

**Dr. IVAN VUKOVIĆ**

Izvanredni profesor na Hotelijerskom fakultetu Opatija

## **EUROPSKE STRATEGIJE RAZVOJA HRVATSKOG TURIZMA**

UDK 338.48(497.5)

Simpozijski referat

Primljeno: 26. veljače 1996.

### **Sažetak**

*U ovom radu autor istražuje i daje prikaz europskih strategija razvoja turizma zalažući se pri tome da je Hrvatskoj u ovom trenutku upravo potrebno da koristi europske strategije europskog turizma. Pod europskim strategijama razvoja autor prije svega podrazumijeva razvojne strategije i politiku pojedinih europskih zemalja u razvoju turizma s jedne strane, a s druge strane to podrazumijeva europsko strateško ponašanje u razvoju hrvatskog turizma. U tom kontekstu najprije daje jedno teorijsko određenje strategije i politike razvoja turizma, zatim analizira komparativne prednosti Hrvatske u razvoju određenih oblika i vrsta turizma u odnosu na druge europske zemlje. Potom daje prikaz alternativnih suvremenih strategija razvoja turizma na europskom tržištu, što može biti temelj za strategiju razvoja turizma u pojedinim županijama Hrvatske.*

### **1. UVOD**

U ovom povijesnom trenutku kada je Hrvatska stekla potpunu slobodu i nezavisnost osobito poslije mirovnih sporazuma u Daytonu, mislimo da je izuzetno bitno da se odredi strategija dugoročnog ekonomskog razvoja Hrvatske, a unutra da se utvrde dugoročni ciljevi i prioritetni pravci gospodarskog razvoja polazeći pri tome od realne procjene prirodnih i društvenih resursa s kojima raspolaže Hrvatska te da se na temelju toga sagledaju mogući pravci aktivnosti kako bi se Hrvatska i hrvatsko gospodarstvo integriralo u suvremene europske tijekove. Određene zabune u svezi s potrebom izgradnje vlastite strategije gospodarskog razvoja hrvatske proizlaze iz nedavno održanog savjetovanja ekonomista Hrvatske kao i stavovi predstavnika izraženi na tom skupu da Hrvatskoj nije

potrebna dugoročna strategija gospodarskog razvoja.<sup>1</sup> Međutim, mi mislimo na temelju suvremenih znanstvenih postignuća u Europi i svijetu da je Hrvatskoj potrebna upravo u ovom trenutku strategija dugoročnog gospodarskog razvoja, a šta više mislimo da je potrebno da se naprave i strategije razvoja u pojedinim gospodarskim djelatnostima i to prvenstveno u onim djelatnostima koje će biti temelj našeg gospodarskog razvoja za naredno desetljeće i više godina. U tom kontekstu držimo da je u ovom trenutku potrebno ponovo definirati / redefinirati raniju strategiju / razvoja turizma u Hrvatskoj i to prvenstveno da se ta strategija temelji na suvremenim europskim iskustvima i strategijama u razvoju turizma, a osobito da se ona temelji na komparativnim prednostima Hrvatske kao i pojedinih naših županija u razvoju pojedinih oblika i vrsta turizma.

## 2. DEFINICIJA STRATEGIJE I POLITIKE U TURISTIČKOM RAZVOJU

U definiranju strategije razvoja turizma i politika razvoja turizma u pojedinoj zemlji potrebno je da se pođe od suvremenih znanstvenih postignuća iz menadžmenta i ekonomije menadžmenta / koje su razradile osnovna pitanja strategije gospodarskog razvoja, a s tim u svezi i razvoja turizma kao jedne od najpropulzivnije gospodarske djelatnosti u suvremenoj Europi i svijetu.<sup>2</sup>

Podrijetlo riječi "strategija" datira od grčke riječi strategos, što znači "vojskovođa", te se upotrebljava u različite svrhe i na različite načine, jer se autori razlikuju u poimanju barem jednog od glavnih aspekata strategije. Naime, radi se o tome da neki pisci imaju prilikom definiranja strategije na umu krajnje točke /svrha, misija, ciljevi i sl./, i sredstva za njihovo ostvarivanje /politika i planove/. U isto vrijeme drugi autori naglašavaju više sredstava za ostvarivanje krajnjih točaka strateškog procesa.<sup>3</sup>

