

STRATEGIJA KONKURENTNOSTI

Vodič – Smjernice za razvoj turizma u Splitsko-dalmatinskoj županiji, 2003-2006



IZRADIO
Hrvatski turistički cluster

PODRŽALA I FINANCIRALA
Hrvatska inicijativa za konkurentnost
Zajednički projekt Nathan Associates Inc. i
J.E. Austin Associates, Inc.



SPONZORIRALA
Američka agencija za međunarodni razvoj
(USAID)

Hrvatska
Travanj 2003

Predgovor

Napisano krajem 2002. i početkom 2003, ovaj vodič podržava nastojanja Ministarstva turizma i predstavnika regionalnih *cluster*a za postavljanje turističke industrije na put konkurentnosti. Ove strateške smjernice označavaju novi duh suradnje u industriji. Autori izvješća vodili su slojevite rasprave sa zainteresiranim stranama u turizmu, organizirali radionice, posjetili turistička odredišta, hotele i povezane gospodarske grane te proučili standarde do kojih su došle gospodarske grane drugih zemalja. Zainteresirane strane iz svih segmenata vrijednosnog lanca (hotelijeri, tour operateri, vlasnici restorana, koncesionari, prijevoznici, vlasnici trgovina, muzeji), zatim sa sveučilišta, veleučilišta, iz ključnih ministarstava i odjela, te iz pridruženih i pomoćnih gospodarskih grana, uložili su svoje vrijeme i stručnost u ostvarivanju zajedničkog cilja – razvijanja konkurentne turističke industrije usmjerene na strateški rast i dodavanje vrijednosti.

Ideje, ciljevi i strategije ovdje predloženi u cijelosti pripadaju *clusteru*, i razvijeni su uz vodstvo i podršku turističkih stručnjaka, uključujući dr. Crista Inmana i Pauliusa Kulikauskasa. Voditelji radnih grupa, navedeni niže pored odnosne grupe koju su vodili, posvetili su svoje vrijeme i omogućili drugim sudionicima da se posvete pojedinim pitanjima:

<i>Voditelj radne grupe</i>	<i>Tema</i>
Julije Skelin	Marketing i branding
Vedran Pražan	Razvoj proizvoda
Srđan Mladinić i Dr. Stanko Gejić	Ljudski resursi
Goran Kovačević	Infrastruktura
Božo Sinčić	Pravni i zakonodavni okvir

Cluster se također želi zahvaliti na doprinosu svima koji su pružali informacije ili davali ideje, te onima koji su sudjelovali na izradi ovog izvješća - a osobito na značajnom trudu koordinatora *cluster*a Tomislava Vintara.

Ova je publikacija omogućena uz podršku hrvatskog ureda Agencije američke vlade za međunarodni razvoj (USAID), prema uvjetima Ugovora Br. PCE-I-801-98-000-16-00. Ovdje izneseni stavovi pripadaju autoru (autorima) i ne moraju nužno odražavati mišljenja Agencije američke vlade za međunarodni razvoj.

Turizam u Dalmaciji i pitanja razvoja

Mnogi problemi koji muče turizam u Hrvatskoj upravo su koncentrirani na dalmatinskoj obali i njenim otocima. Na samoj dalmatinskoj obali cvjeta niskoprofitabilan masovni turizam, crpeći resurse i potičući neprimjerene rekonstrukcije povijesnih gradova. Dalmatinski otoci pate od navala posjeta tijekom vrhunca sezone. No, kada sezona završi, očigledno je da lokalne zajednice ne napreduju i suočene su s lošom kvalitetom života, koju karakteriziraju izolacija i zastarjele usluge. Dalmatinsko gospodarstvo naročito nije u mogućnosti privući goste koji puno troše jer ne postoji koncept orijentiran na usluge. Stoga, Dalmacija mora uložiti koncentrirane napore kako bi preobrazila svoju turističku ponudu u visokokvalitetne, raznolike proizvode koji se mogu ravnopravno natjecati na svjetskom tržištu.

