavke obuhvaćaju brendirane proizvode, usluge, destinacije.

6. Financijske pretpostavke su potpore MT, potpore MP , potpore MRRZEF , potpore JPLS, krediti, strani izvori financiranja:PEP 2009.-2011., IPA, IPARD i prekogranična suradnja.

I. OPĆE ODREDBE[1]

Članak 1.

Ovim Pravilnikom propisuju se: vrste, minimalni uvjeti za vrste, kategorije, uvjeti za kategorije, oznake za kategorije, način označavanja kategorija, način kategorizacije objekata u kojima se pružaju usluge smještaja, što se smatra pretežito vlastitom proizvodnjom, a što jelima, pićima i napicima uobičajenim za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo te vrste proizvoda koji ne moraju biti iz vlastite proizvodnje.

Članak 2.

Objekt u seljačkom domaćinstvu (u daljnjem tekstu: objekt) funkcionalna je cjelina na seljačkom gospodarstvu u kojem se gostima, ovisno o vrsti, pružaju ugostiteljske usluge pripremanja i usluživanja jela, pića i napitaka, uobičajenih za kraj u kojem se nalazi seljačko domaćinstvo, iz poljoprivrednih proizvoda pretežito vlastite proizvodnje, usluge smještaja te ostale usluge u funkciji turističke potrošnje.

[1] Izvor: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_01_5_112.html

II. PRETEŽITO VLASTITA PROIZVODNJA SELJAČKOG DOMAĆINSTVA

Članak 3.

(1) Pod pretežito vlastitom proizvodnjom podrazumijevaju se:
1. poljoprivredni proizvodi proizvedeni na seljačkom domaćinstvu koje pruža ugostiteljske usluge (vlastita proizvodnja),
2. poljoprivredni proizvodi proizvedeni na drugim seljačkim gospodarstvima upisanim u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava koje kupi seljačko domaćinstvo koje pruža ugostiteljske usluge,
3. šumski proizvodi, samoniklo bilje, gljive, puževi, žabe, ribe i drugi vodeni i morski organizmi te divljač, koje član seljačkog domaćinstva ulovi, ubere ili kupi.
(2) Proizvodi iz stavka 1. točke 3. ovog članka mogu se naći u prometu seljačkog domaćinstva sukladno posebnim propisima.
(3) Proizvodi iz pretežito vlastite proizvodnje moraju biti proizvedeni, ulovljeni, ubrani ili kupljeni u kraju gdje se nalazi seljačko domaćinstvo ili gospodarstvo (domaći poljoprivredni proizvodi).
(4) Pod jelima, pićima i napicima uobičajenim za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo smatra se sve što je pripremljeno na tradicionalan način iz proizvoda iz stavka 3. ovog članka i usluženo gostu na seljačkom domaćinstvu (domaća jela, pića i napici).
(5) Pod proizvodima koji ne moraju biti iz pretežito vlastite proizvodnje smatraju se oni koji služe pripremi domaćih jela, pića i napitaka (brašno, riža, margarin, maslac, ulje, sol, svi začini, šećer, med, mineralna voda, čaj, kava i sl.).

III. RAZVRSTAVANJE OBJEKATA U SELJAČKOM DOMAĆINSTVU[2]

Članak 4.

Vrsta objekta u seljačkom domaćinstvu određena je ovisno o: vrsti ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu koje se u objektu moraju obvezno pružati, pretežitosti i obveznom

[2] Izvor: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_10_118_2284.html

minimumu ugostiteljskih usluga, načinu usluživanja te drugim uvjetima propisanim ovim Pravilnikom.

Članak 5.

Vrste objekata u seljačkom domaćinstvu su:
1. Vinotočje/Kušaonica,
2. Izletište,
3. Soba,
4. Apartman,
5. Kamp.

Pravilnik o izmjenama i dopunama pravilnika o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu

Članak 1.

U Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (»Narodne novine«, broj 5/08., 46/08. – ispravak i 44/11.) u članku 3. stavku 1. točki 2. riječi: »poljoprivredni proizvodi« zamjenjuju se riječima: »poljoprivredno – prehrambeni proizvodi«, a riječ: »obiteljsko« briše se.