Međutim, u suvremenom menadžmentu i ekonomiji menadžmenta strategijom se određuju svrha /ili misija/ i osnovni dugoročni ciljevi razvoja

- 1 Ministar gospodarstva Republike Hrvatske D. Štern na svom istupu na savjetovanju hrvatskih ekonomista održanom 14. i 15. prosinca 1995. godine u Opatiji iznio je mišljenje da Hrvatskoj nije potrebna nikakva gospodarska strategija razvoja kao što je to bila praksa u ranijem socijalističkom sustavu.
- 2 Vidi detaljnije. M. Rešetar, Hrvatski turizam od brojeva do potrošnje, u zborniku radova, Plasman hrvatske turističke ponude, Sveučilište u Rijeci, Hoteljerski fakultet Opatija, 1993. str. 17-19.
- 3 Heinz Weihrich & Harold Koontz, Menadžment, deseto izdanje, Mate, Zagreb, 1994. str. 169.

poduzeća, usvajanje pravaca akcija i alociranje resursa nužnih za njihovo ostvarenje.<sup>4</sup>

Politike razvoja se definiraju kao opće izjave ili suglasnosti koje usmjeravaju razmišljanje menadžera pri odlučivanju o razvoju užih područja unutar utvrđenih granica strateškog razvoja.<sup>5</sup> Nekada postoji i znak jednakosti između strategije i glavne politike razvoja neke korporacije i poduzeća ili pak određene zemlje.<sup>6</sup>

Od naših domaćih autora koji su se bavili izučavanjem strategije gospodarskog razvoja kao i strategije razvoja turizma spomenut ćemo samo dvije vrlo interesantne definicije koje mogu biti meritorne za definiranje strataegije i politike u turističkom razvoju.

Akademik Vladimir Stipetić naš ugledni znanstvenik iz područja ekonomike gospodarstva narodne privrede ovako definira strategiju privrednog razvoja "Izraz strategije znači opredijeliti se za ciljeve. Ciljevi moraju biti u skladu s ekonomskim načelima i principima. Što je situacija teža, gospodarska strategija je poželjnija. Koje komponente određuju strategiju? Na osnovi čega se strategija definira i preciznije utvrđuje?"

Kritička analiza stanja u gospodarstvu prvi je uvjet za utvrđivanje strategije. Potom je utvrđivanje jake i slabe strane te komparativnih prednosti. Zatim se utvrđuje strategija.<sup>7</sup>

Ivan Kralj, ugledni slovenski ekonomist koji se bavio izučavanjem društvene suštine strategije ekonomskog razvoja na ovaj način definira strategiju: "Strategija je onaj dio djelatnosti politike organizacije u kojem kada se odrede osnovni široki ciljevi, izaberemo određene važne ciljeve /strateški ciljevi/ pobrinemo se o alokaciji resursa /dinamičko strukturiranje/ pomoću zahvatanja /manevra/, te izabiremo odgovarajuće postupke za postizanje ciljeva /taktika/, uzimajući u obzir utjecaje i potrebne odazive na promjene u okolini organizacije."<sup>8</sup>

Polazeći od gornjih definicija strategija gospodarskog razvoja moguće je definirati strategiju turističkog razvoja kao i politiku turističkog razvoja određene zemlje kao i više zemalja ako imaju zajedničku ekonomiju kao što je to slučaj kod Europske unije ili pak drugih ekonomskih integracija u svijetu.

Strategiju turizma bi smo mogli definirati na ovaj način da obuhvaća prije svega definiranje dugoročnih ciljeva razvoja, koncepciju razvoja, način i

4 Isto, str. 169.

5 Isto, str. 169.

6 Isto, str. 169.

7 V. Stipetić, Strategija gospodarskog razvoja Hrvatske, predavanja na poslijediplomskom studiju, Menadžment u turizmu, Hoteljerski fakultet Opatija, škol.1993/94. god.

8 I. Kralj, Vodenje politike gospodarske organizacije, Univerza v Maribor, Visoko ekonomsko-komercijalna škola, Kranj 1988.

sredstva potrebna za ostvarivanje, taktika u ostvarivanju ciljeva i koncepcije razvoja i razrada operativnog menadžmenta u ostvarivanju utvrđene strategije razvoja turizma.

