



Republika Hrvatska  
Ministarstvo turizma

***NACIONALNI  
PROGRAM  
UNAPREĐENJA  
OBITELJSKOG  
SMJEŠTAJA***

|  |   |
|--|---|
| <b>Projekt:</b>                        | <b>Nacionalni program unapređenja<br/>obiteljskog smještaja</b> |
| <b>Naručitelj:</b>                     | <b>Ministarstvo turizma<br/>Zagreb, Prisavlje 14</b>            |
| <b>Izvršitelj:</b>                     | <b>Institut za turizam,<br/>Zagreb, Vrhovec 5</b>               |
| <b>Voditelj projekta:</b>              | <b>Dr. sc. Ivo Kunst<br/>Dr. sc. Neven Ivandić</b>              |
| <b>Autori:</b>                         | <b>Dr. sc. Neven Ivandić<br/>Dr. sc. Ivo Kunst</b>              |
| <b>Dokument:</b>                       | <b>Nacionalni program unapređenja<br/>obiteljskog smještaja</b> |
| <b>Ravnatelj Instituta za turizam:</b> | <b>Dr. sc. Sanda Čorak</b>                                      |
| <b>Mjesto i datum:</b>                 | <b>Zagreb, prosinac 2013. godine</b>                            |

|   |    |
|---|----|
| 1. Uvod .....   | 4  |
| 2. Značajke obiteljskog smještaja u Hrvatskoj.....                                      | 8  |
| 2.2. Kvantitativne odrednice ponude i potražnje.....                                    | 9  |
| 2.3. Kvalitativna obilježja potražnje .....   | 10 |
| 2.4. Socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja .....    | 11 |
| 2.5. Strukovno povezivanje i umrežavanje pružatelja usluga obiteljskog smještaja .....  | 12 |
| 3. Međunarodno relevantni trendovi u ponudi obiteljskog smještaja .....                 | 14 |
| 3.1. Ključni razlikovni elementni ponude obiteljskog smještaja .....                    | 14 |
| 3.2. Komunikacija s tržištem ponuđača privatnog smještaja – primjeri dobre prakse ..... | 15 |
| 4. Malo poduzetništvo u turizmu u kontekstu europske razvojne strategije .....          | 17 |
| 5. SWOT analiza obiteljskog smještaja u RH .....  | 23 |
| 6. Ekspertna ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja RH .....                       | 27 |
| 7. Smjernice i ciljevi razvoja obiteljskog smještaja RH do 2020. godine .....           | 30 |
| 7.1. Razvojne smjernice obiteljskog smještaja.....                                      | 30 |
| 7.2. Vizija razvoja obiteljskog smještaja RH .....                                      | 31 |
| 7.3. Strateški ciljevi razvoja obiteljskog smještaja RH.....                            | 31 |
| 7.4. Poslovno upravljački model.....  | 32 |
| 8. Ključne mjere/aktivnosti u razvoju obiteljskog smještaja .....                       | 34 |
| 9. Zaključci i preporuke .....  | 43 |

## 1. Uvod

Obiteljski smještaj u kućanstvima (kuće/stanovi za iznajmljivanje, turistički apartmani, sobe) čini danas gotovo polovicu raspoloživog, statistički registriranog, komercijalnog smještajnog kapaciteta Hrvatske. Radi se o smještaju različite kvalitativne razine i prezentabilnosti u vlasništvu osoba neujednačene osposobljenosti za pružanje turističko-ugostiteljskih usluga. Iako u ovom trenutku nema službenih statističkih podataka o strukturi obiteljskog smještaja prema kategoriji (Državni zavod za statistiku RH ne prikuplja taj podatak) opravdano je ustvrditi da je riječ o smještajnom kapacitetu različitog konkurentskog potencijala koji nije moguće zadovoljavajuće komercijalizirati na jedinstven način.

Polazeći od važnosti obiteljskog smještaja za ukupne turističke tokove u Hrvatskoj, Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.) ukazala je na potrebu podizanja ukupne razine kvalitete njegove ponude kao i osigurati preduvjete za pretvaranje dijela ovih kapaciteta u različite oblike kolektivnog smještaja kao što su mali obiteljski hoteli, pansioni i difuzni hoteli.

U cilju osiguranja realizacije navedenih aktivnosti, Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine predviđela je pokretanje izrade Nacionalnog programa za unapređenje obiteljskog smještaja, pri čemu su posebno apostrofirane sljedeće aktivnosti:

- stvaranje primjerenijeg i poticajnijeg institucionalnog okruženja za unapređenje kvalitete smještaja u domaćinstvima, uključujući i fleksibilno utvrđivanje minimalnih tehničkih uvjeta u skladu s relevantnim konkurentskim okruženjem što uključuje nadopunu kriterija za kategoriziranje smještaja u domaćinstvima te razradu kriterija izvrsnosti i kvalitete usluživanja prema pojedinim pojavnim oblicima smještaja u kućanstvima;
- podizanje razine znanja i stručnih vještina za uspješno vođenje poslovanja osmišljavanjem, pripremom i realizacijom cjelovitog programa edukacije pružatelja usluga obiteljskog smještaja;
- uspostavljanje primjerenog i na objektiviziranim kriterijima zasnovanog sustava financijskih i/ili fiskalnih poticaja za podizanje kvalitete smještaja te, eventualno, transformaciju u obiteljske hotele, pansione i difuzne hotele.

Drugim riječima, a polazeći od prethodnih naznaka, Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja ima za cilj uspostaviti strateške i operativne smjernice za usuglašeno djelovanje glavnih dionika relevantnih za razvoj obiteljskog smještaja, pri čemu posebno Ministarstva turizma, Hrvatske gospodarske komore (HGK) odnosno Zajednice obiteljskog smještaja i turizma osnovane pri HGK.

S druge strane, u cilju efikasnog korištenja raspoloživih sredstava različitih programa/fondova EU, Nacionalni program za unapređenje obiteljskog smještaja mora biti maksimalno usklađen i s odrednicama dokumenta 'Europe 2020', temeljnim strateškim okvirom razvoja Europske unije u razdoblju do 2020. godine, kao i odrednicama različitih EU programa/fondova, pri čemu EU Program za konkurentnost malih i srednjih poduzeća (COSME) ima osobitu važnost.

U cilju unapređenja današnje kvalitete i/ili tržišne pozicije obiteljskog smještaja u nas, a polazeći od aktualnog razvojnog trenutka hrvatskog turizma, postojećih značajki ponude i dugoročne razvojne vizije obiteljskog smještaja, ovim se dokumentom definiraju mjere, aktivnosti i/ili programi unapređenja konkurentnosti obiteljskog smještaja na sljedećim područjima:

- **Institucionalni okvir djelovanja obiteljskog smještaja**

Prijedlog mjera/aktivnosti u sferi institucionalnog okvira odnosi se ponajviše na: (i) odredbe Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti te (ii) odredbe Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.

- **Usmjeravanje ponude prema kvaliteti**

U cilju povećanja dodane vrijednosti usluga obiteljskog smještaja posebna je pozornost posvećena mjerama/aktivnostima u funkciji: (i) rasta kvalitete ponude obiteljskog smještaja, (ii) uspostave nacionalnog sustava marki kvalitete, (iii) ekološki odgovornog poslovanja, (v) uspostave sustava informiranja/poslovnog savjetovanja pružatelja usluga obiteljskog smještaja kao i (vi) praćenja kvalitete usluga i rezultata poslovanja obiteljskog smještaja.

- **Unapređenje sustava komercijalizacije i promocije**

Unapređenje sustava komercijalizacije i promocije podrazumijeva mjere/aktivnosti u funkciji unapređenja današnje tržišne poželjnosti obiteljskog smještaja. U tom smislu posebna pozornost posvećena je: (i) aktivnostima potrebnim za uspostavu prepoznatljivog sustava brendiranja, (ii) aktivnostima nužnim za unapređenje tržišne komunikacije, uključujući i moguće oblike zajedničke prodaje, kao i (iii) mjerama organizacijske podrške provedbi odrednica marketinške strategije na regionalnoj i lokalnoj razini.

- **Podizanje razine postojećih znanja i vještina**

Podizanje razine znanja i vještina temelji se na osmišljavanju i provedbi različitih programa stručnog usavršavanja. U tom smislu predlažu se različiti, po mjeri krojeni, programski moduli prilagođeni konkretnim potrebama/zahtjevima različitih pružatelja usluga obiteljskog smještaja.

- **Klasterskog organiziranja obiteljskog smještaja**

U cilju jačanja integralnog turističkog proizvoda na destinacijskoj razini, potrebno je provesti određen broj mjera/aktivnosti u cilju unapređenja vertikalne i horizontalne suradnje i/ili organiziranja pružatelja usluga obiteljskog smještaja na regionalnoj i lokalnoj razini. Drugim riječima, riječ je o mjerama u funkciji uspostavljanja različitih tematskih i/ili proizvodnih klastera.

Polazeći od odrednica projektnog zadatka, metodološki pristup izradi Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja zasniva se na sljedećim načelima:

- **Otvorenost i koordinacija u izvođenju projekta**

Izradu dokumenta u svim je fazama rada pratio i nadgledao stručni tim Ministarstva turizma, a isti je tim osigurao i pomoć izrađivačima u rješavanju pojedinih razvojnih dilema kroz davanje primjedbi i prijedloga na radne izvještaje čime je postignuta ne samo bolja kvaliteta finalne inačice dokumenta, već su stvoreni i preduvjeti za njegovu efikasnu implementaciju.

- **Multidisciplinarnost**

Analiza turizma kao multidisciplinarnih pojava i davanje odgovarajućih rješenja za njegov razvoj zahtijeva rad multidisciplinarnog tima stručnjaka. Na izradi Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja stoga su, osim stručnjaka iz područja turizma, radili i stručnjaci iz područja ekonomije, zaštite okoliša, projektnog planiranja, destinacijskog menadžmenta, razvoja proizvoda te turističkog marketinga. Posebna pozornost posvećena je usklađivanju programskih aktivnosti s mogućnostima povlačenja sredstava iz EU fondova za što je bio angažiran poseban stručnjak.

- **Uključivanje razvojnih dionika/interesnih partnera**

Osmišljavanje aktivnosti poticanja razvoja obiteljskog smještaja u Hrvatskoj, a posebice učinkovito operativno upravljanje tim razvojem kao i njegov monitoring pretpostavlja suradnju većeg broja razvojnih dionika kako lokalnoj tako i na nacionalnoj razini. Uz Hrvatsku zajednicu udruga obiteljskog smještaja kao krovnu nacionalnu udruhu privatnih iznajmljivača, u rad na projektu neposredno su bili uključeni predstavnici Nacionalne i regionalnih udruga obiteljskih iznajmljivača, kao i stručni djelatnici Ministarstva turizma, Ministarstva poduzetništva i obrta, ali i predstavnici Hrvatske gospodarske komore. Predstavnici navedenih institucija sudjelovali su u izradi Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja ponajviše kroz dubinske intervjuje, fokus grupe i/ili strateške radionice. Načelo suradnje i uključivanja različitih razvojnih dionika podrazumijevalo je intenzivnu komunikaciju, diskusiju i/ili razmjenu mišljenja u cilju postizanja konsenzusa svih relevantnih dionika oko ključnih razvojnih usmjerenja.

- **Susretno planiranje**

Susretno planiranje podrazumijeva usklađivanje turističkog planiranja na razini obiteljskog smještaja s odrednicama nacionalne turističke strategije definirane Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/2013.). Uz to, planirane aktivnosti maksimalno su usklađene s odrednicama poticanja i usmjeravanja malog obiteljskog poduzetništva u Europskoj uniji. Konačno, valja naglasiti da Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja maksimalno uvažava i mogućnosti koje proizlaze iz novih rješenja u sustavu destinacijskog upravljanja turizmom.

- **Utemeljenost na provjerenim podacima**

Izrada Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja zasniva se na relevantnim, recentnim i pouzdanim sekundarnim podacima objavljenim u domaćim i

inozemnim statističkim i/ili stručnim publikacijama odnosno na podacima koji su se prikupili za potrebe ovog projekta.

Konačno, a sukladno uobičajenom metodološkom okviru Instituta za turizma u izradi sličnih strateško-razvojnih i provedbenih dokumenata, izrada Nacionalnog programa unapređenja obiteljskog smještaja temeljila se na:

1. Kabinetskom (desk) istraživanju, a što podrazumijeva analizu međunarodno relevantnih trendova u ponudi obiteljskog smještaja kao i ključna obilježja ponude obiteljskog smještaja u Hrvatskoj. Desk analiza, nadalje, uključuje kako značajke institucionalnog okvira, tako i odrednice ponude i potražnje za obiteljskim smještajem;
2. Dubinskim intervjuima s predstavnicima krovne udruge, predstavnicima regionalnih/destinacijskih udruga iznajmljivača obiteljskog smještaja, odnosno predstavnicima relevantnih ministarstava i drugih s projektom povezanih institucija poglavito u cilju prepoznavanja ograničenja razvoja obiteljskog smještaja, ali i predlaganja mjera/aktivnosti za njihovo uspješno otklanjanje;
3. Održavanju dvije strateške radionice posvećenima definiranju i verifikaciji: (i) smjernica i ciljeva razvoja obiteljskog smještaja u RH do 2020. godine, (ii) načina poticanja i modelima financiranja razvoja obiteljskog smještaja u RH, te (iii) ključnim aktivnostima u razvoju ponude obiteljskog smještaja te njihovim nositeljima i prioritetima;
4. Faznom prihvaćanju projekta, a što je podrazumijevalo pet faza u izradi projekta, i to: (i) izrada metodološkog pristupa i analiza stanja (detektiranje ograničavajućih činitelja), (ii) prijedlog aktivnosti i mjera te njihova rasprava s razvojnim dionicima (I strateška radionica), (iii) fino podešavanje potrebnih mjera i aktivnosti, (iv) prezentacija finalne inačice projekta ne samo Naručitelju i relevantnim razvojnim dionicima, već i zainteresiranoj stručnoj javnosti, te (v) usvajanje dokumenta.

## 2. Značajke obiteljskog smještaja u Hrvatskoj

### 2.1. Zakonodavni okvir i fiskalno opterećenje

Pružanje usluga u objektima obiteljskog smještaja uređeni su Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06) u dijelu VI. - Ugostiteljske usluge u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu kao i Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.

Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti utvrđuje, između ostalog, tko može pružati ugostiteljske usluge u domaćinstvima te koje se usluge smiju pružati u toj vrsti ugostiteljske ponude. Tako je propisano da se iznajmljivačima smatraju državljani Republike Hrvatske, ali i državljani država članica Europske unije i europskoga ekonomskog prostora. Isto tako, propisano je da se ugostiteljskim uslugama u domaćinstvu smatraju: (i) usluge smještaja u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše 10 soba, odnosno 20 kreveta, a u što se ne ubrajaju pomoćni kreveti, (ii) usluge smještaja u kampu, organiziranom na zemljištu kojeg je iznajmljivač vlasnik, s najviše 10 smještajnih jedinica, odnosno za 30 gostiju istodobno, u što se ne ubrajaju djeca u dobi do 12 godina, te (iii) usluge doručka, polupansiona ili pansiona gostima kojima iznajmljivač pruža usluge smještaja u sobi, apartmanu i/ili kući za odmor. Za pružanje svake od navedenih ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, objekti moraju ispunjavati minimalne uvjete za vrstu i uvjete za kategoriju.

Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu definiraju se vrste, kategorije, oznake za vrste i kategorije, način označavanja vrsta i kategorija i način razvrstavanja i kategorizacije objekata. Nadalje, propisuju se i minimalne ugostiteljske usluge u domaćinstvu i uvjeti za pojedine (postojeće i nove) vrste i kategorije objekata u domaćinstvu. Vrsta objekta u domaćinstvu određena je ovisno o: vrsti ugostiteljskih usluga u domaćinstvu koje se u objektu moraju obvezno pružati, pretežitosti i obveznom minimumu ugostiteljskih usluga, načinu usluživanja te drugim uvjetima. Pravilnik razlikuje sljedeće vrste smještajne ponude: (i) soba u domaćinstvu (2, 3 i 4 zvjezdice za postojeće objekte te 3 i 4 zvjezdice za nove objekte), (ii) apartman u domaćinstvu (2, 3, 4 i 5 zvjezdica za postojeće objekte te 3, 4 i 5 zvjezdica za nove objekte), (iii) studio apartman u domaćinstvu (2, 3 i 4 zvjezdice za postojeće objekte te 3 i 4 zvjezdice za nove objekte), (iv) kuća za odmor u domaćinstvu (2, 3, 4 i 5 zvjezdica za postojeće objekte te 3, 4 i 5 zvjezdica za nove objekte), te (v) kamp u domaćinstvu (2, 3, 4 i 5 zvjezdica). U svim oblicima smještaja, s izuzetkom kampova, mogu se pružati i usluge doručka, polupansiona i pansiona.

Kad je riječ o fiskalnom opterećenju pružatelja usluga obiteljskog smještaja, posebno valja izdvojiti sljedeće obveze:

- **Porez na dohodak:** pružatelji usluga obiteljskog smještaja - iznajmljivači plaćaju paušalni porez po osnovnom krevetu (pomoćni ležajevi oslobođeni su plaćanja poreza) ili prema ostvarenom dohotku ukoliko ostvaruju prihod veći od 230.000,00 kuna ili ukoliko to žele. Visina paušalnog poreza vezana je za razred turističkog mjesta i kreće se u rasponu od 300



kuna po osnovnom ležaju u turističkom mjestu A kategorije do 150 kuna po osnovnom ležaju u turističkim mjestima D kategorije ili nerazvrstanim mjestima.

- Porez na dodanu vrijednost: pružatelji usluga obiteljskog smještaja/iznajmljivači obveznici su poreza na dodanu vrijednost ukoliko ostvaruju godišnji prihod veći od 230.000,00 kuna. Tada moraju na pružene usluge (smještaj, doručak, polupansion ili puni pansion) obračunavati PDV po stopi od 10%.
- Boravišna pristojba: pružatelji usluga obiteljskog smještaja/iznajmljivači dužni su plaćati boravišnu pristojbu. Iznos pristojbe utvrđuje se paušalno prema broju osnovnih kreveta i kategoriji turističkog mjesta. Kreće se u rasponu od 300 kuna po osnovnom ležaju u turističkom mjestu A kategorije do 150 kuna po osnovnom ležaju u turističkim mjestima D kategorije ili nerazvrstanim mjestima. Pod uvjetom da je maksimalan smještajni kapacitet pružatelja usluga obiteljskog smještaja/iznajmljivača dvije sobe, ili jedan apartman, ili kuća do 4 osnovna kreveta uz prosječnu popunjenost kapaciteta u privatnom smještaju na razini destinacije od 40 dana ili manje, boravišnu pristojbu moguće je plaćati ili paušalno ili po noćenju po gostu.
- Turistička članarina: pružatelji usluga obiteljskog smještaja/iznajmljivači plaćaju turističku članarinu prema zakonski određenim stopama na osnovu ukupnog godišnjeg prihoda koje je domaćinstvo ostvarilo u rasponu od 0,2% ukupnog prihoda u turističkim mjestima A kategorije do 0,144% ukupnog prihoda u turističkim mjestima D kategorije ili nerazvrstanim mjestima.

## 2.2. Kvantitativne odrednice ponude i potražnje

Obiteljski smještaj predstavlja najznačajniji oblik komercijalnog smještaja ukupne hrvatske smještajne ponude. U 2013. godini (kolovoz) registrirano je 55.150 kućanstava koja su pružala usluge komercijalnog smještaja. Ta domaćinstva raspolagala su s 82,3 tisuće apartmana i 45,5 tisuća soba, odnosno s preko 420 tisuća ležajeva, od čega 88% čine stalni, a 12% pomoćni ležajevi. Mjereno brojem ukupnih ležajeva, obiteljski je smještaj činio 45,4% ukupnog smještajnog potencijala Hrvatske. Može se očekivati da će se legalizacijom nelegalno izgrađenih objekata kapacitet obiteljskog smještaja dodatno povećati. Nadalje, za očekivati je i da će se neki građani iz zemalja članica EU-a koji posjeduju nekretnine u Hrvatskoj pretvoriti pružatelje usluga obiteljskog smještaja.

Što se tiče prostornog rasporeda kapaciteta obiteljskog smještaja, indikativno je da su gotovo svi kapaciteti locirani na području primorskih županija (oko 99%), pri čemu u 2013. godini prednjače Splitsko dalmatinska turistička regija (27,2% ukupnog broja ležajeva), Kvarner i gorje (22,8%), Zadarska regija (16,1%), Istra (13,9%) te Šibenska regija (11,2%).

S obzirom na prevladavajući utjecaj obiteljskog smještaja u strukturi hrvatske smještajne ponude, ne začuđuje ni podatak da se u ovoj vrsti smještaja ostvaruje i najveći broj noćenja u RH. Naime, od ukupnog broja registriranih noćenja u 2012. godini (62,7 milijuna), u objektima obiteljskog smještaja (kuće za iznajmljivanje, sobe, apartmani) ostvareno je 21,8 milijun noćenja (34,8%).

Iako se još ne raspolaže statističkim podacima za cijelu 2013. godinu, na temelju ostvarenog prometa u prvih osam mjeseci 2013. godini i usporedbi s istim razdobljem 2012. godine, a tijekom kojeg je ostvareno 3%-tno povećanje, može se očekivati da će se u 2013. godini ostvariti oko 22,4 milijuna noćenja u obiteljskom smještaju.

Unatoč očekivanom porastu broja noćenja, u 2013. godini može se očekivati blago smanjenje stupnja korištenja kapaciteta obiteljskog smještaja (za 1%) uslijed bržeg rasta smještajnog kapaciteta od rasta broja noćenja.

U ukupnom broju ostvarenih noćenja u obiteljskom smještaju, slično kao i u prostornom rasporedu smještajnih kapaciteta, prednjače Splitsko-dalmatinska regija (26,0% ukupnih noćenja u 2013. godini) te Kvarner i gorje (24,1%). Potom slijede Istra (15,1%), Zadarska regija (14,1%) te Šibensko područje (11,1%).

Prema podacima recentnog istraživanja Fakulteta za management u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, a kojim je bilo obuhvaćeno oko tisuću iznajmljivača, procijenjeno je da se gotovo 250 tisuća građana Hrvatske bavi iznajmljivanjem u obiteljskom smještaju te tako nadopunjuje kućni proračun. Pri tome je procijenjeno da više od polovine njih od takvog posla zaradi u jednoj sezoni između 5 i 10 tisuća eura. Procijenjeno je, također, da privatni smještaj Hrvatskoj donosi ukupno 7 milijardi kuna turističkog prometa.

### **2.3. Kvalitativna obilježja potražnje**

Sukladno podacima istraživanja TOMAS Ljeto – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, provedenog od strane Instituta za turizam, Zagreb, tijekom 2010. godine, turisti koji borave u obiteljskom smještaju u prosjeku su mlađi od gostiju ostalih vrsta komercijalnog smještaja (40 godina prema 43 godine), uz znatno veći udio gostiju do 35 godina (41% u odnosu na 31-34% u ostalim vrstama smještaja).

Većina ovih gostiju je više ili visoko obrazovana, dolazi s obitelji te na razini kućanstva ostvaruje mjesečne prihode između 1.500 i 3.000 eura (57% ispitanih). Znatna je i udio srednjoškolski obrazovanih (42%), kao i onih koji dolaze samo s partnerom (28%) ili u pratnji prijatelja (12%).

Korisnici obiteljskog smještaja ostvaruju u prosjeku 10 noćenja na putovanju, dok se u turističkom mjestu zadržavaju oko 9 dana/noći. Radi se o skupini gostiju koja je mobilnija u odnosu na druge turiste s obzirom da ih gotovo polovica (48%) ostvaruje do 7 noćenja u destinaciji što je nešto manje od prosjeka svih vrsta smještaja (51%).

Preko tri četvrtine gostiju koji borave u obiteljskom smještaju privučeno je ponajviše odmorom i opuštanjem (77%). Ostali važni motivi dolaska su zabava (44%), nova iskustva (25%) odnosno gastronomska ponuda (22%) i prirodne ljepote (18%). Valja naglasiti da je svaki četvrti inozemni gost koji boravi u obiteljskom smještaju u prvom ili drugom posjetu Hrvatskoj. Pritom valja naglasiti da se u razdoblju od 2007. do 2010. godine povećava lojalnost korisnika obiteljskog smještaja. Naime, udio gostiju s više od dva posjeta raste kako kod dolaska u turističko mjesto (s 35% na 44%) tako i u smještajni objekt (s 23% na 29%).

Osim rekreativnih aktivnosti u moru, primarne aktivnosti korisnika obiteljskog smještaja su odlazak u restorane (93%), shopping (83%), posjet lokalnim zabavama/događanjima (71%), ali i obilazak i razgledavanje znamenitosti (60%). Važna aktivnost su i obilasci nacionalnih parkova (45%).

Što se tiče zadovoljstva boravkom u destinaciji, korisnici obiteljskog smještaja vrlo su zadovoljni kvalitetom ukupne usluge. Ipak, valja naglasiti da je riječ o gostima koji su, u prosjeku, ipak manje zadovoljni nego korisnici drugih vrsta komercijalnog smještaja. Neovisno o tome, valja navesti podatak da je većina gostiju obiteljskog smještaja komfor smještaja ocijenila visokim.

Glavni izvori informacija korisnicima obiteljskog smještaja su: prijašnji boravak (38%) te preporuke rodbine i prijatelja (32%). Četvrtina njih informacije prikuplja putem interneta, ali valja imati na umu i da su ostali mediji važno sredstvo informiranja (23%).

U dolasku u Hrvatsku, najveći broj korisnika obiteljskog smještaja koristi cestovni prijevoz (95%). Pritom je dominantan dolazak automobilom (85%). Autobusom dolazi 4% posjetitelja, a motociklom 3%. Avion i brod/trajekt koristi 2,8% odnosno 1,5% gostiju obiteljskog smještaja.

Konačno, turisti koji su boravili u objektima obiteljskog smještaja ostvarili su u 2010. godini prosječnu dnevnu potrošnju od 43 eura ili oko 26% manje od hrvatskog prosjeka. U strukturi prosječne dnevne potrošnje 46,5% je vezano uz usluge smještaja, 20,3% uz konzumaciju hrane i pića u ugostiteljskim objektima, 18,2% uz potrošnju u trgovini (uključujući i nabavke prehrambenih proizvoda), a preostalih 15% za ostale usluge.

#### **2.4. Socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja<sup>1</sup>**

Iako ne postoje relevantni podaci za Hrvatsku u cjelini, recentno istraživanje Fakulteta za management u turizmu i ugostiteljstvu iz Opatije, a koje je provedeno na području Kvarnera, pruža dobar uvid u socio-demografski profil tipičnog pružatelja usluga obiteljskog smještaja u nas.

Navedeno istraživanje ukazuje da u strukturi smještajnih jedinica prema vrstama objekta u kojima se pružaju usluge smještaja u domaćinstvu izrazito prevladavaju apartmani (72%), dok su još uvijek relativno visoko zastupljene i sobe za iznajmljivanje (17,4%). Istodobno, primjetan je rast udjela kuća za odmor (9,7%), dok su kampovi u domaćinstvu još uvijek relativno marginalna kategorija (0,2%).

Prodaju vlastitih kapaciteta privatni iznajmljivači u domaćinstvu najvećim dijelom obavljaju individualno (56,2%), iako je visok udio i onih koji svoje kapacitete prodaju putem turističkih agencija (38,0%). Slučajni dolasci gostiju relativno su rijetki (5,8%).

Što se tiče razine obrazovanja, više od polovice iznajmljivača kapaciteta obiteljskog smještaja ima srednjoškolsko obrazovanje, ali je čak 38% visokoobrazovanih. Nadalje, najviše je onih koji se tim poslom bave duže od sedam godina, dok je udio 'novih' iznajmljivača tek oko 13%. Iako je za preko 90% ispitanika iznajmljivanje obiteljskog smještaja iznimno važan izvor prihoda, valja naglasiti da je riječ ponajviše o dodatnom (sekundarnom) prihodu kojim se popunjava obiteljski budžet. Tako,

---

<sup>1</sup> 'Izmjene i dopune projekta Kvarner family', Fakultet za management u turizmu, Opatija 2013.

primjerice, za oko 40% iznajmljivača, ovaj prihod upotpunjuje plaću iz redovnog radnog odnosa, dok u oko 30% slučajeva, taj prihod predstavlja dodatak zasluženju mirovini. Indikativno je da za tek 21% iznajmljivača prihodi po osnovi najma predstavljaju osnovni izvor prihoda domaćinstva.