Strateški ciljevi

Ovi strateški ciljevi za Dalmaciju formulirani su kao nadopuna i dodatak Nacionalnoj strategiji:

1. Razviti međunarodni imidž Dalmacije kao visoko-kvalitetne turističke destinacije, naglašavajući spektakularnu djevičansku prirodu, antropogene resurse nasljeđa autentičnost iskustva posjetitelja te posebno živuće nasljeđe.
2. Usaditi ljudima uslužno orijentiran i kreativan pogled na turizam poticanjem dugoročnog kontinuiranog obrazovanja podučavanja poduzetnika, djelatnika, nadležnih institucija te organa lokalnih zajednica.
3. Poboljšati raznoliku prometnu infrastrukturu za putovanje kroz Dalmaciju i prema drugim dijelovima države.
4. Povećati transparentnost, poticati konkurentnost, ubrzati proces privatizacije te ukloniti administrativne barijere za mala i srednja turistička poduzeća, te mala i srednja poduzeća koja nude ostale usluge u vezi s turizmom.
5. Restrukturiranje smještajnih kapaciteta iz kuća za iznajmljivanje u obiteljske hotele i pansionere.

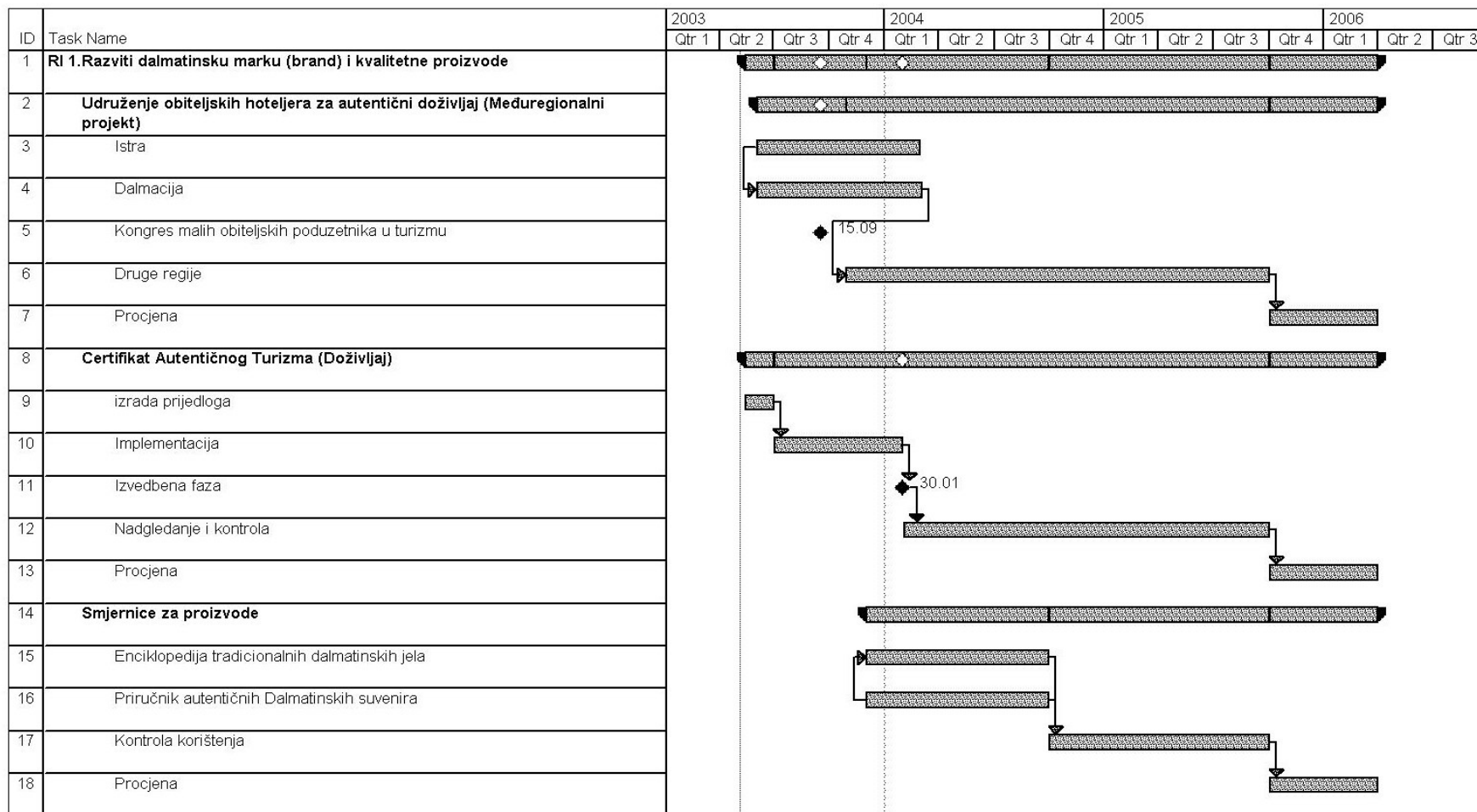
Regionalne inicijative

Ove regionalne inicijative naglašavaju turistički razvoj Dalmacije, fokusirajući se na i