Politike razvoja turizma obuhvaćaju samo određene mjere i aktivnosti za ostvarenje utvrđene strategije u određenim područjima turističkog razvoja /financije, investicije, marketing, razvoj pojedinih oblika turizma i sl./, koja se ostvaruje prvenstveno kroz operacionalizaciju pojedinih ciljeva strateškog razvoja turizma.

U okviru definiranja strategije i politike razvoja turizma Hrvatske osobito je bitno u ovom trenutku da se pored utvrđivanja dugoročnih ciljeva /kvantitativnih i kvalitativnih/ razvoja turizma izvrši kritička analiza sadašnjeg stanja u turističkom gospodarstvu, zatim da se definira cjelovita koncepcija dugoročnog razvoja turizma, a osobito da se definira prioriteta i različiti oblici razvoja turizma, zavisno od raspoloživih resursa u pojedinim županijama odn. područjima Hrvatske, kao i na temelju toga da se utvrde komparativne prednosti u razvoju turizma u Hrvatskoj. Iz toga bi trebalo utvrditi konkretne politike razvoja turizma kao i potrebne akcije i instrumente za razvoj turizma u pojedinim područjima kao što su pitanje obnove i rekonstrukcije hotelskih i turističkih naselja investicijske politike, politike ponude i potražnje, politike standardizacije i sl./.

### **3. KOMPARATIVNE PREDNOSTI HRVATSKE U RAZVOJU ODREĐENIH OBLIKA I VRSTA TURIZMA U ODNOSU NA DRUGE EUROPSKE ZEMLJE**

Koje su komparativne prednosti Hrvatske u odnosu na druge europske zemlje u razvoju turizma, osobito u odnosu na turističke europske zemlje jedno je svakako od najznačajnijih pitanja strategije razvoja hrvatskog turizma. Tu svakako u prvom planu treba istaći komparativne prednosti Hrvatske u pogledu prirodnih resursa s kojim raspolaže Hrvatska u odnosu na druge europske zemlje kao što su: Jadransko more, obala i njezina razvedenost, otoci, neiskorištenost otoka, ekološka sačuvanost većeg dijela jadranske obale, klimatski povoljni uvjeti, /zrak, voda, povoljne temperature mora i zraka i sl./<sup>9</sup>

Proizvedeni resursi i komparativne prednosti Hrvatske u razvoju turizma također su vrlo značajni za izgradnju strategije razvoja turizma Hrvatske u cjelini a isto tako i uži područja odnosno županija u Hrvatskoj. U tom kontekstu potrebno je istaknuti da Hrvatska raspolaže s vrlo velikim hotelskim kapacitetima osobito na jadranskom području, zatim

<sup>9</sup> Vidi, Prilog za strategiju razvoja Hrvatske, HAZU, Zagreb, 1994. str. 53.

da raspolaže s vrlo velikim kapacitetima za razvoj kampova, potom vrlo su značajni kapaciteti cijelog lanca marina ACI, kao i daljnjih mogućnosti razvoja marina na jadranskom području, potom Hrvatska raspolaže velikim brojem domaćinstva koji imaju ne samo relativno veliki broj ležaja, nego i relativno veliki broj restorana i privatnih ugostiteljskih i drugih objekata povoljnih za razvoj turizma u Hrvatskoj. Isto tako Hrvatska ima značajne prednosti u razvoju športskog i nudističkog turizma, što je samo djelomično do sada bilo iskorišteno.<sup>10</sup> Pored toga Hrvatska raspolaže velikim prirodnim i društvenim resursima za razvoj kontinentalnog turizma osobito za razvoj zimskog turizma.<sup>11</sup>

U tom kontekstu treba za definiranje dugoročne strategije razvoja turizma Hrvatske u cjelini kao i pojedinih županija točno definirati u kojim oblicima i vrstama turizma Hrvatska može imati prednosti u odnosu na druge europske zemlje. To je po našem mišljenju moguće prije svega u razvoju različitih oblika turizma Hrvatske u kojima ona ima određene komparativne prednosti kao što su: rekreativni turizam, športski turizam, zdravstveni turizam, nudistički turizam, nautički turizam, omladinski turizam, eko turizam osobito na našim otocima, tranzitni turizam, planinski /kontinentalni/ turizam itd.<sup>12</sup>