Članak 2.

U članku 4. iza stavka 1. dodaje se stavak 2. koji glasi:

»(2) Seljačko domaćinstvo koje pruža ugostiteljske usluge na dodatnoj – višoj razini od minimalno propisanih sukladno stavku 1. ovog članka može, na vlastiti zahtjev, zatražiti razvrstavanje u vrste s oznakom kvalitete, a u cilju stalnog podizanja kvalitete te kao podloge za institucionalnu i drugu podršku razvoju seoskog turizma.«.

Članak 3.

U članku 5. stavku 1. iza riječi: »objekata« dodaje se riječ: »(obvezne)«.

Iza stavka 1. dodaje se novi stavak 2. koji glasi:

»(2) Vrste objekata s oznakom kvalitete (neobvezne) u seljačkom domaćinstvu mogu biti:

1. Izletište s oznakom kvalitete,

2. Soba s oznakom kvalitete,

3. Apartman s oznakom kvalitete,

4. Ruralna kuća za odmor s oznakom kvalitete,

5. Kamp s oznakom kvalitete.«.

Članak 4.

U članku 6. stavku 1. riječi: »prethodnom članku« zamjenjuju se riječima: »stavku 1. članka 5.,«.

U stavku 2. iza riječi »objekt« dodaje se zarez i rečenica: »sukladno stavku 1. članka 5.,«.

Iza stavka 2. dodaje se stavak 3. koji glasi:

»(3) Ako domaćinstvo zatraži razvrstavanje, sukladno stavku 2. članka 5., u neku od vrsta: Izletište s oznakom kvalitete, Soba s oznakom kvalitete, Apartman s oznakom kvalitete, Ruralna kuća za odmor s oznakom kvalitete i Kamp s oznakom kvalitete, ovisno o vrsti objekt mora ispunjavati sljedeće uvjete:

1. iz stavka 1. i 2. ovog članka za odgovarajuću vrstu,

2. za vrstu Izletište s oznakom kvalitete iz Priloga V. Uvjeti za razvrstavanje i kategorizaciju vrsta s oznakom kvalitete u seljačkom domaćinstvu – B. Izletište s oznakom kvalitete, koji je sastavni dio ovog Pravilnika.«.

Članak 5.

U članku 13. stavak 1. mijenja se i glasi:

»(1) U blizini objekta ili na glavnom ulazu u objekt te na izdvojenom objektu izvan seljačkog domaćinstva mora biti vidno istaknuta oznaka izrađena od prirodnog materijala iz kraja u kojem se objekt nalazi (domaći prirodni materijal) s nazivom »seljačko domaćinstvo«, imenom domaćinstva (nije obvezno), propisanim nazivom utvrđene vrste, oznakom kategorije ako se objekt kategorizira te oznakom kvalitete za vrste s oznakom kvalitete.«.

U stavku 2. iza točke na kraju stavka dodaje se rečenica koja glasi:

»Za vrste s oznakom kvalitete, na ploči iz stavka 1. ovog članka mora se istaći simbol koji prezentira ponudu seljačkog domaćinstva sukladno Prilogu VI. – Simboli ponude, koji je sastavni dio ovog Pravilnika.

Simboli ponude mogu biti izrađeni od prirodnih ili drugih materijala«.

Stavak 3. mijenja se i glasi:

»(3) Ako seljačko domaćinstvo u jednoj građevini ima više objekata iste ili različitih vrsta i kategorija, tada je dovoljno na jednoj ploči istaknuti naziv svake vrste, oznaku svake kategorije i oznaku kvalitete.«.

Članak 6.

U članku 29. iza stavka 1. dodaje se stavak 2. koji glasi:

»(2) Ovisno o dodatnoj razini usluga, uređenja, opreme, uređaja i održavanja mogu se kategorizirati sljedeće vrste objekata:

1. Soba s oznakom kvalitete,

2. Apartman s oznakom kvalitete,

3. Ruralna kuća za odmor s oznakom kvalitete,

4. Kamp s oznakom kvalitete.«

Dosadašnji stavci 2., 3., i 4. postaju stavci 3., 4. i 5.