nadopunjujući hrvatske nacionalne inicijative. Inicijative su planirane za trogodišnji period, uz provizornu procjenu na kraju tog perioda.

1. RAZVITI DALMATINSKU MARKU (*BRAND*) I KVALITETNE PROIZVODE

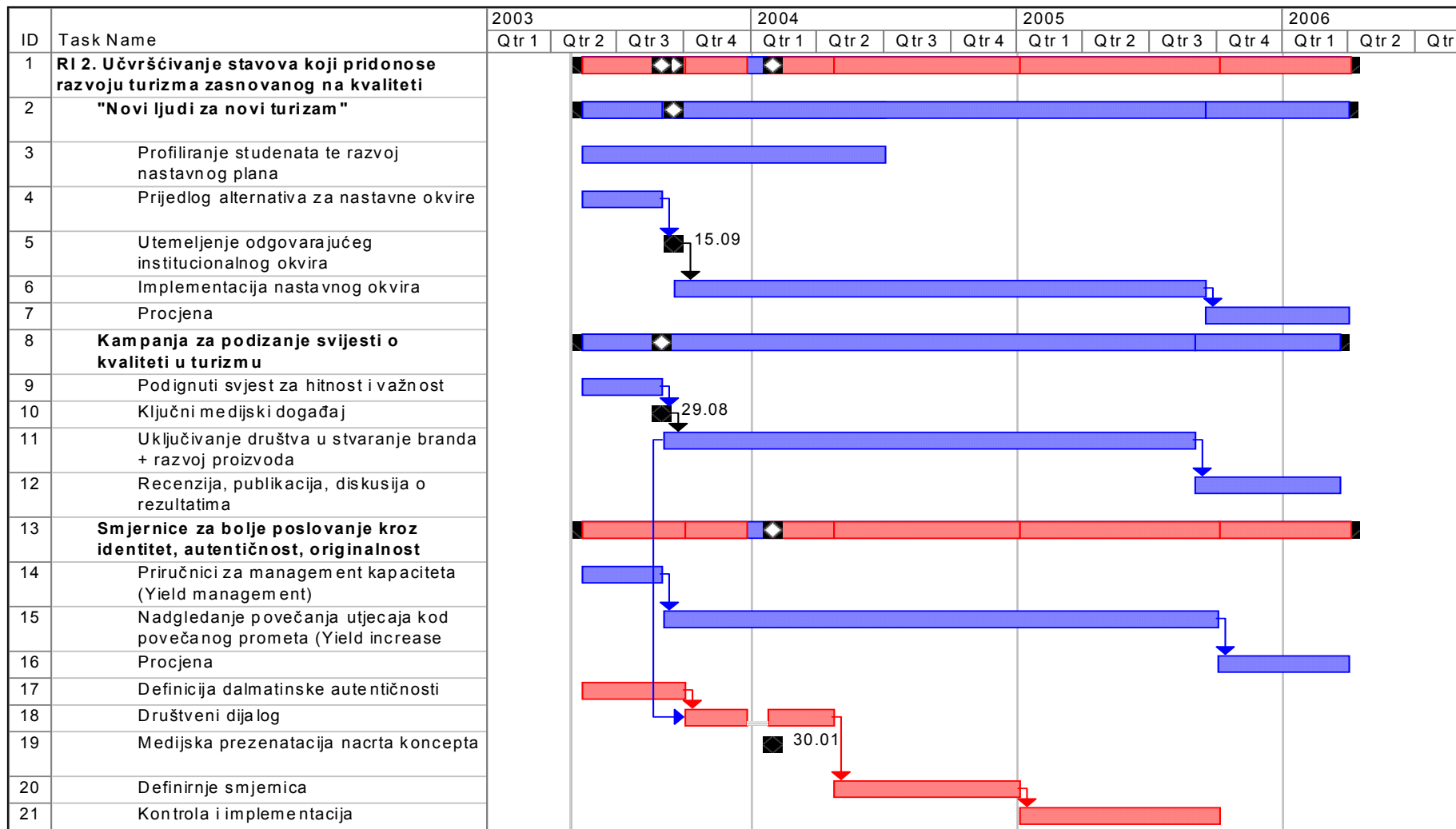
Namjera je inicijative izraditi okvir i mrežu za razvoj turističkih proizvoda koji se zasnivaju na kulturnoj tradiciji, lokalitetima kulturnog nasljeđa, nautičkom turizmu, avanturističkom turizmu te integraciji tradicionalne “domaće” hrane i poljoprivrednih proizvoda. Drugi projekti u okviru ove inicijative mogli bi uključivati