Jedno od temeljnih pitanja kada se utvrđuju i analiziraju komparativne prednosti u razvoju turizma Hrvatske osobito je bitno da se istraži odnos između Hrvatske i drugih mediteranskih zemalja u razvoju turizma kao i da se utvrde prednosti i nedostaci Hrvatske u odnosu na druge mediteranske zemlje. Radi čega je to potrebno? Prije svega radi toga što se veći dio preko dvije trećine turističkog prometa u Europi odvija u mediteranskim zemljama, osobito europskim mediteranskim zemljama, premda ne treba niti zaboraviti sve veće značenje koje imaju neke afričke mediteranske zemlje u razvoju europskog i svjetskog turizma.<sup>13</sup>

Nadalje kada je riječ o komparativnim prednostima Hrvatske u razvijanju turizma u odnosu na druge europske zemlje, jest i jeftinija radna snaga. Radnik u turizmu je znatno manje plaćen u Hrvatskoj nego u bilo kojoj od europskih zemalja. Pored toga određene komparativne prednosti Hrvatske u razvoju turizma u odnosu na druge zemlje su u zdravoj hrani i pićima, kao i specifičnostima ponude u prehrani u odnosu na druge europske zemlje.

10 Vidjeti materijale za savjetovanje, Turizam sport i sportsko novinarstvo, osobito uvodni referat M. Plenkovića, održano 16. i 17. rujna u organizaciji komunikaloškog društva Hrvatske na Braču

11 Prilog za strategiju razvoja Hrvatske, HAZU, Zagreb, 1994. str.54.

12 Vidi detaljnije Prilozi za strategiju razvoja Hrvatske, HAZU, Zagreb, 1994. str. 54-55.

13 Vidjeti detaljnije o tome, Regional subregional summary country tables Europe, Yearbook of tourism statistics, OMT, WTO, BTO, Madrid, Spania, 1994. str. 96-118.

Ljudski resursi s kojim raspolaže Hrvatska u turizmu također su određena komparativna prednost u odnosu na većinu turističkih europskih zemalja, jer pored toga što postoje relativno veliki broj jeftine radne snage u cijelom društvu, a s tim u svezi i u turizmu, također postoje određene prednosti u razini obrazovanosti i kvalitete i ljudskog faktora u hrvatskoj turističkoj ponudi.

Međutim, pored ovih komparativnih prednosti koje ima Hrvatska u pogledu razvoja turizma u odnosu na druge europske zemlje, postoje određeni ozbiljni nedostaci koji mogu bitno determinirati razvoj turizma u Hrvatskoj u odnosu na druge europske zemlje, koje se po našem mišljenju ogledaju prije svega u sljedećim nedostacima:

- a) loša prometna povezanost Hrvatske s ostalim dijelovima Europe osobito zapadnoeuropskim i sjevernoeuropskim zemljama koje imaju najveći interes za turističku ponudu Hrvatske;
- b) ratne posljedice i relativno velika uništenost hotelskih i turističkih objekata, osobito opreme kao posljedice rata;
- c) nepostojanje potrebnih financijskih sredstava za neophodne adaptacije, rekonstrukcije hotelskih i turističkih kapaciteta, te za nova ulaganja;
- d) neadekvatna obrazovanost i znanje naših turističkih radnika u odnosu na radnike u drugim turističkim europskim zemljama osobito neposjedovanje osobitog znanja iz područja menadžmenta;
- e) izvjesna još uvijek politička nestabilnost u Hrvatskoj, a osobito u pojedinim regijama i županijama;
- f) spora privatizacija i loše izvedena privatizacija u turističkoj privredi u Hrvatskoj;
- g) loša telekomunikacijska i informacijska povezanost Hrvatske s drugim zemljama Europe u odnosu na druge europske zemlje, osobito članice Europske unije;
- h) nedovoljna organiziranost u nastupima na europskim burzama i turističkim sajmovima i sl.

Na temelju ovih naznačenih komparativnih prednosti, ali i određenih nedostataka koje ima Hrvatska u razvoju turizma u odnosu na druge europske zemlje moguće je napraviti globalnu strategiju razvoja turizma Hrvatske, ali isto tako napraviti strategije razvoja turizma u pojedinim našim županijama polazeći od specifičnosti, uvjeta i tradicije u razvoju pojedinih vrsta i oblika turizma.