Konačno, a povezano s investicijskom aktivnosti, planirana buduća ulaganja privatnih iznajmljivača Kvarnera vezuju se uz dva glavna pravca. Riječ je o: (i) povećanju kvalitete unutarnjeg uređenja smještajnog objekta (43,8%), odnosno (ii) ulaganja u okućnicu, vrt i opremu u vrtu (39,4%). Samo manji broj iznajmljivača planiranja ulaganja želi usmjeriti u proširenje kapaciteta, odnosno povećanje broja smještajnih jedinica (9,3%).

## 2.5. Strukovno povezivanje i umrežavanje pružatelja usluga obiteljskog smještaja

Slijedom iskazanog interesa i inicijative pravnih i fizičkih osoba koje se bave pružanjem usluga u različitim oblicima obiteljskog smještaja, u 2010. godini je pri Hrvatskoj gospodarskoj komori osnovana Zajednica obiteljskog smještaja i turizama. Udruga ima za cilj: (i) artikuliranje, usklađivanje i zaštitu zajedničkih gospodarskih interesa pružatelja usluga obiteljskog smještaja, (ii) kvalitetnije međusobno povezivanje članova udruge, (iii) standardiziranje usluga obiteljskog smještaja, te (iv) tržišnu komunikaciju i brendiranje u cilju unapređenja organiziranog dovođenja gostiju u turistička odredišta kopnene i obalne Hrvatske. Polazeći od postavljenih ciljeva, aktivnosti udruge uključuju:

- usklađivanje i zaštitu interesa članica pri definiranju zakonski i podzakonskih propisa u području obiteljskog smještaja u Hrvatskoj
- unapređenje kvalitete usluge, te razmjena informacija i stručnih znanja članica
- unapređenje zajedničkih promidžbenih aktivnosti i međuregionalnog gospodarskog povezivanja komplementarnih gospodarskih subjekta,
- standardiziranje usluga obiteljskog smještaja,
- donošenje kriterija za uspostavljanje tzv. 'difuznih hotela',
- unapređenje organiziranog dovođenja gostiju u hrvatska turistička odredišta i povezivanje ponude kopnene i obalne Hrvatske,
- unapređenje organiziranja zajedničkih stručnih znanja članica putem organizacije različitih stručnih edukativno-prezentacijskih skupova
- uspostavljanje i unapređenje svih vrsta poslovnih odnosa članica za potrebe stvaranja prepoznatljive tržišne marke na domaćem i inozemnom turističkom tržištu.

U 2013. godini Ministarstvo turizma je u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom i uz podršku Hrvatske turističke zajednice pokrenulo osnivanje subregionalnih i županijskih strukovnih organizacija obiteljskog smještaja na području cijele Hrvatske. Time nacionalna Zajednica obiteljskog smještaja i turizama dobiva novu i unaprijeđenu mogućnost komunikacije s 'bazom'. Naime, pri županijskim gospodarskim komorama ustrojavaju se Sekcije obiteljskog smještaja čiji članovi su i predstavnici subregionalnih Strukovnih skupina unutar županije. Do sredine 2013. godine osnovano je preko 40 regionalnih i subregionalnih udruga koje pokrivaju prostor Kontinentalne Hrvatske, Istre, Kvarnera, Zadarskog područja, Šibenskog područja te Splitskog područja.

Posebno valja ukazati na činjenicu da su na teritoriju pojedinih županija, a na inicijativu županija, županijskih razvojnih agencija i/ili županijskih turističkih zajednica, uspostavljeni i snažni regionalni brendovi obiteljskog smještaja kao što su, primjerice, Domus Bonus u Istri te Kvarner Family na području Primorsko-goranske županije. Osim povećavanja konkurentnosti i razine kvalitete ponude obiteljskog smještaja na razini regije, ovakvo regionalno udruživanje ima za cilj stvoriti temelje za bolju tržišnu prepoznatljivost ponude obiteljskog smještaja kao i njihovu djelotvorniju promociju/komercijalizaciju, ali i omogućiti sustavnu organizaciju i provedbu različitih, po mjeri krojenih, programa edukacije i stručnog usavršavanja.

### 3. Međunarodno relevantni trendovi u ponudi obiteljskog smještaja

#### 3.1. Ključni razlikovni elementi ponude obiteljskog smještaja

Obiteljski smještaj u Hrvatskoj ima najviše sličnosti s konceptom koji je u svijetu poznat ponajviše kao 'bed & breakfast' ponuda. Riječ je uglavnom o malim obiteljskim poduzetničkim poduhvatima koji obuhvaćaju osnovnu uslugu smještaja, eventualno i doručka, s mogućnošću korištenja različitih dodatnih usluga u destinaciji/okruženju. Mnogi od ovih poduzetnika mogu se smatrati svojevrsnim promotorima autohtonog – često i vlastitog – životnog stila, pri čemu se, kroz neposrednu komunikaciju s gostima, osigurava razmjena životnih iskustava i svjetonazora. Drugim riječima, korisnici objekata obiteljskog smještaja stječu iskustvo boravka u opuštajućoj domaćoj atmosferi, uz mogućnost upoznavanja lokalnih običaja iz 'prve ruke', dok pružatelji usluga imaju mogućnost ne samo zarade, već i stjecanja novih kontakata/prijatelja, boljeg razumijevanja različitih kultura i životnih stilova. Sve navedene značajke upućuju na zaključak da je riječ o tzv. 'lifestyle' smještajnoj ponudi, uslijed čega se može govoriti i o obiteljskom smještaju kao zasebnom turističkom proizvodu.

Takav poduzetnički koncept nadalje, za razliku od klasičnog hotelskog smještaja, omogućava gostu bolji doživljaj destinacije i njenog kulturnog supstrata pri čemu se kao ključni privlačni atribut boravka u objektima obiteljskog smještaja navode: autentičnost, ljudski dodir, osobnost, toplina i domaćinski ugođaj. U tom smislu, a vodeći računa o sve većoj individualizaciji turističkog iskustva, prednosti malih obiteljskih objekata, u odnosu na 'industrijaliziranu' hotelsku ponudu, proizlaze ih njihove jednostavnosti, nepretencioznosti, udobnosti te mogućnosti prilagođavanja specifičnim tržišnim nišama ('tailor made').

Prema spoznajama jednog od vodećih svjetskih on-line prodavatelja usluga 'bed&breakfast'-a<sup>2</sup> najvažniji tržišni trendovi vezani za taj specifičan segment smještajne ponude, uz rast potražnje i profitabilnosti, su:

- Kratka vikend putovanja rastu pri čemu se turisti vraćaju u destinacije koje su prethodno posjetili;
- Turisti koji borave u obiteljskom smještaju skloni su mijenjati objekte koje posjećuju u potrazi za novim iskustvima, a tijekom godine borave u više takvih objekata;
- Turisti koji borave u obiteljskom smještaju smatraju da ti objekti nude veću vrijednost za novac nego hoteli, posebice kad nude besplatan doručak, parking, WiFi i druge usluge;
- Ključni kriteriji odabira objekta obiteljskog smještaja, osim cijene i lokacije, su: ocjene prethodnih posjetitelja, fotografije objekta, preporuke prijatelja, fleksibilna politika opoziva kao i mogućnost 'on-line' rezervacije;
- Najvažnije dodatne usluge 'bed&breakfast' objekata uključuju besplatno parkiranje uz objekt, fleksibilnu prijavu i odjavu boravka te besplatan doručak;

---

<sup>2</sup> Prema <http://www.bedandbreakfast.com/about/pressRoom.aspx>

- Korisnici 'bed & breakfast' objekata su najčešće parovi između 35-65 godina, a velika većina ih u odredište, udaljeno između 200 i 400 kilometara, dolazi automobilom.

U skladu s navedenim spoznajama, može se zaključiti da ključni razlikovni elementi kojima ponuda obiteljskog smještaja može dugoročno i na tržišno održiv način privlačiti potencijalnu klijentelu podrazumijevaju: (i) izraženu privatnost, (ii) personaliziranu uslugu podređenu individualiziranim potrebama svakog potencijalnog korisnika, (iii) maksimalno ugađanje ('pampering'), (iv) atraktivnu lokaciju, (v) visoku uređenost interijera samog smještajnog objekta, (vi) hortikulturno kultiviranu okućnicu, kao i (vii) maksimalno uređen okolni prostor. Nadalje, dodatni atributi koji se traže uključuju i: (viii) obiteljsku atmosferu i toplinu doma, (ix) obroke spravljene na lokalni/tradicionalni način, (x) mogućnost za socijalizaciju, druženje i komunikaciju u za to posebno dizajniranom prostoru, a po mogućnosti i (xi) značajne kulturno-povijesne sklopove u bližem okruženju, kao i (xii) mogućnost sudjelovanja u lokalnim tradicijskim događanjima.

Što se tiče tipičnih motiva dolaska, ali i načina na koji korisnici obiteljskog smještaja najčešće provode dan, posebno valja ukazati na: (i) psihofizičku rekuperaciju, 'punjenje baterija' i opuštanje od stresne svakodnevnice, (ii) provođenje vremena u krugu obitelji ('family bonding'), (iii) istraživanje/upoznavanje lokalnih atrakcija, (iv) rekreativne šetnje, boravak u prirodi i laganije rekreativne aktivnosti, (v) upoznavanje novih ljudi i običaja, (vi) upoznavanje lokalnih kulinarskih specijaliteta, (vii) promatranje životinjskog i/ili biljnog svijeta i slično.

Konačno, jedan od bitnih činitelja uspjeha malog obiteljskog smještaja u svijetu na koji valja posebno ukazati odnosi se na njihovu pripadnost profesionalnim udrugama i/ili marketinškim asocijacijama međunarodnog, nacionalnog, regionalnog i/ili lokalnog karaktera koje svojim članicama ne propisuju samo unaprijed definirane standarde uređenja objekata i kvalitete usluživanja, već i omogućavaju bolju tržišnu komunikaciju, promociju i/ili komercijalizaciju. Konačno, pripadnost udrugama svojevrсна je garancija respektabilnosti i tržišne prihvatljivosti svakog pojedinačnog objekta.

### **3.2. Komunikacija s tržištem ponuđača privatnog smještaja – primjeri dobre prakse**

Marketinške alijanse/asocijacije sasvim sigurno predstavljaju ključan kanal tržišne penetracije, a mogu biti orijentirane na međunarodnu, kao što je to primjerice slučaj s [bedandbreakfast.com](http://bedandbreakfast.com), nacionalnu, kao primjerice u slučaju [caffelletto.it](http://caffelletto.it), ili pak regionalnu/destinacijsku ponudu.

[BedandBreakfast.com](http://BedandBreakfast.com) ima središte u Sjedinjenim Američkim Državama (Austin, Texas), a predstavlja jedan od najobuhvatnijih globalnih portala koji pruža mogućnost pronalaženja i on-line rezervacije obiteljskih smještajnih objekata koji pružaju 'bed & breakfast' uslugu. Objedinjavajući ponudu 13 tisuća objekata u svijetu (8.000 u SAD i 5.000 u ostalim regijama svijeta) s ukupno 80 tisuća soba te nudeći fotografije i detaljan opis svakog pojedinog objekta, garanciju najbolje cijene kao i ocjene zadovoljstva boravkom prethodnih korisnika, portal omogućava brz, vjerodostojan i jednostavan način odabira odgovarajućeg 'bed&breakfast'-a svakom potencijalnom korisniku. Usluge portala su besplatne za njegove korisnike.

S druge strane, Caffelletto.it (u prijevodu 'kava i krevet' kao igra riječi od 'caffelate') je udruga/agencija koja objedinjuje ponudu kuća od odmor, 'bed&breakfast' objekata te kuća na selu na cijelom prostoru Italije. Svi objekti pojedinačno su pregledani kako bi se osiguralo da će njihovi vlasnici biti u mogućnosti pružiti gostu ne samo ugodan boravak, već i kvalitetnu interakciju. Udruga posluje od 1997. godine, pri čemu se rukovodi idejom da ponudi mogućnost boravka u ekskluzivnim smještajnim objektima sa šarmom i obiteljskom atmosferom u destinacijama mirnog ruralnog ili povijesnog gradskog okruženja. Sukladno tome, u ponudi su objekti koji se mogu povezati s gradovima, hranom i vinom, obiteljima, romantičnim mjestima, morskom obalom, jezerima. Caffelletto.it izdaje i tiskane vodiče te omogućava on-line pregled/rezervaciju smještaja. Usluge rezervacije su besplatne za turiste.

Konačno, udruženje vlasnika iznajmljivača privatnih soba i apartmana Tirola u Austriji primjer je regionalne/destinacijske udruge/agencije fokusirane na posredovanje u komercijalizaciji usluga obiteljskog smještaja. Tirolsko udruženje osnovano je 1959. godine kao ne-politička organizacija sa središtem u Innsbrucku. Udruženje objedinjava ponudu 3.000 obiteljskih smještajnih objekata, od kojih je 2.000 kategorizirano prema kvaliteti. Smještajna ponuda svih članova Udruge predmetom je striktno kontrole kvalitete, pri čemu svaki od objekata, ovisno o kvaliteti ponude (dva do četiri runolista), mora zadovoljiti minimalno specificirane standarde kvalitete smještaja i usluživanja. Na taj se način, uz ujednačavanje kvalitete, minimizira rizik nezadovoljstva boravkom od strane potencijalnih korisnika.