- Vodič kroz bogatstva drevnih civilizacija u Dalmaciji,
- Studija arhitektonske obnove i revitalizacije,
- Akreditacije škola jedrenja i drugih maritimnih aktivnosti, i
- Smjernice za označavanje dalmatinskih turističkih znamenitosti, itd.



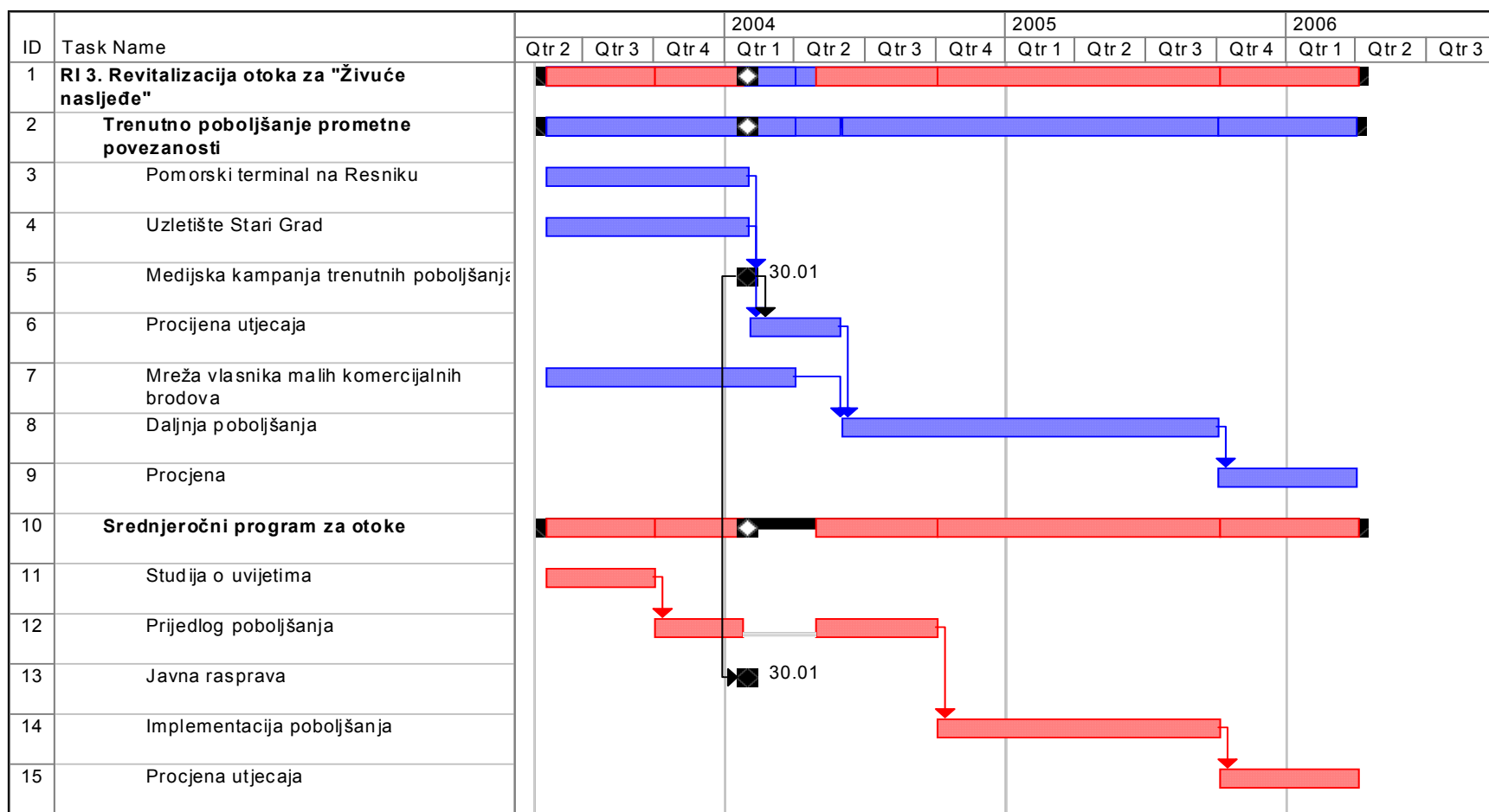
2. UČVRŠĆIVANJE STAVOVA KOJI PRIDONOSE RAZVOJU TURIZMA ZASNOVANOG NA KVALITETI

Namjera je ove inicijative ukloniti nasljeđe totalitarnog razmišljanja, poboljšati preusmjeravanje dalmatinskog tradicionalnog mentalnog sklopa ka uslugama i ugostiteljstvu, usvojiti nove stavove potrebne za razvijanje kvalitetne usluge u turizmu, te promicati nove ljude i ideje u turizmu. Drugi projekti u okviru ove inicijative mogli bi uključivati akreditaciju individualnih članova iz turističkog i ugostiteljskog sektora.