#### 4. ALTERNATIVNA STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA NA EUROPSKOM TRŽIŠTU

U ovom radu polazimo od pretpostavke da se u koncipiranju dugoročne strategije razvoja turizma Hrvatske kao i dugoročnih strategija razvoja turizma u pojedinoj županiji Hrvatske neophodno najprije opredijeliti generalno za europsku strategiju razvoja turizma u Hrvatskoj s jedne strane, a s druge strane da se primjene alternativne strategije razvoja turizma na europskom tržištu.<sup>14</sup> Što se tiče generalne strateške orijentacije u razvoju turizma u Hrvatskoj to prvenstveno proizlazi iz dosadašnjeg iskustva i prakse u razvoju turizma u Hrvatskoj, jer devedesetih godina, kada je turistički promet dosegao najveću razinu, tada jer više od 94 posto inozemnih turista bilo iz Europe, a iz Europske zajednice odnosno Europske unije skoro dvije trećine turista.<sup>15</sup> U tom kontekstu mislimo da u koncipiranju razvojnih strategija razvoja turizma u Hrvatskoj, a osobito u pojedinim županijama moramo biti posve realni i utvrditi takve dugoročne ciljeve, koncepciju i taktiku za njihovo ostvarivanje, jer u protivnom možemo imati jednu idealističku postavljenu strategiju koja neće imati osobitih ekonomskih i financijskih rezultata. Naime, radi se o tome da naši ugledni ekonomski eksperti iz područja turizma smatraju na temelju svojih istraživanja da bi bilo ekonomski daleko bolje da se opredijelimo u strategiji razvoja turizma na razvoj američkog ili pak japanskog turizma, što bi moglo donijeti veće financijske učinke nego što je donosio europski turizam hrvatskom gospodarstvu.<sup>16</sup> Međutim, treba biti sasvim realan da je u narednih desetak godina nerealno očekivati da se bitnije poveća broj američkih i japanskih turista u Hrvatskoj što je determinirano nizom društveno-političkih okolnosti, ali isto tako temeljna je stvar koliko je Hrvatska kao turistička destinacija interesantna za Amerikance ili Japance, kao i koliko je realno da se znatno poveća broj turista iz tih zemalja s obzirom na relativno veliku udaljenost i njihovu tradicionalnu drugačiju turističku opredijeljenost.

Prema tome mi se opredjeljujemo kada je riječ o strategiji razvoja turizma u Hrvatskoj na svim razinama od općinskih, preko županijskih odnosno regionalnih do državne razine za europsku strategiju razvoja turizma i to osobito za razvoj različitih strategija koje će biti s jedne strane primjerene pojedinim europskim zemljama, a s druge strane

14 Vidjeti detaljnije, I.Vuković, Uloga i funkcija moderne hrvatske diplomacije u razvoju turizma u Hrvatskoj, Hoteljerski fakultet Opatija, 1995. str. 10-15.

15 Isto, str. 16.

16 Vidi vrlo interesantna razmišljanja o tome, M. Rešetar, Hrvatski turizam od brojeva do potrošnje, Zbornik radova, Plasman hrvatske turističke ponude, Sveučilište u Rijeci, Hoteljerski fakultet Opatija, 1993. str.18. i 19.

specifičnostima i mogućnostima razvoja pojedinih vrsta i oblika turizma u pojedinim županijama u Hrvatskoj.<sup>17</sup>

Polazeći od dosadašnjih iskustava u razvoju turizma u Hrvatskoj, osobito onih iz razdoblja devedesetih godina, potrebno je da se razvijaju alternativne strategije razvoja turizma Hrvatske na europskom tržištu polazeći pri tome od ekonomske moći i interesa turista iz pojedinih europskih zemalja za hrvatski turizam. U tom kontekstu treba istaknuti da je po našem mišljenju od prvorazredne važnosti prilikom koncipiranja razvoja turizma u Hrvatskoj kritički valorizirati turizam do devedesetih godina kao i u ovih zadnjih pet godina, pa da se na temelju toga utvrde dugoročne strategije razvoja turizma u Hrvatskoj na svim razinama.