## 4. Malo poduzetništvo u turizmu u kontekstu europske razvojne strategije

Odrednice europske razvojne strategije do 2020. godine integralno su prezentirane u dokumentu 'Europe 2020'. Riječ je o dokumentu koji Europu u 2020. godini vidi kao pametan, održiv i integriran gospodarski prostor koji će zemljama članicama osiguravati visok stupanj zaposlenosti, produktivnosti i socijalne kohezije. Da bi to bilo moguće, program definira 5 ključnih ciljeva/područja djelovanja: (i) zaposlenost, (ii) inovacije, (iii) obrazovanje, (iv) socijalna uključenosti i (v) klima/energija, pri čemu svaka zemlja članica mora definirati vlastite nacionalne ciljeve prema svakom od ovih područja. Ostvarivanje zacrtanih ciljeva na nacionalnoj razini, a time i na razini cijele EU, podrazumijeva provođenje različitih aktivnosti u okviru 7 ključnih inicijativa:

- **Digitalizacija Europe** - riječ je o inicijativi koja kroz 101 aktivnost raspoređenih u 7 prioritetnih područja (širokopojasni internet, javna digitalna infrastruktura, razvoj vještina i poslova vezanih uz digitalizaciju, sigurnost korištenja interneta, zaštita autorskih prava, ubrzano korištenje tehnologije vanjskih poslužitelja - 'cloud computing', kao i nova industrijska strategija za područje elektronike) treba do 2020. godine osigurati rast GDP-a Europske unije za 5%, odnosno 1.500 eura per capita te novo zapošljavanje 3,8 milijuna osoba.
- **Inovativna Unija** - riječ je o inicijativi koja bi kroz 30 aktivnosti trebala europsku znanost podići na svjetsku razinu, revolucionalizirati suradnju privatnog i javnog sektora te ukloniti razvojna uska grla kako bi se inovativna tehnološka rješenja brzo komercijalizirala na tržištu.
- **Mladi na potezu** - riječ je o inicijativi koja ima za cilj povećati obrazovnu razinu mladih te im omogućiti lakše zapošljavanje, sve u cilju osiguranja 75%-tne stope zaposlenosti radno sposobne populacije (osobe 24-64 godine starosti). Ključna područja djelovanja su: (i) prilagođavanje obrazovanja i usavršavanja potrebama mladih, (ii) poticanje mladih za korištenje EU grantova za studiranje/usavršavanje u drugim zemljama te (iii) poticanje zemalja EU da poduzmu mjere kojima bi olakšale prijelaz iz škola na posao.
- **Resursno efikasna Europa** - riječ je o inicijativi koja uspostavlja načela efikasnog korištenja resursa na području energetike, prometa, klimatskih promjena, industrije, roba, poljoprivrede, ribarstva, bioraznolikosti i regionalnog razvoja. Kroz sinergije na tim područjima djelovanja, inicijativa ima za cilj smanjenje emisije stakleničkih plinova za 80%-95% do 2050. godine, ali i unapređenja poljoprivrede i ribarstva kako bi se Europska unija učinila otpornijom na buduće oscilacije cijena kako energije, tako i roba široke potrošnje.
- **Industrijska politika za eru globalizacije** - radi se o inicijativi koja bi europskoj industriji trebala osigurati poziciju globalnog tržišnog lidera. Ostvarenje takvog cilja podrazumijeva provedbu deset aktivnosti: (i) provjeru učinka svakog prijedloga mjera na podizanje konkurentnosti, (ii) pojednostavljivanje legislative u cilju smanjivanja troškova, (iii) olakšavanje pristupa kreditima malim i srednjim poduzećima, (iv) standardizaciju, (v) efikasniju prometnu, energetska i komunikacijsku infrastrukturu, (vi) bolje korištenje domaćih sirovina, (vii) sektorske aktivnosti poticanja inovativnosti, (viii) unapređivanje

uvjeta za rast inovativnosti u energetske intenzivnim industrijama, (ix) razvoj svemirske industrije, te (x) redovito praćenje konkurentnosti, industrije politike i poslovnih rezultata zemalja članica.

- **Program novih vještina i poslova** – riječ je inicijativi koja je usmjerena na: (i) ubrzanje reformi u funkciji unapređenja fleksibilnosti i sigurnosti na tržištu rada, (ii) osposobljavanje ljudi s potrebnim vještinama za danas i sutra, (iii) osiguranje boljih radnih uvjeta, te (iv) unapređivanje uvjeta za stvaranje novih radnih mjesta.
- **Europska platforma protiv siromaštva** – riječ je o inicijativi kojom se želi smanjiti broj siromašnih i/ili društveno isključenih osoba za 20 milijuna. To će se, između ostaloga, postići kroz bolje korištenje EU fondova za ciljeve socijalnog uključivanja, provođenja raznih programa s udrugama civilnog društva te pojačanom koordinacijom u donošenju i provedbi mjera u svim zemljama članicama.

Iako se u sedam inicijativa Europske unije turizam eksplicitno ne spominje, turistička politika i turistički razvoj itekako su važni za EU. Na takvu konstataciju upućuje posebno Lisabonski sporazum iz 2009. godine kojim je utvrđeno da će EU provoditi aktivnosti kojima će podržavati, koordinirati ili nadopunjavati aktivnosti zemalja članica na području turizma i to prije svega u sferi poduzetničke aktivnosti, kohezijske politike te politika usmjerenih na korištenje suvremenih informatičko-komunikacijskih tehnologija. U tom kontekstu, u lipnju 2010. godine Europska komisija usvojila je i novi strateški okvir za djelovanje na području turizma ('Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe'). Tim dokumentom uspostavljen je plan aktivnosti koji ima za cilj osigurati konkurentnost, suvremenost, održivost i odgovornost europskog turizma kroz sljedeće četiri ključne poluge:

- Poticanje konkurentnosti turističkog sektora kroz (i) diversifikaciju ponude, (ii) inventivno korištenje ICT, (iii) unapređenje znanja i vještina zaposlenih, (iv) produljenje sezone kao i kroz (v) povećanje razumijevanja važnosti turizma za gospodarski i društveni razvoj;
- Promoviranje razvoja održivog, odgovornog i visoko kvalitetnog turizma;
- Učvrščivanje imidža Europe kao održive i visoko kvalitetne turističke destinacije; te
- Maksimiranje potencijala EU politika/financijskih instrumenata.

Kad je riječ o financiranju turističkog razvoja u razdoblju od 2014-2020, Europska unija pruža mogućnost korištenja brojnih programa i fondova u okviru nove financijske perspektive. U tom kontekstu u nastavku se daje pregled najvažnijih programa i fondova koji zemlje članice mogu koristiti za financiranje razvoja turističke infra i/ili suprastrukture<sup>3</sup>.

### **European Social Fund**

- Područje djelovanja: socijalna politika
- Svrha: poboljšanje mogućnosti zapošljavanja, obrazovanja i cjeloživotnog učenja, unapređenje društvene uključenosti te smanjivanje siromaštva, ali i razvoj/jaćanje tzv. institucionalnog kapaciteta u sferi javne administracije

<sup>3</sup> A Guide to EU Funding Programmes for Tourism Stakeholders  
September 2012 prepared for DG Enterprise & Industry by Risk & Policy Analysts Limited

- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

#### ***European Regional Development Fund***

- Područje djelovanja: politika regionalnog razvoja
- Svrha: jačanje ekonomske, društvene i teritorijalne povezanosti članica EU kroz smanjivanje razlika između europskih regija. Prioritetna područja potpore uključuju: (i) istraživanje, razvoj i inovativnost, (ii) dostupnost informacijama i komunikacijskim tehnologijama, (iii) prijelaz prema gospodarstvu niske emisije ugljika/ugljičnog dioksida, (iv) razvoj malih i srednjih poduzeća, (v) usluge od opće koristi za gospodarstvo, (vi) telekomunikacije, energetika, prometna infrastruktura, (vii) jačanje institucionalnog kapaciteta za učinkovitu javnu administraciju, (viii) zdravlje, obrazovanje i društvena infrastruktura, te (ix) održivi urbani razvoj.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

#### ***European Agriculture and Rural Development Fund***

- Područje djelovanja: politika ruralnog razvoja
- Svrha: financijska potpora: (i) unapređenju transferu znanja i inovacijama, (ii) jačanju konkurentnosti, (iii), unapređenju lanca opskrbe hranom i upravljanja s povezanim rizicima, (iv) obnavljanju, zaštiti i unapređenju ekosustava, (v) jačanju efikasnosti korištenja resursa i prijelazu prema gospodarstvu niske emisije ugljika/ugljičnog dioksida, (vi) jačanju društvene uključenosti, smanjivanju siromaštva i ekonomskom razvoju ruralnih područja.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

#### ***LIFE+***

- Područje djelovanja: politika zaštite okoliša
- Svrha: financijska potpora projektima s područja: (i) zaštite okoliša i efikasne upotrebe resursa, (ii) biološke raznolikosti, te (iii) upravljanja okolišem.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga te nositelji javne vlasti.

#### ***HORIZON 2020 – Framework Programme for Research and Innovation***

- Područje djelovanja: politika poticanje znanstvenih istraživanja, inventivnosti i konkurentnosti
- Svrha: financijska potpora projektima koji osiguravaju: (i) izvrsnost u znanosti, (ii) industrijsko vodstvo kroz investicije u ključne tehnologije, jednostavniji pristup kapitalu te potporu malim i srednjim poduzećima, te (iii) pozitivne društvene promjene na području: (a) zdravlja, demografske strukture i blagostanja, (b) sigurnosti hrane, održive poljoprivrede i marikulture, (c) sigurne, čiste i efikasne energetike, (d) 'pametnog', ekološki

čistog i integriranog prometa, (e) efikasne upotrebe resursa i sirovina, te (f) inovativnog i sigurnog društva koja koje osigurava uključenost.

- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

#### ***COSME - Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs***

- Područje djelovanja: politika razvoja malog i srednjeg poduzetništva
- Svrha: dinamiziranje razvoja malih i srednjih poduzeća kroz: (i) jačanje pristupa financiranju na osnovi kreditiranja i/ili povećanja temeljnog kapitala, (ii) unapređivanje pristupa globalnom tržištu i EU tržištu kroz tzv. Enterprise Europe Network, te (iii) jačanje poduzetništva kroz unapređenje poduzetničkih vještina i svjetonazora.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

#### ***Connecting Europe Facility***

- Područje djelovanja: politika razvoja prometne infrastrukture
- Svrha: unapređenje europske povezanosti kroz projekte: (i) unapređenja prometne infrastrukture (uklanjanje prometnih 'uskih grla', dogradnja nedostajućih prometnih poveznica i sl.), (ii) unapređenja energetske povezanosti (energetska efikasnost i prilagođavanje klimatskim promjenama), te (iii) unapređenja telekomunikacijskih sustava (brz i širokopolasni Internet i paneuropske digitalne usluge).
- Mogući korisnici: pružatelji prometnih usluga i nositelji javne vlasti.

#### ***Creative Europe Programme***

- Područje djelovanja: kulturna i obrazovna politika
- Svrha: očuvanje i unapređenje europske kulturne i jezične različitosti te jačanje konkurentnosti kulturnog i kreativnog sektora kroz projekte u sferi: (i) kulture), (ii) medija, osobito audiovizualnih, te (iii) međusektorske kulturne suradnje
- Mogući korisnici: institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama i nositelji javne vlasti.

#### ***Erasmus for All Programme***

- Područje djelovanja: obrazovna politika
- Svrha: financiranje projekata u sferi obrazovanja, stjecanja stručnih vještina, edukacije mladih te razvoju sporta. Programom se podržavaju aktivnosti na području: (i) pojedinačnog stjecanja znanja kroz studiranje, stručno osposobljavanje, stručne prakse, podučavanje i profesionalni razvoj, ali i kroz volontiranje, (ii) institucionalnu suradnju između obrazovnih ustanova, udruga za mlade, poduzetničkog sektora, nositelja izvršne vlasti na lokalnoj i/ili regionalnoj razini te ne-vladinih udruga, kao i (iii) podrške u reformiranju obrazovnih sustava zemalja članica i suradnje s zemljama koje nisu članice EU.
- Mogući korisnici: obrazovne institucije i udruge mladih.

### ***Programme for Social Change and Innovation***

- Područje djelovanja: politika zapošljavanja
- Svrha: financiranje projekata u sferi: (i) koordiniranja nacionalnih politika, (ii) razmjene iskustava u sferi najbolje prakse, (iii) jačanja institucionalnog kapaciteta i jačanje razvoja društvenog poduzetništva, te (iv) testiranja inovativnih politika, pri čemu će se najuspješnije mjere dodatno poticati sredstvima iz Europskog socijalnog fonda. Posebno valja naglasiti da će se u sklopu ovog programa (nekadašnji EURES - European Employment Services) uspostaviti on-line servis fokusiran isključivo na ugostiteljske djelatnosti. Taj će servis omogućiti poslodavcima lakšu provjeru stručnih kvalifikacija i osposobljenosti potencijalnih posloprimaca iz svojih vlastitih, ali i drugih zemlja EU. Time će se unaprijediti efikasnost zapošljavanja te pojačati radna mobilnost.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji prometnih usluga, pružatelji usluga hrane i pića, pružatelji usluga u turističkom posredovanju, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

### ***European Maritime and Fisheries Fund***

- Područje djelovanja: politika razvoja priobalja i ribarstva
- Svrha: financiranje projekata u sferi: (i) ekološki održivog ribarstva, (ii) 'pametnog' i ekološki čistog uzgoja akvakultura, (iii) održivog prostornog razvoja, te (iv) integriranog upravljanja morem i priobaljem. Iz ovog će se fonda također poticati i investicije u proizvodnu diversifikaciju poduzeća orijentiranih na ribarstvo i/ili akvakulturu kroz razvoj komplementarnih djelatnosti kao što je, primjerice, turizam.
- Mogući korisnici: pružatelji usluga smještaja, pružatelji usluga hrane i pića, institucije koje upravljaju turističkim atrakcijama te nositelji javne vlasti.

### ***European Statistical Programme 2013 - 2017***

- Područje djelovanja: statističko praćenje i harmonizacija
- Svrha: raspolaganje i diseminacija kvalitetnih i harmoniziranih statističkih podataka koji mogu biti korišteni za potrebe razvoja EU operativnih politika, uključujući i područje turizma. Programom će se posebno poticati projekti u funkciji: (i) uspostavljanja kvalitetnih i pouzdanih statističkih podataka, (ii) uvođenje efikasnijih metoda statističkih istraživanja, te (iii) jačanje uloge europskog statističkog sustava u svjetskim razmjerima.
- Mogući korisnici: nositelji javne vlasti.

Neovisno o potencijalu svakog od navedenih programa, za potrebe razvoja obiteljskog smještaja posebno važan program je COSME - Program za konkurentnost malih i srednjih poduzeća. Riječ je o novom programu uspostavljenom za razdoblje od 2014. - 2020. godine, a usmjerenom na povećanje konkurentnosti europskih tvrtki, smanjivanje nezaposlenosti, stvaranje poticajne poduzetničke klime te razvoj poduzetništva. U skladu sa strategijom 'Europa 2020', program je osmišljen kako bi se stvorili povoljni uvjeti za procvat europskih poduzeća, te kako bi se osigurala mogućnost da mala i srednja poduzeća mogu u potpunosti iskoristiti prednost jedinstvenog europskog tržišta, ali se i proširiti na prostor izvan njegovih granica.

Ukupni proračun programa je 2,3 milijarde eura, a koji će se, između ostaloga, koristiti kako za davanje garancija malim i srednjim poduzećima za potrebe dobivanja bankarskih kredita u iznosu do 150 tisuća eura, tako i za financiranje specijaliziranih fondova/programa za pružanje usluga 'venture' kapitala te mostnog kreditiranja. Očekuje se da će svake godine program pridonijeti povećanju BDP-a EU u iznosu od 1,1 milijardu eura te pomoći u stvaranju i/ili spašavanju 30.000 radnih mjesta.