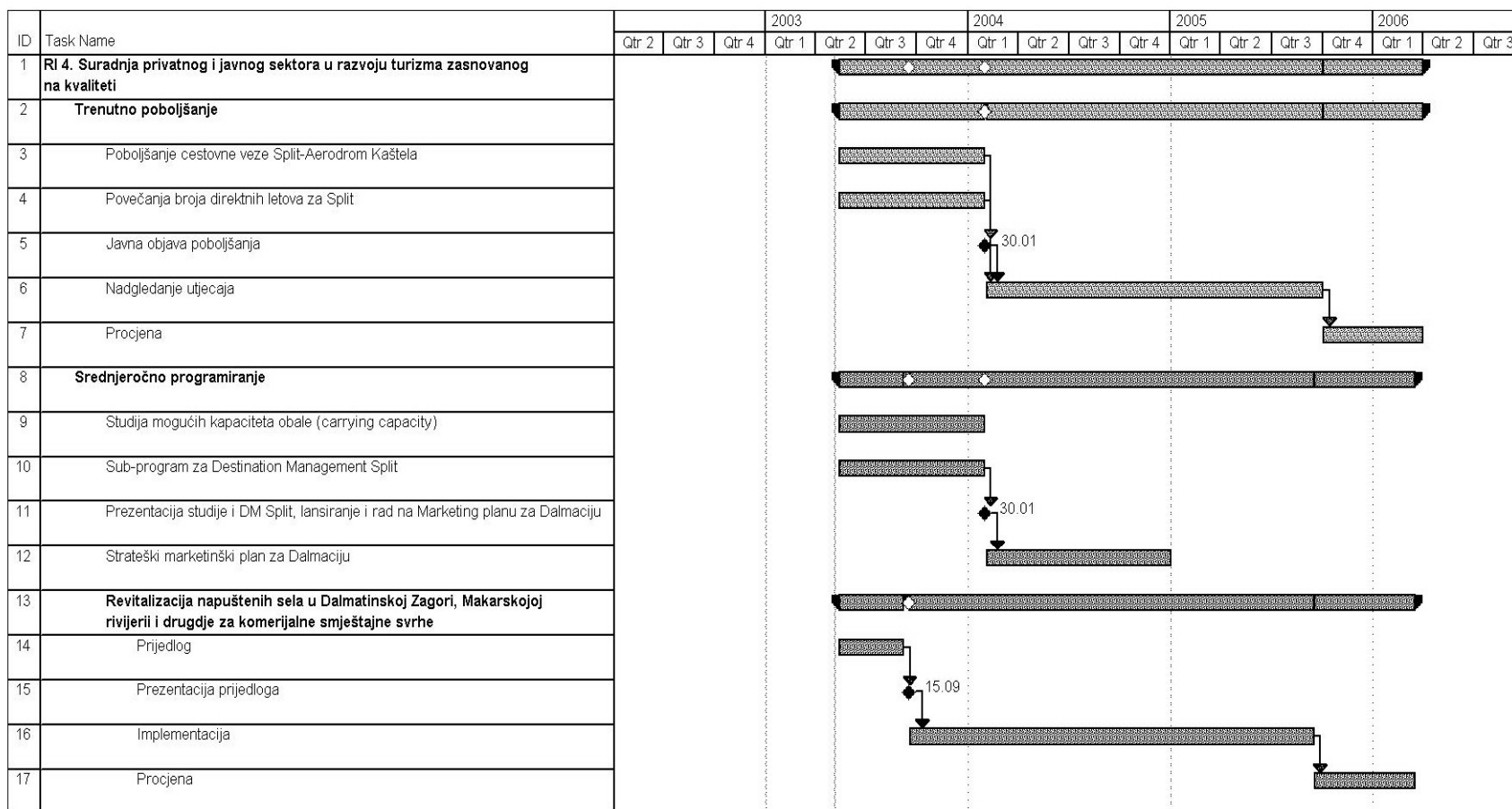
3. REVITALIZACIJA OTOKA KAO ŽIVUĆEG NASLJEĐA

Namjera ove inicijative jest revitalizirati otočne zajednice i maksimalno iskoristiti prednosti turizma u tim lokalnim zajednicama. Namjera je učiniti ovo poboljšavanjem prometne i uslužne infrastrukture, te povezanosti između otoka; uravnoteženjem učinaka sezonskog turizma i budućeg vansezonskog turizma u lokalnim zajednicama; razvijanjem formi tradicionalnog i suvremenog života u povijesnim naseljima; poboljšanjem kvalitete integriranog turističkog proizvoda, temeljenog na kulturnom nasljeđu, tj. arhitekturi, arheologiji, poljoprivrednoj proizvodnji i kulturnim znamenitostima; te razvijanjem konkurencije i konkurentnog ugostiteljskog sektora u pojedinačnim destinacijama. Drugi projekti unutar ove inicijative mogli bi uključivati prezentaciju povijesti i arheologije (primjerice Farosa u Starigradu), te programi trajnog/cjelogodišnjeg zapošljavanja kako bi se neutralizirao učinak sezonskog zapošljavanja, kroz kombinaciju turizma i komplementarnih djelatnosti.