U tom kontekstu kada je riječ o razvoju turizma u pojedinim našim županijama, potrebno je početi od prirodnih resursa, ljudskih resursa, zatim kapitalnih resursa s kojim raspolaže svaka naša županija kao i komparativnih prednosti koje ima pojedina naša županija na europskom tržištu, jer to je preduvjet da Hrvatska u cjelini ostvari komparativne prednosti u odnosu na druge europske zemlje na europskom tržištu. S obzirom na dosadašnju tradiciju u razvoju turizma u Hrvatskoj kao i različite uvjete odnosno različite specifičnosti pojedinih županija, potrebno je u razvoju pojedinih vrsta i oblika turizma maksimalno koristiti europske strategije i koncepcije razvoja pojedinih oblika i vrsta turizma. U tom pogledu treba imati na umu da europske zemlje imaju u pravilu različite strategije razvoja turizma, koje proizlaze prije svega iz specifičnosti prirodnih, ljudskih i gospodarskih potencijala s kojim raspolaže pojedina zemlja. U tom kontekstu osobito je bitno uočiti da na europskom jedinstvenom prostoru postoji nekoliko globalnih strategija razvoja turizma kao što su:

- 1) Marativna i to prvenstveno mediteranska strategija,
- 2) Kontinentalna /alpska/ strategija razvoja turizma,
- 3) Razvoj zimskog i ljetnog turizma,
- 4) Razvoj ekološkog turizma,
- 5) Tranzitna strategija razvoja turizma,
- 6) Razvoj zdravstvenog turizma i sl.

Kakve koristi pojedine europske zemlje imaju od razvoja turizma u ovim strategijama ne treba osobito isticati, jer činjenica je da je zahvaljujući upravo ovim različitim strategijama razvoja turizma u pojedinim europskim zemljama koje su se temeljile na specifičnim geografskim i socijalno - kulturnim aspektima da su se pojedine zemlje izvanredno afirmirale u razvoju turizma u europskim i svjetskim razmjerima. Europske zemlje u

<sup>17</sup> Vidjeti detaljnije o tome, Strategija razvitka turističkog sektora Hrvatske, Institut za turizam i Ministarstvo turizma i trgovine, Zagreb 1992.



razvoju turizma polaze prije svega od svojih specifičnosti /prirodnih, ljudskih, proizvedenih, tradicija i sl./ i na temelju toga razvijaju turizam. U tom kontekstu mogli bi europske zemlje podijeliti u nekoliko krugova ili skupina: prvi krug zemalja čine one zemlje koje preferiraju i razvijaju marativni turizam /mediteranski/, zatim drugi krug zemalja su one europske zemlje koje razvijaju alpski turizam, jer pripadaju tom području, treći krug europskih zemalja su one koje razvijaju ekološki, četvrti krug europskih zemalja su one koje razvijaju zdravstveni turizam i peti krug zemalja je onaj krug europskih zemalja koje preferiraju tranzitni turizam. Međutim, treba imati na umu da neke od europskih zemalja kombiniraju različite strategije u razvoju turizma kao što su: Francuska, Italija, Austrija, Švicarska i sl.

U okviru ovih različitih strategija razvoja turizma pojedine europske zemlje koriste sadržaje i oblike zavisno od tipa strategije, kao i specifičnosti znanstveno - tehnološke razvijenosti pojedine europske zemlje. Kada se gleda u cjelini, onda je osnovna značajka da se pojedinim razvojnim strategijama razvoja turizma u europskim zemljama koriste i različiti oblici i vrste turističke aktivnosti od rekreativnih, preko športskih do različitih vrsta rasonode i užitka, jer se nikada ne smije zaboraviti da je suština turizma upravo u užitku.<sup>18</sup>

Polazeći od europskih strategija u razvoju turizma kao specifičnosti prije svega od prirodnih i ljudskih resursa kao i različitih uvjeta i potencijala s kojim raspolaže pojedina županija u Hrvatskoj, moguće je razvijati dugoročno hrvatski turizam. To znači da bi županije u Hrvatskoj koje su locirane na Jadranskom moru kao što su: Dubrovačko-neretvanska, Splitsko-dalmatinska, Šibenska, Zadarsko-kninska, Istarska, Primorsko-goranska, Ličko-senjska trebale razvijati marativnu /jadransku/ strategiju razvoja turizma sa svim turističkim sadržajima koji proizlaze iz prednosti njihove lociranosti na moru. Pored toga neke od ovih županija imaju izvanredne uvjete i za razvoj zimskog turizma osobito Primorsko-goranska i Ličko-senjska. Međutim, županije koje nemaju more osobito one koje su smještene u kontinentalnom dijelu Hrvatske imaju izvanredne mogućnosti za razvoj zimskog, zdravstvenog, vjerskog, ekološkog i tranzitnog turizma. Kada je riječ o razvoju zimskog turizma, tada, već pored spomenutih županija, za to imaju izvanredne uvjete Zagrebačke županije odnosno Grad Zagreb, zatim Slavonsko-požeška županije, itd., a vjerski turizam kao i zdravstveni turizam imaju osobite mogućnosti da razvijaju Krapinsko-zagorska, Varaždinska županija te Bilogorska-bjelovarska županija koje imaju za to najbolje prirodne resurse, ali i tradiciju osobito u razvoju zdravstvenog turizma.