Potencijalni korisnici ovog programa bit će: (i) postojeći poduzetnici za potrebe financiranja vlastitog razvoja, konsolidaciju i/ili rast poslovanja (uključujući i sektor turizma); (ii) budući poduzetnici (uključujući mlade) za pomoć pri osnivanju/uspostavljanju tvrtki, te (iii) nacionalna, regionalna i lokalna tijela vlasti, poglavito u cilju učinkovitog reformiranja politika u kontekstu poboljšanja destinacijske konkurentske sposobnosti.

Očekivani rezultati provođenja ovog programa su: (i) lakši pristup financijskim sredstvima za mala i srednja poduzeća, (ii) samozapošljavanje i razvoj poduzetništva, te (iii) konkurentnije gospodarstvo, više poduzetnika i veće stope zapošljavanja.

Konačno, valja naglasiti da će program COSME pružiti alat koji može poslužiti i za ostvarenje drugih ciljeva. Primjerice, pomoću Europske poduzetničke mreže osigurat će se veza s drugim programima i inicijativama, u smislu 'top-down' širenja informacija i njihovog promicanja, te 'bottom-up' povratnih informacija od zainteresiranih strana.

## 5. SWOT analiza obiteljskog smještaja u RH

Ponuda obiteljskog smještaja, ponajviše zbog broja raspoloživih smještanih jedinica, ali i zbog mogućnosti stjecanja primarnog, sekundarnog ili tercijarnog izvora prihoda ponajviše za velik broj stanovnika hrvatskog priobalja, predstavlja nezaobilazan segment hrvatske turističke ponude. Riječ je o objektima smještajne ponude relativno malog kapaciteta koji omogućavaju individualizirani pristup gostu u kojem on/ona ne predstavlja samo broj, već ima svoje ime i osobnost, svoje navike i potrebe koje valja zadovoljiti. Nadalje, riječ je o objektima smještajne ponude u kojoj uređenje interijera i eksterijera, kao i mogućnost spravljanja obroka na tradicionalan i/ili autohton način, sve više privlači brojne potrošače iz sfere turizma posebnih interesa koji, uz aktivan odmor, žele ne samo upoznati kulturu života i rada lokalne zajednice, već i sudjelovati u različitim aktivnostima karakterističnim za lokalno podneblje.

S druge strane, međutim, ponuda obiteljskog smještaja u nas suočena i s relativno velikim brojem izazova koje valja ukloniti ili barem umanjiti kako bi se njegov razvojni potencijal maksimalno iskoristio ne samo u cilju podizanja kvalitete života i standarda lokalne populacije, već i u kontekstu podizanja tržišne prepoznatljivosti i jačanja konkurentnosti hrvatskog turističkog proizvoda u cjelini.

Polazeći od prethodnih konstatacija, a u cilju da se postojeće stanje u obiteljskom smještaju u razdoblju do 2020. godine promijeni nabolje, provedena je analiza jakosti, slabosti, prilika i opasnosti (SWOT). Pritom valja posebno istaknuti sljedeća zapažanja:

- **Ponuda obiteljskog smještaja u užem smislu**

Dobra vrijednost za novac, atraktivne lokacije kao i postupno rastuća kvaliteta obiteljskog smještaja (osobito 'hardware-a') predstavljaju snage na kojima valja graditi daljnji imidž obiteljskog smještaja u nas. U tom smislu, a imajući na umu i značajke resursno-atraksijske osnove kako hrvatskog priobalja, tako i njegovog zaleđa, odnosno kontinenta, riječ je o smještaju prirodno predestiniranom za prihvat različitih 'activity based' i/ili 'lifestyle' turista (posebice cikloturista, ronilaca, mehaničkih avanturista i sl.), ali i poklonika kreativnog turizma, turizma u ruralnom okruženju i sl.

Osim izrazite sezonalnosti poslovanja, vjerojatno najizraženiju slabost današnje ponude obiteljskog smještaja u nas predstavljaju neujednačena kvaliteta smještaja, posvemašnji manjak tematiziranih objekata namijenjenih ciljanim skupinama korisnika, a što je povezano s sve većom ponudom bezličnih apartmanskih jedinica ('za svakoga'), kao i sa sve većim pritiskom na maksimalni instalirani kapacitet vitalnih infrastrukturnih sustava.

Neovisno o današnjim nedostacima, tržište nudi cijeli niz prilika na kojima valja kapitalizirati, bilo da se radi o jasno iskazanim 'lifestyle' preferencijama različitih poklonika turizma posebnih interesa, bilo da se radi o rastućoj potražnji prema 'zelenim' smještajnim objektima. S druge strane, pod uvjetom da je problem 'divlje' gradnje, zauvijek riješen,



opasnosti na koje valja obratiti posebnu pozornost odnose se na nedovoljno kontroliranu izgradnju novih kuća za odmor i/ili bezličnu apartmanizaciju.

- **Ekonomsko i poslovno okruženje**

Ponajviše zbog činjenice da je turizam vodeći izvozni proizvod RH, najizraženiju snagu vjerojatno predstavlja spoznaja da postupno raste i svijest o ekonomskom potencijalu i nedovoljno iskorištenim mogućnostima obiteljskog smještaja. Tome svakako valja pridodati i udruživanje ponuđača obiteljskog smještaja na nacionalnoj razini, ali na razini pojedinih regija, kao i izuzetno povoljne trendove na strani potražnje ne samo za turističkim putovanjima, već i za uslugama tematiziranog smještaja.

Osim neprilagođenosti financijskog tržišta razvoju malog obiteljskog poduzetništva, vjerojatno najveći nedostatak u postojećem ekonomskom i poslovnom okruženju predstavljaju zakonska prenormiranost, nedovoljno usmjeravan i premalo kontroliran rast kapaciteta i korupcija (na lokalnoj razini). U takvim se uvjetima opravdano govori o nepovoljnoj investicijskoj klimi koja rezultira nedostatkom poduzetničkog optimizma.

Prilike na kojima bi u nastupajućem razdoblju valjalo kapitalizirati odnose se ponajviše na raspoloživost različitih EU programa/fondova, a što uvelike valja povezivati s artikulacijom dugoročne vizije razvoja obiteljskog smještaja, kao i različite ciljno usmjerene (financijske) poticaje usmjerene na uspostavu cijelog niza javno-privatnih i privatno-privatnih suradnji lokalnog/regionalnog karaktera. S druge strane, osim nedovoljno transparentnog poslovnog okruženja, negativnog stava izvršne vlasti prema razvoju privatnog smještaja, ključnu prijetnju razvoju obiteljskog smještaja, osobito u uvjetima produljene recesije, predstavljaju niska razina poslovnog optimizma te rast nepovjerenja privatnih poduzetnika prema ulaganjima u turizam.

- **Ljudski potencijali i tržište rada**

Iako ključnu snagu u ovoj sferi predstavlja individualni pristup gostu, 'toplina' i gostoljubivost, slabosti na koje posebno valja ukazati odnose se na manjak stručno osposobljenog i/ili turistički obrazovanog kadra te, s tim povezanu, nedovoljnu upućenost u potrebu provjere ekonomske isplativosti vlastite poduzetničke ideje. Problem svakako predstavlja i jako izraženo 'svaštarenje' – nedostatak volje da se obiteljski smještaj pretvori u glavni izvor prihoda.

Prilika na kojoj bi valjalo kapitalizirati odnosi se na ponajviše na raspoloživost EU fondova u kontekstu podizanja razine stručne osposobljenosti pružatelja usluga obiteljskog smještaja. S druge strane, posebno valja ukazati na činjenicu da unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja može biti ozbiljno ugroženo nepovoljnim demografskim kretanjima u brojnim hrvatskim destinacijama. Osim starenja populacije, posebno valja ukazati na opasnost od tzv. bijele kuge'.



- **Komunikacija s tržištem**

Osim rastuće uloge TZ u komercijalizaciji obiteljskog smještaja, osobito kroz korištenje on-line booking platformi, snagu predstavlja i dobra poslovna praksa udruga Kvarner family (Kvarner) i Domus bonus (Istra). S druge strane, neovisno o djelovanju ovih udruga, temeljna slabost u komunikaciji s tržištem odnosi se još uvijek na nedostatak prepoznatljivog brenda i nedostatku osmišljenog sustava bredniranja obiteljskog smještaja na nacionalnoj razini

Osim dugoročno izuzetno povoljnih trendova na strani potražnje, prilike na kojima bi valjalo kapitalizirati odnose se ponajviše na unapređivanje postojeće razine promocije i komercijalizacije ponude kroz direktni marketing, nišni marketing i on-line komunikaciju. Istodobno, potencijalnu prijetnju razvoju obiteljskog smještaja može predstavljati kako nemogućnost uspostave cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti, ali i zadržavanje imidža jeftine ljetne 'sunce i more' destinacije.

- **Organizacija, upravljanje i poticanje razvoja obiteljskog smještaja**

Kad je riječ o institucionalnoj podršci razvoju obiteljskog smještaja u nas, osim jasno definiranog zakonodavnog okvira i sve izraženije uloge TZ u posredovanju pri komercijalizaciji obiteljskog smještaja, posebno valja pozdraviti djelovanje Nacionalne udruge obiteljskog smještaja pri HGK kao i primjere dobre prakse kroz projekte 'Kvarner family' i 'Domus bonus'. Dobru okolnost zasigurno predstavlja i proaktivan odnos i selektivno poticanje razvoja obiteljskog smještaja kroz preferencijalno kreditiranje, pri čemu je potrebno postrožiti kriterije za dodjelu takvih kredita.

Ključni nedostatak odnosi se na nepostojanje jasno artikulirane vizije razvoja obiteljskog smještaja na nacionalnoj, ali i regionalnoj razini. Tome valja pridodati i nejasan sustav upravljanja kvalitetom, posebno u kontekstu nepostojanja profesionalno vođenih regionalnih i/ili lokalnih udruga obiteljskog smještaja na najvećem dijelu hrvatskog teritorija.

Prilike na kojima valja kapitalizirati odnose se ponajviše na artikulaciju dugoročne razvojne vizije, uspostavu jasnih prostorno-planskih odrednica nove gradnje kao i primjenu dobrih međunarodnih iskustava u razvoju obiteljskog smještaja. S druge strane, pod uvjetom da je problem 'divlje gradnje, zauvijek riješen, opasnosti na koje valja obratiti posebnu pozornost odnose se na nedovoljno kontroliranu izgradnju novih kuća za odmor i/ili bezličnu apartmanizaciju.

Detaljniji uvid u SWOT analizu obiteljskog smještaja pruža tablica 5.1.

**Tablica 5.1. SWOT analiza obiteljskog smještaja RH**

| Snage  | Slabosti  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rast obujma ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu</li> <li>• Rast kvalitete ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu</li> <li>• Povećana raznolikost ponude pratećih uslužnih djelatnosti u turizmu</li> <li>• Udruživanje ponuđača usluga kroz sustav HGK</li> <li>• Dobra vrijednost za novac</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatak koncepta razvoja SME u turizmu</li> <li>• Nedostatak vertikalne i horizontalne suradnje pružatelja usluga</li> <li>• Izražena sezonalnost poslovanja</li> <li>• Zakonska (pre/ne)normiranost /institucionalni okvir</li> <li>• Međuresorna suradnja i koordinacija aktivnosti</li> <li>• Nedostatan sustav financijskog poticanja</li> <li>• Kreditne institucije nedovoljno prate razvoj SME u turizmu</li> <li>• Niska razina poslovnog optimizma/negativna poslovna klima</li> <li>• Manjak stručno osposobljenog i/ili turistički obrazovanog kadra</li> <li>• Neadekvatna promocija</li> <li>• Nedostatak prepoznatljivih brendova/ proizvoda</li> </ul> |
| Prilike  | Prijetnje   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dugoročno povoljna kretanja potražnje</li> <li>• Sve izrazitija segmentacija potražnje</li> <li>• Razvoj turizma u ruralnom okružju                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj cikloturizma</li> <li>• Razvoj 'soft adventure' turizma</li> <li>• Rastući interes za proizvodima "kulture života i rada"</li> </ul> </li> <li>• Raspoloživost EU fondova/programa za razvoj SME</li> <li>• E-marketing</li> <li>• Privatno-privatna i javno-privatna suradnja</li> <li>• Razvijena svijest o ekonomskom potencijalu SME u turizmu</li> <li>• Rastući interes lokalnog stanovništva za samozapošljavanjem</li> <li>• Paketiranje složenih turističkih proizvoda kroz DMK</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Netransparentno poslovno okružje</li> <li>• Gubitak interesa za obiteljskim poduzetništvom</li> <li>• Imidž jeftine ljetne 'sunce i more' turističke destinacije</li> </ul>  |

## 6. Ekspertna ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja RH

Konkurentnost obiteljskog smještaja RH može se promatrati u užem i širem (destinacijskom) smislu. U prvom slučaju, riječ je isključivo o procjeni kvalitativnih značajki smještajne ponude, dok je u drugom slučaju riječ o sagledavanju različitih elemenata destinacijske turističke ponude koji bitno utječu na ukupni doživljaj i kvalitetu odmora. U tom smislu, posebno valja voditi računa, primjerice, o (i) kvaliteti resursno-atraksijske osnove, (ii) stanju komunalne infrastrukture, (iii) kvaliteti ponude hrane i pića, (iv) kvaliteti turističke suprastrukture i sl.

U skladu s prethodnim naznakama, a s namjerom da se što je moguće objektivnije utvrdi današnja konkurentna pozicija obiteljskog smještaja u nas, potrebno je, u prvom koraku, definirati kako ključne činitelje uspjeha konkurentnosti obiteljskog smještaja u užem i širem smislu da bi se, potom, u drugom koraku, moglo pristupiti ocjeni konkurentne sposobnosti obiteljskog smještaja u nas na temelju kvalitativnog vrednovanja dostignutog stupnja razvijenosti svakog od prethodno definiranih ključnih činitelja uspjeha.

U metodološkom smislu, gore izneseni pristup implicira da se konkurentnost obiteljskog smještaja RH ne ocjenjuje u odnosu na druge (potencijalno konkurentne) turističke destinacije, već u odnosu na idealno stanje ponude kojem valja težiti. Naime, pod pretpostavkom da su svi ključni činitelji uspjeha o kojima ovisi konkurentnost obiteljskog smještaja dostigli najvišu razinu, tada bi se moglo zaključiti da je ovaj vid smještajne ponude u nas dostigao maksimalnu konkurentnost, uslijed čega bi bio superioran svim onim turističkim destinacijama kod kojih pojedini činitelji uspjeha još uvijek nisu dostigli najvišu razinu.