Stavak 4. mijenja se i glasi:

»(4) Objekt neprestano za vrijeme rada mora u cijelosti ispunjavati uvjete propisane ovim Pravilnikom za utvrđenu kategoriju i oznaku kvalitete.«.

U stavku 5. broj »3.« zamjenjuje se brojem »4.«, a iza riječi: »kategoriju« dodaju se riječi: »i oznaku kvalitete«.

Pravilnik o izmjenama i dopunama o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu[3]

Članak 1.

U Pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (»Narodne novine«, broj 5/08.) u članku 1. iza riječi: »usluge smještaja,« dodaju se riječi: »zdravstveni uvjeti,«.

Članak 2.

U članku 2. riječi: »seljačkom gospodarstvu« zamjenjuju se riječima: »obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu«.

Članak 3.

U članku 3. stavku 1. točki 2. riječi: »seljačkim gospodarstvima« zamjenjuju se riječima: »obiteljsko poljoprivrednim gospodarstvima«.

Stavak 3. briše se.

Stavak 4. postaje stavak 3. te se brišu riječi: »iz proizvoda iz stavka 3. ovog članka«.

Stavak 5. postaje stavak 4. te se briše riječ: »med«.

Članak 4.

[3] Izvor: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_04_44_1036.html

U članku 5. iza točke 4. dodaje se nova točka 4a. koja glasi: »Ruralna kuća za odmor«.

Članak 5.

Članak 6. mijenja se i glasi:

»(1) Da bi objekt, sukladno prethodnom članku, bio razvrstan u neku od vrsta: Vinotočje/Kušaonica i Izletište, ovisno o vrsti mora ispunjavati sljedeće uvjete:

1. opće uvjete za vrstu,

2. opće minimalne uvjete,

3. uvjete za vrste Vinotočje/Kušaonica i Izletište sukladno Prilogu I. ovoga Pravilnika.

(2) Da bi objekt bio razvrstan u neku od vrsta: Soba, Apartman, Ruralna kuća za odmor i Kamp, ovisno o vrsti mora ispunjavati sljedeće uvjete:

1. opće uvjete za vrstu,

2. opće minimalne uvjete,

3. minimalne uvjete za Sobu, Apartman, Ruralnu kuću za odmor i Kamp,

4. uvjete za najnižu kategoriju za Sobu, Apartman, Ruralnu kuću za odmor i Kamp sukladno Prilozima II., III., IIIa. i IV. ovoga Pravilnika«.

Članak 6.

U članku 7. stavku 1. broj »50« zamjenjuje se brojem »80«.

Članak 7.

U članku 8. broj »50« zamjenjuje se brojem »80«.

Članak 8.

U članku 9. stavku 2. riječi: »moraju se pružati« zamjenjuju se riječima: »mora biti omogućeno korištenje«.

Članak 9.

U članku 10. stavku 2. riječi: »moraju se pružati« zamjenjuju se riječima: »mora biti omogućeno korištenje«.

Članak 10.

Iza članka 10. dodaje se naslov: »4a. Vrsta Ruralna kuća za odmor«, a ispod članak 10a. koji glasi:

»(1) Vrsta Ruralna kuća za odmor je objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja i korištenja okućnice u ruralnom okruženju, opremljena tako da gost sam može pripremati i konzumirati hranu.

(2) U vrsti Ruralna kuća za odmor mora biti omogućeno korištenje usluge prehrane, pića i napitaka.«

Članak 11.

U članku 11. stavku 2. riječi: »moraju se pružati« zamjenjuju se riječima: »mora biti omogućeno korištenje«.

Članak 12.