<sup>18</sup> Vidi detaljnije o tome, A. Cicvarić, *Ekonomika turizma*, "Zagreb", Zagreb, 1990. str.26-27.

Pored ovih europskih strategija koje treba koristiti Hrvatska u razvoju turizma na svim razinama, a osobito na pojedinim županijama za uspješan razvoj turizma u Hrvatskoj osobito je značajno da se koriste i druge strategije koje su bitne pretpostavke europeizacije hrvatskog turizma i cijelog gospodarstva. Tu prvenstveno mislimo da je potrebno da Hrvatska koristi sljedeće europske strategije razvoja turizma:

- 1) Strategije u normativima i standardima prostora, kadrova i opremljenosti;
- 2) Marketinške strategije - ponude i potražnje;
- 3) Menadžerske /menadžmentske/ strategije;
- 4) Telekomunikacijske;
- 5) Informacijske strategije i sl.<sup>19</sup>

Naravno, u ovom radu ne bi htjeli ulaziti u širu eksplikaciju i obrazloženje značenja pojedinih ovih strategija u razvoju turizma u Hrvatskoj koje su već znatno afirmirane i razvijene u Europi, osobito u visoko razvijenim zemljama, ali treba istaknuti da bez korištenja europskih i svjetskih iskustava u razvoju modernog menadžmenta, zatim korištenja različitih strategija u marketingu na jedinstvenom europskom tržištu, zatim bez primjene europskih standarda u prostoru, opremi i kadrovima te u informacijsko - tehnološkoj opremljenosti teško ćemo moći ostvariti europsku kvalitetu turističkih usluga i ekonomski iskoristiti komparativne prednosti Hrvatske u odnosu na druge europske zemlje.<sup>20</sup>

## 5. ZAKLJUČCI

U ovom radu istraživali smo europske strategije razvoja turizma u Hrvatskoj kao alternativne mogućnosti i potrebu njihove implementacije u razvoju hrvatskog turizma u budućnosti. U tom kontekstu ovaj naš rad je tako strukturiran da pored uvodnog i zaključnog dijela ima tri bitna dijela. Prvi dio se odnosi na definiranje strategija i politike u turističkom razvoju, drugi dio se odnosi na analizu komparativnih prednosti Hrvatske u razvoju određenih oblika i vrsta turizma u odnosu na druge europske zemlje te treći dio koji je posvećen alternativnim strategijama razvoja turizma na europskom tržištu. Iz presjeka ovih pitanja koje smo ovdje izučavali vidi se da se radi o vrlo značajnim pitanjima u ovom povijesnom trenutku za

<sup>19</sup> U nas postoji niz znanstvenih i stručnih radova koji su već obradili ovaj problem, a mi upozoravamo na radove osobito kad I. Avelini Holjevac, Š. Šunića, F. Radišića, V. Jardešića i sl., a napominjemo da su u okviru Europske unije već 1992. godine utvrđeni normativi i standardi u svim privrednim djelatnostima.

<sup>20</sup> Vidi detaljnije, I. Vuković, Financijski aspekti implementacije europskih standarda u ugostiteljstvu, Hotel br. 7/1995. str. 48-49.

utvrđivanje strategija i politika razvoja turizma u Hrvatskoj i to na svim razinama od općina, preko županija do razine same države. U tom kontekstu treba zaključiti da smo kroz ovo naše istraživanje došli do spoznaje da je Hrvatskoj potrebna u ovom trenutku strategija razvoja turizma koja će se prije svega temeljiti na europskoj orijentaciji i europskim iskustvima, kao i europskim strategijama u razvoju turizma. Kako se radi o različitim uvjetima i mogućnostima razvoja turizma u pojedinim županijama u Hrvatskoj koje proizlaze iz specifičnosti tih županija i različitim resursima s kojim raspolažu kao i različitoj tradiciji, neophodno je da se na temelju toga i grade strategije razvoja turizma, kao i politike turističkog razvoja u užim područjima.