Kao relevantna područja koja direktno i/ili indirektno doprinose kvaliteti, a time i konkurentnosti obiteljskog smještaja RH posebno su razmatrana sljedeća:

- Smještajni kapaciteti
- Usluge hrane i pića u destinaciji
- Resursno-atraksijska osnova
- Komunalna infrastruktura
- Turistička suprastruktura
- Marketing, promidžba i sustav informiranja turista
- Ljudski potencijali
- Društveno i poslovno okruženje
- Organizacija, upravljanje i poticanje turističkog razvitka

Ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja RH na temelju gore iznesenih pretpostavki izvedena je od strane izabranih stručnjaka Instituta za turizam s dobrim poznavanjem problematike. Pritom je svaki od navedenih ključnih činitelja uspjeha ocjenjivan od 1 (loše) do 6 (odlično), nakon čega su ocjene po pojedinim područjima zbrojene i podijeljene s brojem ključnih činitelja uspjeha kako bi se dobila srednja ocjena.

Ekspertna ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja u užem smislu (prosječna ocjena 3.38), kao i ocjena njegove konkurentnosti u širem smislu (prosječna ocjena 3,47) ukazuju na potrebu značajnih unapređenja. Istodobno, nikako nije dobra činjenica da je konkurentnost ponude obiteljskog smještaja niža od konkurentnosti okruženja. Isto tako, analiza pokazuje da najveći kvalitativni iskorak u ponudi obiteljskog smještaja valja učiniti u kvaliteti soba za iznajmljivanje, ponudi dodatnih usluga u smještajnim objektima, ako i na planu informiranja gosta o mogućnostima destinacije.

**Tablica 6.1. Ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja RH**

| Elementi konkurentnosti |   | Jako loše=1, izvrsno=6 |          |          |          |          |          |
|-------------------------|---|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>A</b>                | <b>Smještajni kapaciteti</b>  | <b>1</b>               | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 1                       | Izgled, urednost i opći dojam kuća za odmor                               |                        |          |          | ■        | ■        |          |
| 2                       | Izgled, urednost i opći dojam apartmanskih objekata                       |                        |          | ■        |          |          |          |
| 3                       | Izgled, urednost i opći dojam obiteljskih objekata s apartmanima/sobama   |                        |          |          | ■        |          |          |
| 4                       | Izgled, urednost i opći dojam kampova                                     |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 5                       | Kvaliteta smještaja - kuće za odmor                                       |                        |          |          |          | ■        |          |
| 6                       | Kvaliteta smještaja - apartmani/studio apartmani                          |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 7                       | Kvaliteta smještaja - sobe  |                        | ■        | ■        |          |          |          |
| 8                       | Kvaliteta smještaja - kampovi   |                        |          | ■        |          |          |          |
| 9                       | Ponuda dodatnih usluga u smještajnim objektima                            |                        | ■        |          |          |          |          |
| 10                      | Kvaliteta usluživanja u smještajnim objektima                             |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 11                      | Gostoljubivost osoblja u smještajnim objektima                            |                        |          |          | ■        |          |          |
| 12                      | Pružanje informacija i organizacija boravka gosta (usluge 'conciierge-a') |                        | ■        |          |          |          |          |
| <b>B</b>                | <b>Usluge hrane i pića u destinaciji</b>                                  | <b>1</b>               | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 13                      | Raspoloživost objekata hrane i pića u destinaciji                         |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 14                      | Raznolikost i originalnost ponude   |                        | ■        | ■        |          |          |          |
| 15                      | Kvaliteta hrane   |                        |          |          | ■        | ■        |          |
| 16                      | Autentičnost ponude   |                        |          | ■        |          |          |          |
| 17                      | Korištenje lokalno proizvedene hrane                                      |                        |          |          | ■        |          |          |
| 18                      | Kvaliteta i raznolikost pića  |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| <b>C</b>                | <b>Resursno-atraksijska osnova</b>  | <b>1</b>               | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 29                      | Kvaliteta mora i plaža  |                        |          |          |          | ■        | ■        |
| 30                      | Ljepota krajolika   |                        |          |          |          | ■        |          |
| 31                      | Brojnost i kvaliteta područja pod posebnim režimom zaštite                |                        |          |          | ■        |          |          |
| 32                      | Čistoća   |                        |          |          | ■        |          |          |
| 33                      | Kvaliteta okoliša   |                        |          |          | ■        | ■        |          |
| 34                      | Mir i tišina  |                        |          |          | ■        |          |          |
| 35                      | Urbana opremljenost   |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 36                      | Kvaliteta spomeničke baštine  |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| <b>D</b>                | <b>Komunalna infrastruktura</b>   | <b>1</b>               | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 37                      | Broj zračnih luka   |                        |          | ■        | ■        |          |          |
| 38                      | Kvaliteta prometnica  |                        |          |          | ■        | ■        |          |
| 39                      | Kanalizacija i sustav odvodnje  |                        |          | ■        |          |          |          |
| 40                      | Pokrivenost PTT mrežom  |                        |          |          |          | ■        | ■        |
| 41                      | Vodoopskrba   |                        |          |          | ■        | ■        |          |
| 42                      | Elektroenergetski sustav  |                        |          |          |          | ■        | ■        |
| 43                      | Sustav zaštite od požara  |                        |          | ■        |          |          |          |

**Tablica 6.1. Ocjena konkurentnosti obiteljskog smještaja RH - nastavak**

| <b>E</b> | <b>Turistička suprastruktura</b>                                     | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
|----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 19       | Prisustvo turističkih posrednika u destinaciji                       |          | ■        | ■        |          |          |          |
| 20       | Prisustvo organizatora specijalnih aktivnosti                        |          | ■        |          |          |          |          |
| 21       | Postojanje vinskih i gastro cesta                                    |          |          | ■        | ■        |          |          |
| 22       | Kulturna ponuda (muzeji, kazališta, galerije)                        |          | ■        |          |          |          |          |
| 23       | Postojanje i raznolikost kulturnih manifestacija i događanja         |          | ■        |          |          |          |          |
| 24       | Raspoloživost i brojnost sportsko-rekreacijskih sadržaja             |          |          | ■        |          |          |          |
| 25       | Raspoloživost biciklističkih staza                                   |          |          |          | ■        |          |          |
| 26       | Raspoloživost pješačkih staza  |          |          |          | ■        |          |          |
| 27       | Opremljenost plaža   |          |          |          | ■        |          |          |
| 28       | Trgovine (suveneri/memorabilije, roba široke potrošnje)              |          |          | ■        |          |          |          |
| <b>F</b> | <b>Marketing, promidžba i sustav informiranja turista</b>            | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 44       | Kvaliteta promocije obiteljskog smještaja                            |          | ■        | ■        |          |          |          |
| 45       | Raspoloživost 'on-lin'e booking platforme                            |          |          | ■        |          |          |          |
| 46       | Raspoloživost informacija o obiteljskom smještaju u sustavu TZ       |          |          | ■        |          |          |          |
| 47       | Kvaliteta informacija o obiteljskom smještaju na internetu           |          |          | ■        |          |          |          |
| <b>G</b> | <b>Ljudski potencijali</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 48       | Prijateljski odnos prema gostu                                       |          |          |          | ■        |          |          |
| 49       | Raspoloživost radne snage  |          |          | ■        |          |          |          |
| 50       | Raspoloživost osoba s upravljačkim vještinama (menadžment)           |          | ■        |          |          |          |          |
| 51       | Razina tolerancija domicilnog stanovništva prema turistima           |          |          | ■        | ■        |          |          |
| 52       | Tolerancija domicilnog stanovništva prema promjenama u načinu života |          | ■        |          |          |          |          |
| <b>H</b> | <b>Poslovno okruženje</b>  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> | <b>6</b> |
| 53       | Usklađenost ponude s međunarodnim standardima kvalitete              |          |          |          | ■        |          |          |
| 54       | Kooperacija javnog i privatnog sektora (JPP)                         |          | ■        |          |          |          |          |
| 55       | Umreženost s drugim sektorima gospodarstva                           |          | ■        |          |          |          |          |
| 56       | Posvećenost izvršne vlasti razvoju obiteljskog smještaja             |          | ■        |          |          |          |          |
| 57       | Interes poduzetnika za ulaganje u obiteljski smještaj                |          |          |          | ■        | ■        |          |
| 58       | Vrijednost za novac  |          |          |          | ■        |          |          |
| 59       | Osobna sigurnost   |          |          |          |          | ■        | ■        |

## 7. Smjernice i ciljevi razvoja obiteljskog smještaja RH do 2020. godine

Smjernice i ciljevi razvoja obiteljskog smještaja u nas moraju biti usklađeni s temeljnim načelima razvoja hrvatskog turizma definiranim Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine, ali i odražavati specifičnu razvojnu viziju ovog specifičnog segmenta hrvatske turističke ponude.

### 7.1. Razvojne smjernice obiteljskog smještaja

Poželjan razvoj obiteljskog smještaja RH podrazumijeva sustavnu primjenu sljedećih osam razvojnih načela:

- **Partnerstvo** – s obzirom na to da je obiteljski smještaj samo dio integralnog turističkog proizvoda RH, njegov razvoj podrazumijeva horizontalnu i vertikalnu suradnju s drugim turističkim poduzetnicima na destinacijskoj razini, osobito u kontekstu stvaranja složenih turističkih proizvoda kroz formiranje tematskih i/ili proizvodnih klastera.
- **Institucionalno dereguliranje** – potrebno je znatno liberalizirati i pojednostavniti postojeći pravno-legislativni okvir te tako stvoriti stimulativan i transparentan institucionalni okvir krojen po mjeri malih poduzetnika.
- **Ekološka odgovornost** – radi se prije svega o primjeni suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji i opremanju objekata obiteljskog smještaja (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, energetske učinkoviti sustavi grijanja/hlađenja, korištenje obnovljivih izvora energije), poštivanju prostorno-planskih odrednica, kao i kapacitetu vitalnih infrastrukturnih sustava.
- **Ne samo 'sunce i more'** – objekti obiteljskog smještaja moraju se pojačano usmjeravati prema nizu novih, međunarodno konkurentnih sustava turističkih doživljaja kao što su turizam aktivnosti (cikloturizam, ronilački turizam, pustolovni i sportski turizam) ekoturizam, kreativni turizam, turizam u ruralnom okruženju i sl.
- **Ne samo duž priobalja** – uz unapređenje kvalitete obiteljske ponude u priobalju, znatnu pažnju valja usmjeriti i razvoju obiteljskog smještaja u jadranskom zaleđu, ali i u kontinentalnom prostoru, pri čemu prioritete valja davati područjima koja, zbog značajki resursno-atraktivne osnove i/ili tradicije u turističkom privređivanju, imaju najveće šanse za uspjeh već u kratkom roku.
- **Autentičnost i kreativnost** – uspješno tržišno pozicioniranje obiteljskog smještaja na međunarodnom tržištu podrazumijeva isticanje graditeljske, sociokulturne i/ili proizvodne (doživljajne) autentičnosti, kao i na kreativnosti u razvoju proizvoda.
- **Inovirani tržišni nastup** – u komercijalizaciji obiteljskog smještaja potrebno je naglašavati da je riječ o ponudi/proizvodu koji nudi 'više od ljeta' i 'više od sunca i mora'. Pritom se maksimalno moraju koristiti elektronski mediji, te tehnike direktnog i nišnog marketinga.
- **Kultura kvalitete** – uspješno i dugoročno održivo pozicioniranje obiteljskog smještaja na međunarodnom tržištu podrazumijeva uvođenje jednoobraznih kvalitativnih standarda svih vrsta obiteljskog smještaja, pri čemu naglasak valja staviti na uvođenje obaveznog

licenciranja pojedinih vrsta smještajne ponude, uvođenje certifikacijskih shema i znakova kvalitete, objavljivanje liste najboljih ponuđača i slično.

## 7.2. Vizija razvoja obiteljskog smještaja RH

Vizija razvoja obiteljskog smještaja RH temelji se na sustavu vrijednosti kojim se odgovara na tri bitna pitanja: (i) kakav bi obiteljski smještaj u nas trebao biti, (ii) koji su ključni preduvjeti razvoja obiteljskog smještaja u nas, te (iii) čime će obiteljski smještaj RH privlačiti potražnju.

**Slika 7.2.1. Temeljne odrednice razvojne vizije obiteljskog smještaja RH**



U skladu s gornjim odrednicama, razvojna vizija obiteljskog smještaja RH do 2020. godine glasi:

**Obiteljski smještaj RH je u 2020. godini međunarodno prepoznatljiv i poželjan turistički proizvod, maksimalno usuglašen s načelima 'zelenog' turizma te namijenjen ponajviše ciljanim 'lifestyle' tržišnim nišama tijekom većeg dijela godine.**

**Uz maksimalnu posvećenost kulturi kvalitete i ispunjavanju želja/potreba svojih gostiju, obiteljski je smještaj RH sinonim za gostoljublju, domaćinski ugođaj i autentičnost turističkog doživlja.**

## 7.3. Strateški ciljevi razvoja obiteljskog smještaja RH

U skladu s odrednicama Strategije razvoja turizma RH do 2020. godine, a vodeći računa ne samo o njegovoj današnjoj zastupljenosti u strukturi smještajne ponude i potrebi kontrole njegova daljnjeg rasta, već i o globalno relevantnim trendovima u turističkoj potražnji, ključni cilj razvoja

obiteljskog smještaja je udvostručenje današnje razine prosječne potrošnje po noćenju (s 20 na 40 eura prosječno po noćenju po osobi).

Taj će se temeljni razvojni cilj ostvariti kroz sustavno:

- (i) unapređivanje međunarodne prepoznatljivosti i poželjnosti ponude obiteljskog smještaja kroz tematiziranje, razvoj brenda, certificiranje i licenciranje, njegovanje kulture kvalitete, kao i unaprijeđenu komunikaciju s ciljnim tržišnim nišama;
- (ii) poticanje regionalnog udruživanja istovrsnih vrsta obiteljskog smještaja (regionalni tematski klasteri i/ili udruge) ponajviše u cilju međusobno usuglašenog tržišnog nastupa i efikasnog sustava komercijalizacije bilo preko destinacijskih portala, bilo preko specijaliziranih turističkih agencija, bilo preko specijaliziranih internet portala;
- (iii) usmjeravanje kapaciteta obiteljskog smještaja prema tri temeljna oblika ponude – obiteljskom pansionu/'bed & breakfast' objektu i difuznom hotelu. Pri tom se obiteljski pansion/'bed & breakfast' objekti mogu smatrati prijelaznim oblikom ponude prema malom obiteljskom hotelu;
- (iv) umrežavanje s drugim pružateljima turističkih usluga na destinacijskoj razini u cilju kreiranja cijelog niza 'po mjeri krojenih' složenih turističkih proizvoda;
- (v) unapređivanje sustava za tržište spremnih turističkih proizvoda/sustava doživljaja pogodnih za 'konzumiranje' i izvan glavne ljetne sezone;
- (vi) produljivanje broja dana pune zauzetosti kapaciteta; kao i
- (vii) povećanje razine stručne osposobljenosti pružatelja usluga obiteljskog smještaja, kako na području planiranja/tržišne provjere validnosti poduzetničke aktivnosti, tako i na planu različitih aspekata dnevno-operativnog poslovanja.