Iza članka 11. dodaje se novi članak 11a. koji glasi:

»U vrstama u kojima se pruža usluga smještaja može se pružati usluga smještaja i u objektima seljačke izgradnje u ruralnom prostoru koji mogu biti u sklopu seljačkog domaćinstva ili izvan seljačkog domaćinstva (izdvojeno iz kruga objekata seljačkog domaćinstva), a nalaze se u funkciji poljoprivredne proizvodnje seljačkog domaćinstva (npr. katun, kažun, pastirska koliba, planinska koliba, ribarska koliba, vinogradarska koliba, štagalj i drugo). U tom objektu gosti mogu sami na svoj način i svoju odgovornost pripremati i konzumirati hranu, pića i napitke.«

7. POTICANJE RAZVOJA RURALNOG TURIZMA KROZ PROGRAM RURALNOG RAZVOJA

PROGRAM RURALNOG RAZVOJA REPUBLIKE HRVATSKE ZA RAZDOBLJE 2014. - 2020.

MJERA 6 - Razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja

Pod mjera 6.1. Potpora mladim poljoprivrednicima

Korisnici:

- Osobe starosti 18 - 40 godina, koje posjeduju odgovarajuća stručna znanja i vještine te je po prvi put na poljoprivrednom gospodarstvu postavljena kao nositelji poljoprivrednog gospodarstva čija ekonomska veličina iznosi od 8.000 eura do 49.999 eura.

Prihvatljive aktivnosti:

- kupnja domaćih životinja, višegodišnjeg bilja i sadnog materijala,
- kupnja, građenje i/ili opremanje zatvorenih/zaštićenih prostora i objekata te ostalih gospodarskih objekata uključujući vanjsku i unutarnju infrastrukturu u sklopu poljoprivrednog gospodarstva u svrhu obavljanja poljoprivredne proizvodnje i/ili prerade proizvoda iz Priloga I. Pravilnika osim proizvoda ribarstva,
- kupnja ili zakup poljoprivrednog zemljišta,
- kupnja poljoprivredne mehanizacije, strojeva i opreme,
- podizanje novih i/ili restrukturiranje postojećih višegodišnjih nasada,
- uređenje i poboljšanje kvalitete poljoprivrednog zemljišta u svrhu poljoprivredne proizvodnje,
- građenje i/ili opremanje objekata za prodaju i prezentaciju vlastitih poljoprivrednih proizvoda uključujući i troškove promidžbe vlastitih poljoprivrednih proizvoda,
- stjecanje potrebnih stručnih znanja i sposobnosti za obavljanje poljoprivredne proizvodnje i prerade proizvoda iz Priloga I,

- operativno poslovanje poljoprivrednog gospodarstva.

Financiranje:

- **Iznos potpore:** 50.000 EUR
- **Intenzitet potpore:** do 100 % ukupnih prihvatljivih troškova

Pod mjera 6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti na OPG-u

Korisnici:

- Poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava te fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana OPG-a koji pokreću novu nepoljoprivrednu djelatnost u ruralnim područjima,
- Poljoprivredno gospodarstvo mora pripadati ekonomskoj veličini od najmanje 1.000 eura.

Aktivnosti:

- Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivredne djelatnosti:
  - Turizam u ruralnom području,
  - Tradicijski, umjetnički obrti, izrada suvenira,
  - Pružanje usluga u ruralnim područjima, poljoprivredi i šumarstvu,
  - Prerada, marketing i izravna prodaja lokalnih proizvoda.

Financiranje:

- **Iznos potpore:** 50.000 EUR
- **Intenzitet potpore:** do 100 % ukupnih prihvatljivih troškova

Pod mjera 6.3. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava

Korisnici:

- Mala poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava čija ekonomska veličina iznosi od 2.000 eura do 7.999 eura.

Aktivnosti:

- Kupnja domaćih životinja, jednogodišnjeg i višegodišnjeg bilja, sjemena i sadnog materijala,
- Kupnja, građenje i/ili opremanje zatvorenih/zaštićenih prostora i objekata te ostalih gospodarskih objekata,
- Kupnja ili zakup poljoprivrednog zemljišta,
- Kupnja poljoprivredne mehanizacije, strojeva i opreme,
- Podizanje novih i/ili restrukturiranje postojećih višegodišnjih nasada,
- Uređenje i poboljšanje kvalitete poljoprivrednog zemljišta,
- Građenje i/ili opremanje objekata za prodaju i prezentaciju vlastitih poljoprivrednih proizvoda,
- Stjecanje potrebnih stručnih znanja i sposobnosti za obavljanje poljoprivredne proizvodnje i prerade proizvoda,
- Operativno poslovanje poljoprivrednog gospodarstva.