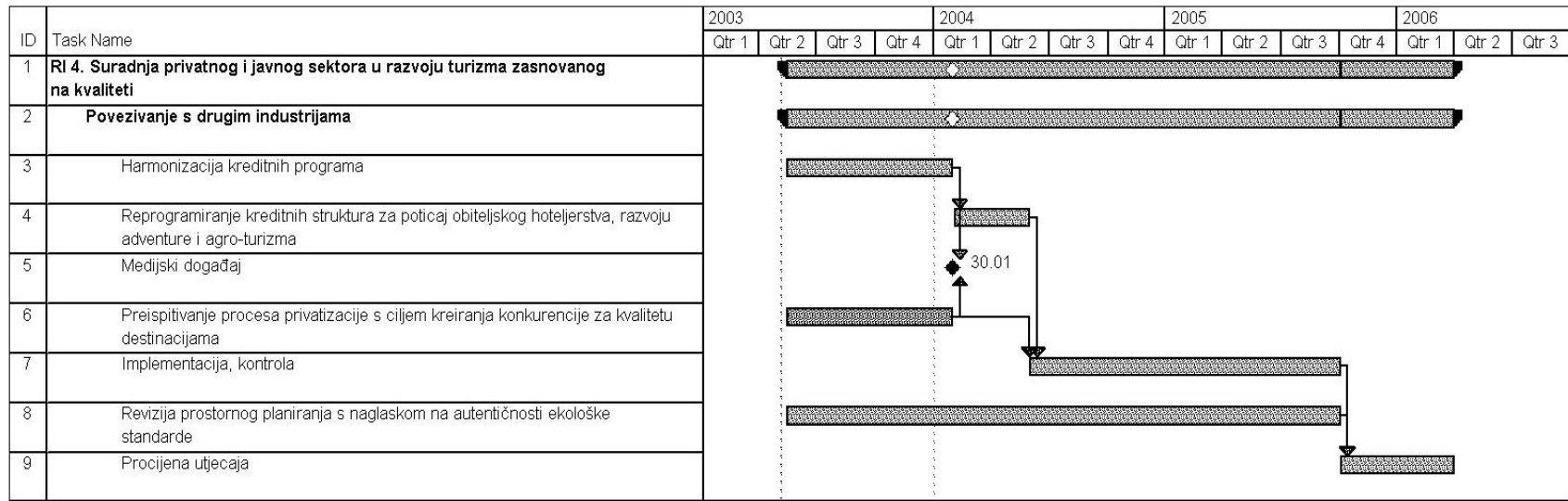
4. SURADNJA PRIVATNOG I JAVNOG SEKTORA U RAZVOJU TURIZMA ZASNOVANOG NA KVALITETI

Namjera je inicijative ojačati i koordinirati suradnju privatnog i javnog sektora u izgradnji turizma zasnovanog na kvaliteti, te razmotriti razvijanje lokalnih *cluster*a destinacija (primjer glavnog plana za Istru). Drugi bi projekti mogli uključivati popis autentičnih i originalnih zanimljivosti (uključujući hranu i vino), te strategiju za uključivanje kulturnog, prirodnog, avanturističkog i gastronomskog turizma.



4. SURADNJA PRIVATNOG I JAVNOG SEKTORA U RAZVOJU TURIZMA ZASNOVANOG NA KVALITETI

(nastavljeno)



Provedba vodiča za razvoj u turizam u Splitsko-Dalmatinskoj županiji

Strategija za hrvatski turizam ima za cilj povećati gospodarske učinke od turizma istovremeno gradeći i na konzervaciji baštine i principima održivog razvoja. Ovaj regionalni vodič je predviđen za potporu nacionalnim inicijativama te da pokaže smjer za akciju. Postoji nada da i druge regije preuzmu izazov te razviju svoje vlastite vodiče za razvoj koje bi se mogle integrirati u nacionalnu strategiju, potpomažući razvoj drugih destinacija u Hrvatskoj.

Konkretni projekti koji su indentificirani u vodiču će se presretati s ovim nacionalnim i regionalnim inicijativama, ujedinjujući aspekte istih prema potrebi. Oni će biti poduzimani individualno od strane poduzeća ili njihovih partnerski odnosa, privatno-privatnih i javno-privatnih.

Obilne su mogućnosti za poduzimanje akcije. Odluka o tome koje inicijative postaviti kao prioritete na nacionalnoj i regionalnoj razni sada leži na zainteresiranim stranama u hrvatskom sektoru turizma, kao i odluka o tome tko će se prihvatiti drugačijeg pristupa.