Na kraju treba zaključiti da je u razvoju alternativnih strategija u razvoju turizma Hrvatske neophodno koristiti komparativne prednosti, ali i alternativne strategije koje primjenjuju pojedine europske zemlje, a koje se mogu implementirati u razvoju turizma u Hrvatskoj, što iziskuje našu potpunu europsku orijentaciju u razvoju turizma, jer nam europski turizam može dati najveće financijske efekte.

## LITERATURA

1. Cicvarić, A., Ekonomika turizma, Zagreb, 1990.
2. Avelini-Holjevac, I., Hotelski standardi - temelji poslovne uspješnosti hotela, Hotelska kuća '94, Poduzetništvo u hotelijerstvu, Europska iskustva - Hrvatska budućnost, Sveučilište Rijeka, Hotelijerski fakultet Opatija, 1994.
3. Skupina autora, Strategija razvitka turističkog sektora Hrvatske, Institut za turizam i Ministarstvo turizma i trgovine, Zagreb, 1992.
4. Skupina autora, Prilozi za strategiju razvoja, HAZU, Zagreb, 1994.
5. Kralj, I., Vođenje politike gospodarske organizacije, Univerza v Maribor, Visoko ekonomska-komercijalna škola, Kranj, 1988.
6. Plenković, M., Uvodno izlaganje, znanstveni skup, Turizam, šport i športsko novinarstvo, Komunikološko društvo Hrvatske, Brač, 1995.
7. Radišić, F., Strateški menadžment u hotelijerstvu, Hotelska kuća '94. Poduzetništvo u hotelijerstvu, Europska iskustva - Hrvatska budućnost, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija 1994.
8. Rešetar, M., Hrvatski turizam od brojeva do potrošnje, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija, Zbornik radova, Plasman hrvatske turističke ponude, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija 1993.
9. Šunić, Š., Marketing planiranje i strategija proizvoda u turizmu, Zbornik radova, Plasman hrvatske turističke ponude, Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, Opatija 1993.

10. Stipetić, V., Strategije gospodarskog razvoja Hrvatske, predavanje na poslijediplomskom studiju, Menadžment u turizmu, Hotelijski fakultet Opatija, Opatija 1993/94. škol. god.
11. Weinrich H., i Koontz, H., Menadžment, deseto izdanje, Mate, Zagreb, 1994.
12. Vuković, I., Uloga i funkcija moderne hrvatske diplomacije u razvoju turizma u Hrvatskoj, Hotelijski fakultet Opatija, Opatija, 1995.
13. Vuković, I., Financijski aspekti implementacije europskih standarda u ugostiteljstvu, Hotel br. 7./1995.

#### **Ostala literatura:**

1. Year of tourism statistics, OMT, WTO, BTO, Madrid, Spania, 1994.
2. Zbornici radova - različita tematska područja, Hotelska kuća, različita godišta, Hotelijski fakultet Opatija, Opatija, različite godine.

**Ivan Vuković, PhD**

Associate Professor

Faculty of Hotel Management, Opatija

## **EUROPEAN STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF CROATIAN TOURISM**

### **Summary**

*In this article, the author researches and offers a view into European strategies for the development of tourism, endeavouring to show that at this moment in time, Croatia does indeed need to use European strategies for European tourism. Under European development strategies, the author understands above all the developmental strategies and the politics of individual European countries in the development of tourism on the one hand and on the other, includes the understanding of European strategic behaviour in the development of Croatian tourism. In this context, the author gives first one arrangement in the theoretical strategy and political development of tourism, then analyzes the comparative advantage of Croatia in the development of certain forms and kinds of tourism, in comparison to other European countries. The author proceeds to show contemporary alternatives in developmental strategies for tourism on the European market, which can be the base for strategies on the development of tourism in certain districts of Croatia.*

**Key words:** *European strategy, Croatian tourism*