Financiranje:

- **Iznos potpore**: 15.000 EUR
- **Intenzitet potpore**: do 100 % ukupnih prihvatljivih troškova

Pod mjera 6.4. Ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima

Korisnici:

- Poljoprivredna gospodarstva upisana u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava, te fizičke osobe u svojstvu nositelja ili člana obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva koje razvijaju nepoljoprivrednu djelatnost,

- Poljoprivredno gospodarstvo mora pripadati ekonomskoj veličini od najmanje 2.000 eura.

Aktivnosti:

- Ulaganja u turizam na ruralnom području,
- Prerada i trženje proizvoda,
- Ulaganja u djelatnosti za izradu suvenira, tradicijske i umjetničke obrte,
- Pružanje usluga u ruralnim područjima (veterinarske usluge, usluga opskrbe stanovništva ruralnih područja, usluga skrbi za starije i nemoćne osobe),
- Ulaganja u radionice za popravak poljoprivrednih i šumarskih strojeva, ICT centre,
- Ulaganja u dječje vrtiće, igraonice za djecu, sportsko-rekreativne centre,
- Ulaganja u postrojenja na obnovljive izvore energije.

Financiranje:

- **Iznos potpore**: 3.500 - 200.000 EUR
- **Intenzitet potpore**: do 70% ukupnih prihvatljivih troškova

Postoji velik broj mjera ruralnog razvoja, poticanje već postojećih poljoprivrednih proizvođača, poticanje mladih proizvođača. Vrlo važno je prije samog početka bavljenja poljoprivrednim djelatnostima, raščlaniti koje mjere želimo poduzeti kod bavljenja djelatnosti.

MJERA/PODMJERA/TIP OPERACIJE	PLANIRANI DATUM OBJAVE NATJEČAJA
PODMJERA 6.1. - Potpora za mlade poljoprivrednike	**RUJAN 2015.**
PODMJERA 4.1. - Potpora za ulaganja u poljoprivredna gospodarstva	**LISTOPAD 2015.**
PODMJERA 4.2. - Potpora za ulaganja u preradu, marketing i/ili razvoj poljoprivrednih proizvoda	**LISTOPAD 2015.**
PODMJERA 7.2. - Ulaganja u izradu, poboljšanje ili proširenje svih vrsta male infrastrukture, uključujući ulaganja u obnovljive izvore energije i uštedu energije	**LISTOPAD 2015.**
PODMJERA 7.4. - Ulaganja u pokretanje, poboljšanje ili proširenje lokalnih temeljnih usluga za ruralno stanovništvo, uključujući slobodno vrijeme i kulturne aktivnosti te povezanu infrastrukturu	**LISTOPAD 2015.**
TIP OPERACIJE 4.3.3. - Ulaganja u šumarsku infrastrukturu	**STUDENI 2015**

Slika 7. Mjere potpore u poljoprivredi

Izvor:

https://www.google.hr/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi_xZuxw4vNAhWKvBoKHeloDVUQjB0IBg&url=http%3A%2F%2Flag-moslavina.hr%2Finformacije-o-mjerama-ruralnog-razvoja%2F&psig=AFQjCNGSfn8y_M-MN1qhRo5MvN2OCFODdQ&ust=1465031927087617

8. ZAKLJUČAK

Hrvatska ima izrazito povoljan geostrateški položaj, ali unatoč tome, ruralni razvoj je vrlo slabo zastupljen. Obiluje poljoprivrednim površinama koje su većinom pokrivene ratarskim kulturama, voćnjacima, vinogradima ili pak maslinicima.

Razlog slabijeg ruralnog turizma i njegov razvitak je sporiji jer u Hrvatskoj postoji veća potreba za Jadranskim turizmom te se ovaj oblik turizma zapostavlja, ne samo iz tog razloga nego i zbog toga što u Hrvatskoj još uvijek nedostaje spoznaja o mogućnosti razvoja sela odnosno agrara te života na selu pa nadalje i njihovih izvora prihoda. U posljednjih nekoliko godina ostvaruju se nove mjere Hrvatske poljoprivredne politike te financiranja i sufinanciranja iz Europskih fondova te se na taj način poboljšava život na selu na način da se poboljšava poljoprivredna djelatnost na način unapređivanja tehnologija, a uz to se razvija i ruralni turizam. Ruralni turizam u Hrvatskoj ima prednost iz razloga što u Hrvatskoj poljoprivreda nije bila intenzivna odnosno nije se razvijala efikasno što ima svoje nedostatke i prednosti. Prednost je našla u tome što je sačuvana zemlja od zagađenja, a napuštanjem seoskih gospodarstava ostali su starinski oblici pa smo time dobili starinsku arhitekturu koja je temelj za ruralni turizam u kombinaciji sa starim receptima koji su se davno koristila te u to se prodaju proizvodi sa poljoprivrednih gospodarstava. Ako to gospodarstvo nema određene proizvode, iste kupuje od drugih gospodarstava te na taj način povezuje gospodarstva , a time utječe i na razvoj gospodarstva te financijsku politiku na hrvatskom selu.

Procjenjuje se da ruralni turizam, uključujući i planinska područja, sudjeluje u ukupnim međunarodnim putovanjima s udjelom od oko 3%, uz godišnji rast od oko 6%. Suočena s nerazvijenom domaćom potražnjom i nepoticajnim okruženjem, hrvatska se ponuda ruralnog turizma razvija izuzetno sporo. Mjera 6 - razvoj poljoprivrednih gospodarstava i poslovanja obuhvaća: 1. Pod mjera 6.1. Potpora mladim poljoprivrednicima, 2. Pod mjera 6.2. Potpora ulaganju u pokretanje nepoljoprivrednih djelatnosti na OPG-u, 3. Pod mjera 6.3. Potpora razvoju malih poljoprivrednih gospodarstava i 4. Ulaganja u razvoj nepoljoprivrednih djelatnosti u ruralnim područjima.

Ovim radom zaključili smo da je zakonska legislativa ruralnog turizma veoma vezana u zakonima Republike Hrvatske, te zbog brojne administracije i dokumentacije mnogi vrlo brzo odustanu od pokretanja bavljenja ruralnog turizma. Svakako bi bilo lakše i efikasnije

kada bi administracija išla brže, automatizmom, te kada bi poduzetnici imali veće potpore kako od lokalne tako i od regionalne odnosno državne vlasti. U sljedećih nekoliko godina postoji mogućnost daljnjeg razvoja ruralnog turizma, posebice u Slavoniji i Baranji, jer u tim krajevima postoje mnoge perspektive razvoja samog ruralnog turizma iako je u Republici Hrvatskoj najraširenij ruralni turizam u Istri.

9. POPIS LITERATURE

Krajnović Aleksandra, Čičin-Šain Dijana (2011.): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma: problemi i smjernice, Sveučilište u Zadru, odjel za ekonomiju, str. od 34-36

Zmaić, Krunoslav; Sudarić, Tihana; Lončarić, Ružica.

Strengthening of Local Identity Through Evaluation of Traditional Regional Products // 25th Scienific-Experts Congress on Agriculture and Food Industry / Yercan, Murat ; Tepecik, Mahmut ; Hatipoglu, Ahmet ; Ozden, Fatih ; Tosun, Duygu (ur.).

Izmir, Turkey : Faculty of Agriculture, Ege University, TURKEY, 2014. 37-40 (poster,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

Sudarić Tihana; Zmaić, Krunoslav; Petrić, Boris,

Atraktivnost i konkurentnost ruralnog prostora Slavonije i Baranje // 50. hrvatski i 10. međunarodni simpozij agronoma / Pospišil, Milan (ur.).

Zagreb : Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet, Zagreb, Hrvatska, 2015. 169-173 (poster,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

Sudarić, Tihana; Zmaić, Krunoslav; Nedić, Ilija.

Koncepcijski okvir razvoja ruralnog turizma u istočnoj Hrvatskoj // 47. hrvatski i 7 međunarodni simpozij agronoma / Pospišil, Milan (ur.).

Zagreb : Agronomski fakultet u Zagrebu, 2012. 227-230 (poster,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

Kristić, Jelena; Deže, Jadranka; Sudarić, Tihana.

Seoskim turizmom prema održivom razvoju // Agriculture in nature and environment protection / Stipešević, Bojan ; Sorić, Roberta (ur.).

Osijek : Osječki list d.o.o., 2011. 178-182 (predavanje,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

Zmaić, Krunoslav; Sudarić, Tihana; Tolić, Snježana.

Održivost i diverzifikacija ruralne ekonomije // Proceedings of the 46th Croatian and 6th International Symposium on Agriculture / Pospišil, M (ur.).

Zagreb : Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2011. 341-345 (predavanje,međunarodna recenzija,objavljeni rad,znanstveni).

Kovačić, Damir; Radman, Marija.
Izravna prodaja seljačkih proizvoda - analiza stanja i budući razvitak // XL. znanstveni skup hrvatskih agronoma s međunarodnim sudjelovanjem, zbornik radova / Kovačević, Vlado ; Jovanovac, Sonja (ur.).
Osijek : Poljoprivredni fakultet Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, 2005. 18-21 (plenarno predavanje,domaća recenzija,objavljeni rad).
Grgić, Ivo; Zrakić, Magdalena; Gudelj Velaga Anamarija.
Agroturizam u Republici Hrvatskoj i nekim državama Europske unije. // Agronomski glasnik. 77 (2016) , 1-2; 61-74 (pregledni rad, znanstveni). prilozen text radaURL link to work

Internet izvori:

http://iztzg.hr/UserFiles/Pdf/Izvjestaj-10-Strategija-razvoja-turizma-RH.pdf
https://www.google.hr/#q=zakonske+odrednice+razvoja+ruralnog+turizma
http://www.pbiro.hr/poticaji_eu_fond_ruralni_razvoj_mjera_6.html
http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf
http://www.mint.hr/default.aspx?id=356

10. SAŽETAK

Razvoj ruralnog turizma u Europi se počeo razvijati krajem 20.st., a u Hrvatskoj početak ruralnog turizma se počeo nadzirati početkom 21.st. Ruralni turizam je pridonio povećanju prihoda odnosno povećanju dohotka temeljnih poljoprivrednih djelatnosti. Pomoć poljoprivredi se izražava na način da proizvodi imaju bolju promociju te se na taj način lakše distribuiraju proizvodi i koriste se zapuštena poljoprivredna gospodarstva koja su zbog nedostatka posla na selu odnosno poljoprivrednim gospodarstvima zapuštena, ali se uz pomoć ruralnog turizma ona ponovo iskorištavaju te donose dodatni prihod istoj djelatnosti. Najveću problem razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj je prevelik utjecaj jadranskog turizma kojeg većina građana preferira te zbog te nezainteresiranosti potrošača, ruralni turizam ne može doseći svoj maksimum razvoja. Jedan od problema sporog razvitka ruralnog turizma je i aktualna legislativa odnosno birokracija, administracija, zakoni i predug period osnivanja poduzetništva.

Ključne riječi: ruralni turizam, poljoprivredna gospodarstva, aktualna legislativa

11. SUMMARY

The development of rural tourism in Europe began to develop at the end of the 20th century, and in Croatia the beginning of rural tourism began to monitor the early 21st century Rural tourism has contributed to the increase in revenues and increase output of basic agricultural activities. Help agriculture is expressed in a way that the products have a better promotion and thus easier to distribute products and use the abandoned farms that are due to lack of work in the countryside and farms abandoned, but with the help of rural tourism it again exploit and bring additional income the same activities. The biggest issue for the development of rural tourism in continental Croatia has too much influence Adriatic tourism, which most people prefer this because of the lack of interest of consumers, rural tourism can not reach its maximum development. One of the problems of slow development of rural tourism is the current legislation and bureaucracy, administration, laws and too long a period of establishing entrepreneurship.

Keywords: rural tourism , agricultural holdings , current legislation

12. POPIS SLIKA

Red. broj	Naziv slike	Stranica
1.	Vinski turizam	7
2.	Jadransko more	9
3.	Kulturni turizam-turizam baštine	11
4.	Eko turizam	13
5.	Mali obiteljski hotel u Baranji	23
6.	Klaster medicinskog turizma	35
7.	Mjere potpore u poljoprivredi	50

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku **Diplomski rad**
Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Sveučilišni diplomski studij, smjer Agroekonomika
Aktualna legislativa u ruralnom turizmu
Mario Jurković
Sažetak
Razvoj ruralnog turizma u Europi se počeo razvijati krajem 20.st., a u Hrvatskoj početak ruralnog turizma se počeo nadzirati početkom 21.st. Ruralni turizam je pridonio povećanju prihoda odnosno povećanju dohotka temeljnih poljoprivrednih djelatnosti. Pomoć poljoprivredi se izražava na način da proizvodi imaju bolju promociju te se na taj način lakše distribuiraju proizvodi i koriste se zapuštena poljoprivredna gospodarstva koja su zbog nedostatka posla na selu odnosno poljoprivrednim gospodarstvima zapuštena, ali se uz pomoć ruralnog turizma ona ponovo iskorištavaju te donose dodatni prihod istoj djelatnosti. Najveću problem razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj je prevelik utjecaj jadranskog turizma kojeg većina građana preferira te zbog te nezainteresiranosti potrošača, ruralni turizam ne može doseći svoj maksimum razvoja. Jedan od problema sporog razvitka ruralnog turizma je i aktualna legislativa odnosno birokracija, administracija, zakoni i predug period osnivanja poduzetništva.
Ključne riječi: ruralni turizam, poljoprivredna gospodarstva, aktualna legislativa

Rad je izrađeni pri: Poljoprivredni fakultet u Osijeku
Mentor: doc.dr.sc. Tihana Sudarić
Broj stranica: 59
Broj grafikona i slika: 7
Broj tablica:
Broj literaturnih navoda: 5
Broj priloga: 2
Jezik izvornika: hrvatski
Ključne riječi: ruralni turizam, poljoprivredna gospodarstva, aktualna legislativa
Datum obrane:
Stručno povjerenstvo za obranu:
1. prof.dr.sc. Krunoslav Zmaić, predsjednik
2. doc.dr.sc. Tihana Sudarić, mentor
3. prof.dr.sc. Ružica Lončarić, član

Rad je pohranjen u: Knjižnica Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku, Sveučilište u Osijeku, Kralja Petra Svačića 1d.

BASIC DOCUMENTATION CARD

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek **Graduate Thesis**

Faculty of Agriculture

University Graduate Studies, Agroeconomics

Economics Current legislation in rural tourism

Mario Jurkovic

Summary:

Abstract The development of rural tourism in Europe began to develop at the end of the 20th century, and in Croatia the beginning of rural tourism began to monitor the early 21st century Rural tourism has contributed to the increase in revenues and increase output of basic agricultural activities. Help agriculture is expressed in a way that the products have a better promotion and thus easier to distribute products and use the abandoned farms that are due to lack of work in the countryside and farms abandoned, but with the help of rural tourism it again exploit and bring additional income the same activities. The biggest issue for the development of rural tourism in continental Croatia has too much influence Adriatic tourism, which most people prefer this because of the lack of interest of consumers, rural tourism can not reach its maximum development. One of the problems of slow development of rural tourism is the current legislation and bureaucracy, administration, laws and too long a period of establishing entrepreneurship.

Thesis perfarmed at: Faculty of Agriculture in Osijek

Mentor: Tihana Sudarić, PhD

Number of pages: 59

Number of figures: 7

Nubmer of tables:

Number of references: 5

Number of appendices: 2

Original in: Croatian

Key words: rural tourism, rural economy, the current legislation

Thesis defended on date:

Reviewers:
Krunoslav Zmaić, PhD, associate professor-president

Tihana Sudarić, PhD, associate professor- mentor

Ruzica Loncaric, PhD, associate professor - member

This deposited at: Library, Faculty of Agriculture in Osijek, University of Osijek , Josip Juraj Strossmayer, Kralja Petra Svačića 1d