#### **7.4. Poslovno upravljački model**

Prerastanje objekata malog obiteljskog smještaja u međunarodno prepoznatljivu osobitost i efikasno sredstvo konkurentske diferencijacije hrvatskog turističkog proizvoda u odnosu na zemlje relevantnog konkurentskog kruga pretpostavlja uspostavu prikladnog poslovno-upravljačkog modela koji bi stimulirao male obiteljske poduzetnike na usmjeravanje prema kvaliteti, a destimulirao nedostatak kvalitete. U tom smislu, posebno valja ukazati na činjenicu da bi prikladan poslovno-upravljački model trebao proaktivno poticati isključivo: (i) usmjeravanje kapaciteta obiteljskog smještaja prema tri temeljna oblika ponude – obiteljskom pansionu, 'bed & breakfast' objektu i difuznom hotelu, (ii) tematsku specijalizaciju, odnosno (iii) vertikalno umrežavanje s pružateljima cijelog niza drugih, izvansmještajnih, usluga na destinacijskoj razini. Poticanje razvoja obiteljskog smještaja sukladno gore iznesenim načelima predstavlja temeljni preduvjet za formiranje kako tematskih/proizvodnih klastera na destinacijskoj, ali i regionalnoj i nacionalnoj razini, tako i za stvaranje prepoznatljivih regionalnih brendova obiteljskog smještaja. Nadalje, takvo je poticanje i bitan preduvjet za znatno proširenje i produbljivanje destinacijskih lanaca vrijednosti, a time i mogućnosti za zadovoljavanje sve individualiziranih potreba suvremenih turista.



Kad je riječ o usmjeravanju postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja prema obiteljskom pansionu, 'bed & breakfast' objektu i/ili difuznom hotelu, aktivnosti i djelovanje Zajednice obiteljskog smještaja i turizama pri HGK, kako na nacionalnoj, tako i na regionalnoj/lokalnoj razini trebale bi biti usmjeravane upravo u tom smjeru. Naime, neovisno o činjenici što će se pojedinačni iznajmljivači u određenoj mjeri i dalje oslanjati uglavnom na financijske programe HBOR-a i selektivne poticaje MINT-a, aktivnosti Zajednice obiteljskog smještaja i turizama na nacionalnoj i regionalnoj/lokalnoj razini trebale bi se fokusirati ponajviše na povlačenje sredstava raspoloživi EU programa/fondova i njihovo korištenje u cilju ubrzane transformacije dovoljno kvalitetnih objekata obiteljskog smještaja u tematizirane obiteljske pansioni i 'bed & breakfast' objekte te difuzne hotele, ali i u razvoj destinacijskog lanca vrijednosti po dubini/vertikali.

Za razliku od obiteljskih pansiona i 'bed & breakfast' objekata u kojima bi vlasnici/iznajmljivači živjeli pod istim krovom s gostima (turistima), pri čemu bi, uz osnovnu uslugu smještaja, a ponekad i doručka/polupansiona/pansiona, preuzimali na sebe i ulogu destinacijskih concierge-a, preporučujući svakom od svojih gostiju što u destinaciji treba vidjeti/posjetiti/doživjeti, gdje se valja hraniti, odnosno na koje izlete valja ići, iznajmljivači kvalitetnih objekata obiteljskog smještaja (apartmani, kuće za odmor) koji ne žele/ne mogu obitavati pod istim krovom s gostima (turistima) tijekom njihovog boravka u destinaciji, trebali bi se tržišno pozicionirati kroz određen broj (destinacijskih) difuznih hotela. Drugim riječima, difuzni hotel podrazumijeva zajedničku, centraliziranu, sustavno provođenu i efikasnu tržišnu komercijalizaciju cijelog niza destinacijskih smještajnih jedinica ujednačene kvalitete, a što podrazumijeva zajedničku recepciju. U poslovno-upravljačkom smislu, riječ je o uslužnim trgovačkim društvima (agencijama/turističkim posrednicima) bez smještajne ponude koje iz jednog mjesta (centralna recepcija) i za određenu cijenu (fiksni godišnji iznos ili udio u ostvarenom prihodu od najma svakog pojedinog objekta) posreduju u komercijalizaciji objekata obiteljskog smještaja na način i uz uvjete prihvatljiv svakom od vlasnika smještajnih jedinica.

Konačno, velike samostojeće objekte 'obiteljskog smještaja' u kojima broj apartmanskih jedinica prelazi zakonski minimum (10 jedinica, 20 stalnih kreveta), a neovisno jesu li apartmanske jedinice u vlasništvu pravne osobe, ili su u vlasništvu većeg broja fizičkih osoba - članova iste obitelji, valjalo bi odmah izuzeti iz preferencijalnog sustava poreznog opterećenja koje vrijedi za iznajmljivače obiteljskog smještaja.

## 8. Ključne mjere/aktivnosti u razvoju obiteljskog smještaja

Polazeći od prethodno definiranih razvojnih načela i vizije razvoja obiteljskog smještaja do 2020. godine, a u želji da se budući razvoj ovog oblika smještajne ponude u nas u znatnoj mjeri osloni na raspoloživa financijska sredstva različitih EU fondova/programa, prijedlog ključnih mjera/aktivnosti u cilju ne samo unapređivanja i ujednačavanja kvalitete, već i sadržajnog profiliranja, tematizacije/specijalizacije smještajnih objekata maksimalno korespondira s ključnim inicijativama (tzv. 'flagship initiatives'), odnosno razvojnim prioritetima i ključnim polugama EU politike u sferi turizma. U tom smislu, predložene mjere/aktivnosti usmjerene su na:

- Uspostavljanje poticajnog institucionalnog okvira;
- Unapređenje međunarodne percepcije Hrvatske kao turističke destinacije;
- Proizvodnu diferencijaciju i unapređenje kvalitete turističkog proizvoda;
- Promoviranje inovativnih informacijskih i komunikacijskih tehnologija;
- Unapređenje vještina;
- Podizanje institucionalnog kapaciteta;
- Povećavanje razumijevanje važnosti turizma i turističkog privređivanja, osobito u sferi obiteljskog smještaja za nacionalno gospodarstvo; kao i
- Maksimiranje učinaka korištenja EU programa/fondova u turizmu.

U skladu s prethodnim naznakama, prijedlog mjera/aktivnosti u cilju unapređenja kvalitete obiteljskog smještaja u nas organiziran je u osam programa agregiranih u tri veća tematska područja i to:

| Područja djelovanja   |                         |  |
|-----------------------|-------------------------|--|
| INSTITUCIONALNI OKVIR | PROZVOD                 | PODIZANJE VJEŠTINA/<br>CAPACITY BUILDING |
| Programi              |                         |  |
| Naglasiti posebnosti  | All year round          | Još uvijek učimo/možemo bolje            |
| Krenimo zajedno       | Nešto posebno           | I mi se mijenjamo                        |
| Informacije za sve    | Kvaliteta svuda oko nas |  |

Detalniji opis svakog od programa prikazan je u nastavku:

| <b>Program 1. NAGLASI POSEBNOSTI</b> |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>Područje djelovanja</b>           | Institucionalni okvir  |
| <b>Cilj programa</b>                 | Deregulacija zakonskog okvira / Stvaranje poticajne poduzetničke klime   |
| <b>Aktivnosti</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza najbolje prakse (Austrija, Italija, Velika Britanija, Španjolska)</li> <li>Izmjene i dopune Pravilnika o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 88/07, 58/08 i 45/09) - izmjene i dopune (minimalni uvjeti, kriteriji kategorizacije)</li> <li>Izmjene i dopune Zakona o zaštiti okoliša (NN 110/07) i Zakon o fondu za zaštitu okoliša i energetske učinkovitosti (NN 107/03) - poticati okolišno odgovornu praksu u OS - "zeleni turizam"</li> <li>Izmjene i dopune Zakona o boravišnoj pristojbi TZ - izmjene i dopune (uvesti TIS - turistički informacijski sustav e-prijave/e-odjave gostiju, e-naplata BP ...)</li> <li>Usklađivanje Zakona o poljoprivrednom zemljištu, Zakona o prostornom uređenju i gradnji i Zakona o hrani sa Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, Zakonom o pružanju usluga u turizmu i Pravilnikom o pružanju usluga u seljačkom domaćinstvu – osiguranje prihvatljivog i jednoznačnog okvira za poslovanje u agroturizmu</li> <li>Smanjivanje parafiskalnih davanja</li> <li>Rješavanje različitih otvorenih pitanja kao što je, primjerice, ažuriranje zemljišnih knjiga/katastra, poslovanje na pomorskom dobru, zaštita ulagača, učinkovitost pravosuđa i sl.</li> <li>Informiranje javnosti</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>           | Ministarstvo turizma   |
| <b>Ostali dionici</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>Ministarstvo zaštite okoliše i prirode</li> <li>Ministarstvo poljoprivrede</li> <li>Ministarstvo financija</li> </ul>  |
| <b>Očekivani učinci</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Jačanje poduzetničkog interesa u sferi obiteljskog smještaja</li> <li>Uvažavanje posebnosti obiteljskog smještaja kao posebnog oblika turističke aktivnosti</li> <li>Profesionalizacija obiteljskog smještaja</li> <li>Povećanje samozapošljavanja i socijalne uključenosti</li> <li>Povećanje kvalitete usluge obiteljskog smještaja</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>             | 4.000.000 kuna   |
| <b>Izvori financiranja</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>Sredstva strukturnih fondova EU: European Social Fund/European Regional Development Fund</li> <li>Programme for Social Change and Innovation</li> </ul>  |
| <b>Provedbeni koraci</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Uspostava ekspertne grupe za deregulaciju i međuresorno usklađivanje zakonodavstva i imenovanje njegovih članova/članica</li> <li>Analiza dobre poslovne prakse (Austrija, Italija, Velika Britanija, Španjolska)</li> <li>Prijedlog zakonske deregulacije/usklađivanja</li> <li>Fino podešavanje prijedloga</li> <li>Usvajanje novih zakonskih rješenja</li> </ul>   |
| <b>Vremenska dinamika</b>            | 2014. nadalje, kontinuirano  |

| <b>Program 2. KRENIMO ZAJEDNO</b> |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Područje djelovanja</b>        | Institucionalni okvir  |
| <b>Cilj programa</b>              | Proširenje sadržaja i povećanje kvalitete ponude   |
| <b>Aktivnosti</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostaviti sustav bespovratnih potpora klasterima za pripremu dokumentacije i/ili sufinanciranje projekata za EU fondove</li> <li>• Osigurati sredstva za financiranje projekata proširenja sadržaja i povećanja kvalitete ponude iz EU strukturnih fondova</li> <li>• Uspostaviti programe kreditiranja HBOR-a za obiteljski smještaj za poticanje prepoznatljivih standarda kvalitete, širenje ponude dodatnih sadržaja, udruživanje u difuzne hotele i sl.</li> <li>• Uspostaviti jamstvene programe HAMAG-a za razvoj obiteljskog smještaja (cilj: praćenje programa kreditiranja HBOR-a i drugih financijskih institucija)</li> <li>• Uspostaviti bespovratne potpore MINT za tradicijski motivirane projekte</li> <li>• Uspostaviti središnju instituciju (venture capital fond) za start-up projekte te projekte prenamjene objekata obiteljskog smještaja u male obiteljske hotele/pansione</li> <li>• Public i stake holder awareness programi</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>        | Ministarstvo turizma   |
| <b>Ostali dionici</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>• HBOR / HAMAG</li> <li>• udruge</li> </ul>  |
| <b>Očekivani učinci</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jačanje poduzetničkog interesa u sferi obiteljskog smještaja i profesionalizacija</li> <li>• Povećanje kvalitete usluge obiteljskog smještaja</li> <li>• Proizvodna diverzifikacija i specijalizacija obiteljskog smještaja</li> <li>• Povećanje samozapošljavanja i socijalne uključenosti</li> <li>• Obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti i produljenje sezone</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>          | 760.000.000 kuna   |
| <b>Izvori financiranja</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturnih fondova EU: European Social Fund/European Regional Development Fund</li> <li>• Programme for Social Change and Innovation</li> <li>• European Agriculture and Rural Development Fund</li> </ul>   |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preduvjeta</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritetnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Definiranje kriterija i uspostava programa poticanja/potpore/kreditiranja projekata (uvjeti, dokumentacija, objektivna provjera kvalitete projekta, način odobravanja potpore/poticaaja/kreditiranja/jamstva) te provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječaju/ima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije i provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul>  |
| <b>Vremenska dinamika</b>         | 2014. nadalje, kontinuirano  |

| <b>Program 3. INFORMACIJE ZA SVE</b> |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>Područje djelovanja</b>           | Institucionalni okvir  |
| <b>Cilj programa</b>                 | Inovativno korištenje informacijsko komunikacijske tehnologije (ICT)   |
| <b>Aktivnosti</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informiranje i/ili izravno savjetovanje poduzetnika u malom obiteljskom hotelijerstvu ('one stop shop' na regionalnoj razini)</li> <li>• Uspostava zajedničkih standarda podataka i ustroj središnje baze podataka o poslovanju i obilježjima potražnje objekata obiteljskog smještaja u zemljama EU/Mediterrana (npr. periodično istraživanje stavova i zadovoljstva gostiju obiteljskog smještaja)</li> <li>• Međunarodni - regionalni centar za konkurentnost obiteljskog smještaja</li> <li>• Informiranje potencijalnih korisnika</li> </ul>                           |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>           | Ministarstvo turizma   |
| <b>Ostali dionici</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>• Državni zavod za statistiku</li> <li>• HGK</li> <li>• struka</li> </ul>  |
| <b>Očekivani učinci</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jačanje poduzetničkog interesa u sferi obiteljskog smještaja</li> <li>• Uvažavanje posebnosti obiteljskog smještaja kao posebnog oblika turističke aktivnosti</li> <li>• Korištenje najbolje europske prakse u poslovanju obiteljskog smještaja</li> <li>• Smanjenje rizika pogrešnih poslovnih odluka</li> <li>• Povećanje samozapošljavanja i socijalne uključenosti</li> <li>• Povećanje kvalitete usluge obiteljskog smještaja</li> </ul>   |
| <b>Potrebna sredstva</b>             | 50.000.000 kuna (uključujući i sredstva ovog programa za malo obiteljsko hotelijerstvo te malo i srednje poduzetništvo u turizmu)  |
| <b>Izvori financiranja</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturnih fondova EU: European Social Fund/European Regional Development Fund</li> <li>• European Statistical Programme</li> <li>• Programme for Social Change and Innovation</li> </ul>  |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preuvjeta za realizaciju programa</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječaju/ima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul> |
| <b>Vremenska dinamika</b>            | 2015. -2017.   |

| <b>Program 4. ALL YEAR ROUND</b> |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Područje djelovanja</b>       | Proizvodna diferencijacija i unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja  |
| <b>Cilj programa</b>             | Produljenje sezone i povećanje zadovoljstva turista   |
| <b>Aktivnosti</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poticanje klsterskog udruživanja (financijsko, organizacijsko, kadrovsko) pružatelja usluga obiteljskog smještaja na regionalnoj i/ili tematskoj razini (obiteljski odmor, vino, gastronomija, aktivnosti, kultura života i rada...) te razvoj primjerenih poslovno-upravljačkih modela i kontrolnih mehanizama</li> <li>• Poticanje javno-privatnih i privatno-privatnih partnerstva (suradnji) u funkciji stvaranja i komercijalizacije većeg broja složenih turističkih proizvoda u destinaciji</li> <li>• Uspostavljanje on-line marketinga orijentiranog prema kupcu te izgradnja jedinstvenog on-line aktivnog rezervacijskog/prodajnog sustava za obiteljski smještaj (katalog iznajmljivača, specijalizacija, vertikalno pakiranje usluga) u okviru sustava TZ/DMO i/ili klastera</li> <li>• Public i stake holder awareness programi</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>       | Ministarstvo turizma  |
| <b>Ostali dionici</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>• HGK</li> <li>• udruge</li> <li>• struka</li> </ul>  |
| <b>Očekivani učinci</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Korištenje najbolje europske prakse u komercijalizaciji objekata obiteljskog smještaja</li> <li>• Produljenje sezone</li> <li>• Unapređenje destinacijskog lanca vrijednosti</li> <li>• Povećanje prosječne potrošnje turista</li> <li>• Povećanje zadovoljstva boravkom</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>         | 10.000.000 kuna   |
| <b>Izvori financiranja</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturnih fondova EU: European Regional Development Fund</li> <li>• COSME</li> <li>• European Agriculture and Rural Development Fund</li> </ul>  |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preduvjeta za realizaciju programa</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioriternim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječajima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul>   |
| <b>Vremenska dinamika</b>        | 2014. -2016.  |

| <b>Program 5. NEŠTO POSEBNO</b> |   |
|---------------------------------|---|
| <b>Područje djelovanja</b>      | Proizvodna diferencijacija i unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja  |
| <b>Cilj programa</b>            | Proširenje destinacijskog sustava doživljaja  |
| <b>Aktivnosti</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poticanje razvoja destinacijske infra i suprastrukture u sferi 'activity based' turističkih doživljaja (cikloturizam, ronjenje, kayaking, trekking, windsurfing ...)</li> <li>• Poticanje razvoja destinacijske infra i suprastrukture u sferi eko turizma</li> <li>• Poticanje razvoja destinacijske infra i suprastrukture u sferi turizma u ruralnom okruženju</li> <li>• Poticanje razvoja destinacijske infra i suprastrukture u sferi eno-gastro turizma</li> <li>• Poticanje razvoja destinacijske infra i suprastrukture u sferi kreativnog turizma</li> <li>• Informiranje korisnika i zajedničke promotivne aktivnosti (vodeći inozemni blogeri, studijska putovanja novinara...)</li> <li>• Public i stake holder awareness programi</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>      | Ministarstvo turizma  |
| <b>Ostali dionici</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Sustav TZ</li> <li>• HGK</li> <li>• udruge</li> <li>• struka</li> </ul>   |
| <b>Očekivani učinci</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unapređenje destinacijskog lanca vrijednosti</li> <li>• Produljenje sezone</li> <li>• Povećanje prosječne potrošnje turista</li> <li>• Povećanje zadovoljstva boravkom</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>        | 300.000.000 kuna  |
| <b>Izvori financiranja</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturnih fondova EU: European Regional Development Fund</li> <li>• European Maritime and Fisheries Fund</li> <li>• LIFE+</li> <li>• COSME</li> <li>• European Agriculture and Rural Development Fund</li> </ul>   |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preduvjeta za realizaciju programa</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječajima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul>   |
| <b>Vremenska dinamika</b>       | 2014. nadalje, kontinuirano   |

| <b>Program 6. KVALITETA SVUDA OKO NAS</b> |   |
|---|---|
| <b>Područje djelovanja</b>                | Proizvodna diferencijacija i unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja  |
| <b>Cilj programa</b>                      | Integrirani sustav kvalitete u destinaciji  |
| <b>Aktivnosti</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Razraditi i uvesti kriterije izvrsnosti i kvalitete ponude obiteljskog smještaja i poticati inovativne sadržaje</li> <li>• Uvesti strukovnu kategorizaciju sukladno potrebama tržišta kao i oznaku kvalitete i posebnih standarda</li> <li>• Tematiziranje i specijalizacija kroz certificiranje</li> <li>• Uspostaviti godišnji sustav ocjenjivanja i nagrađivanja iznajmljivača (tajni posjetitelj)</li> <li>• Destinacijski public i stake holder awareness programi</li> </ul>   |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>                | Ministarstvo turizma  |
| <b>Ostali dionici</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Sustav TZ</li> <li>• HGK i HOK</li> <li>• udruge</li> <li>• struka</li> </ul>   |
| <b>Očekivani učinci</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećanje kvalitete obiteljskog smještaja</li> <li>• Diversifikacija/tematiziranje ponude obiteljskog smještaja</li> <li>• Povećanje međunarodne prepoznatljivosti i poželjnosti obiteljskog smještaja</li> <li>• Povećanje prosječne potrošnje turista</li> <li>• Povećanje zadovoljstva boravkom</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>                  | 38.000.000 kuna   |
| <b>Izvori financiranja</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturnih fondova EU: European Regional Development Fund</li> <li>• COSME</li> </ul>   |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preduvjeta za realizaciju programa</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječajima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul> |
| <b>Vremenska dinamika</b>                 | 2014. – 2016.   |



| <b>Program 7. JOŠ UVIJEK UČIMO/MOŽEMO BOLJE</b> |   |
|---|---|
| <b>Područje djelovanja</b>                      | Podizanje vještina/ 'Capacity building'   |
| <b>Cilj programa</b>                            | Unapređenje poduzetničkih vještina i kvalitete usluga   |
| <b>Aktivnosti</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Osposobljavanje trenera za edukaciju iznajmljivača prema bitnim područjima djelovanja i to kako u fazi pripreme projektne dokumentacije (tržišna i financijska održivost projekta, energetska učinkovitost, EU fondovi, klstersko udruživanje i sl.), tako i u fazi operativnog poslovanja (primjeri EU najbolje prakse na području tržišnog pozicioniranja, brendiranja, prodaje, financijskog poslovanja, usluživanja gostiju – hrana i piće, recepcija, domaćinstvo, održavanje i sl.)</li> <li>Tematska edukacija iznajmljivača prema bitnim područjima (razvoj projekta, energetska učinkovitost, operativno poslovanje, EU fondovi, brendiranje, klstersko udruživanje, primjeri EU najbolje prakse i sl.)</li> <li>Osnivanje nekoliko regionalnih centara (praktikuma) za 'hands on' obuku obiteljskih iznajmljivača</li> <li>Destinacijski public i stake holder awareness programi</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>                      | Ministarstvo turizma  |
| <b>Ostali dionici</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>Ministarstvo poljoprivrede</li> <li>Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta</li> <li>HGK i HOK, udruge</li> <li>struka</li> </ul>   |
| <b>Očekivani učinci</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Povećanje kvalitete obiteljskog smještaja</li> <li>Diversifikacija/tematiziranje ponude obiteljskog smještaja</li> <li>Povećanje međunarodne prepoznatljivosti i poželjnosti obiteljskog smještaja</li> <li>Povećanje prosječne potrošnje turista</li> <li>Povećanje zadovoljstva boravkom</li> </ul>  |
| <b>Potrebna sredstva</b>                        | 76.000.000 kuna   |
| <b>Izvori financiranja</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>Sredstva strukturnih fondova EU: European Social Fund/European Regional Development Fund</li> <li>HORIZON 2020</li> <li>Programme for Social Change and Innovation</li> </ul>   |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Uspostava organizacijskih preduvjeta za realizaciju programa</li> <li>Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječajima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>Kontrola i monitoring</li> </ul>   |
| <b>Vremenska dinamika</b>                       | 2014. nadalje, kontinuirano   |

| <b>Program 8. I MI SE MIJENJAMO</b> |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Područje djelovanja</b>          | Podizanje vještina/ 'Capacity building'  |
| <b>Cilj programa</b>                | Jačanje institucionalnog kapaciteta javnog sektora   |
| <b>Aktivnosti</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u institucijama (ministarstva) nadležnim za vođenje turističke politike</li> <li>• Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u jedinicama lokalne samouprave u turistički aktivnim područjima</li> <li>• Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u HTZ te sustavu TZ</li> <li>• Unapređenje sustava/procesa upravljanja turizmom (horizontalno usklađivanje politika svih relevantnih ministarstava)</li> <li>• Unapređenje sustava upravljanja turizmom u destinaciji (DMO)</li> <li>• Destinacijski public i stake holder awareness programi</li> </ul> |
| <b>Nositelj aktivnosti</b>          | Ministarstvo turizma   |
| <b>Ostali dionici</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture</li> <li>• Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije</li> <li>• Ministarstvo poduzetništva i obrta</li> <li>• Ministarstvo poljoprivrede</li> <li>• Ministarstvo kulture</li> <li>• Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta</li> <li>• Ministarstvo zaštite okoliša i prirode</li> <li>• HTZ i sustav TZ</li> <li>• HGK i HOK, udruge, struka</li> </ul>   |
| <b>Očekivani učinci</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povećana efikasnost javnog sektora</li> <li>• Poboljšanje poduzetničke klime</li> <li>• Unapređenje provođenja turističke politike</li> <li>• Unapređenje upravljanja razvojem turizma na destinacijskoj razini</li> <li>• Rast investicijske aktivnosti</li> </ul>   |
| <b>Potrebna sredstva</b>            | 29.000.000 kuna (uključujući i sredstva ovog programa za malo obiteljsko hotelijerstvo te malo i srednje poduzetništvo u turizmu)  |
| <b>Izvori financiranja</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Državni proračun - sufinanciranje</li> <li>• Sredstva strukturalnih fondova EU: European Social Fund/European Regional Development Fund</li> <li>• HORIZON 2020</li> <li>• Programme for Social Change and Innovation</li> </ul>  |
| <b>Provedbene aktivnosti</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uspostava organizacijskih preduvjeta za realizaciju programa</li> <li>• Programiranje (izrada programskih dokumenata s prioritnim područjima ulaganja usklađenim s programom te financijskim alokacijama)</li> <li>• Osiguranje financijskih sredstava (sufinanciranje)</li> <li>• Provedba natječajne procedure, diseminacija informacija o natječajima (uključujući natječaje vezane uz pojedine EU programe)</li> <li>• Izbor savjetnika, priprema projektne dokumentacije, provjera kompatibilnosti, kandidiranje projekta</li> <li>• Kontrola i monitoring</li> </ul>  |
| <b>Vremenska dinamika</b>           | 2014. nadalje, kontinuirano  |

## 9. Zaključci i preporuke

Razvoj ponude obiteljskog smještaja u razdoblju do 2020. godine velikim će se dijelom osloniti na povlačenje sredstava iz raspoloživih EU programa/fondova. U tom kontekstu posebno valja ukazati na nekoliko mogućih rizika povezanih s korištenjem EU izvora sredstava, a koji su povezani osobito sa: (i) strogom kontrolom trošenja odobrenih sredstava, (ii) pripremljenosti potrebne dokumentacije i 'čistom' imovinsko-vlasničkom situacijom, odnosno (iii) potrebom osiguranja vlastitog sufinanciranja dijela programa na teret podnositelja zahtjeva.

Pod uvjetom da se konkretan program kvalificira za EU financiranje, nominirana sredstva valja trošiti isključivo prema unaprijed definiranoj specifikaciji i u skladu s predviđenim rokovima. U tom smislu, ukoliko se tijekom bilo koje od redovitih kontrola koje Europska komisija provodi tijekom provođenja programa primijeti odstupanje od predviđene namjene, Europska komisija može zatražiti povrat sredstava, odnosno obustaviti financiranje daljnjih aktivnosti na programu.

Nadalje, programi/projekti koji se kandidiraju za EU financiranje moraju imati neprijeporan vlasnički status (usklađenost zemljišnih knjiga i katastra), te udovoljavati strogim zahtjevima u pripremi projektne i druge dokumentacije, pri čemu se valja maksimalno pridržavati svih propisanih procedura i metodologije. Pod uvjetom da bilo koji od ovih uvjeta nije zadovoljen, nominacija projekta bit će odbačena već u začetku uslijed formalnih manjkavosti.

Konačno, valja imati na umu i činjenicu da svako korištenje sredstava EU programa/fondova u funkciji razvoja obiteljskog smještaja implicira i sufinanciranje od strane podnositelja zahtjeva. Drugim riječima, ako konkretni program/projekt kandidira neka od udruga/klastera obiteljskog smještaja, valjat će osigurati sufinanciranje. Mogući izvor sredstava za sufinanciranje takvih programa/projekata predstavlja državni proračun, odnosno sredstva nekog od relevantnih ministarstava (npr. Ministarstvo turizma, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Ministarstvo poljoprivrede ili Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije), ali i proračunska sredstva jedinica lokalne samouprave. Pritom valja maksimalno usklađivati projektne inicijative kako se ne bi dogodilo da iste premaše raspoloživost proračunskih prihoda, osobito u uvjetima njihovog kroničnog nedostatka na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini.