



KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE

50
50

godina u službi turističkog razvoja
years in the service of tourism development

Sadržaj: Destinacija i njezina konkurentnost kao područje izvrsnosti Instituta

doživljaj proizvod
autohtonost vještina
integracija



komunikacija vizija
osobnost održivost
znanje

- Destinacija i konkurentnost
 - Konkurentnost destinacije
 - Konkurentska destinacija
- Projekt: Konkurentska sposobnost hrvatskog turizma
- Povezana istraživanja

Destinacija i konkurentnost



Što znamo?

Faktori uspjeha destinacije – sunce i more segment

- Vrijednost za novac
- Kvaliteta usluge
- Cijena
- Sigurnost
- Kvaliteta/očuvanost okoliša
- Društveni aspekti destinacije

(Eurobarometer, March 2009, European Commission)

Važnost atrakcija u odabiru destinacije

- Sveukupna atraktivnost – okruženje
- Kulturna baština
- Zabava
- Gastronomija
- Umjetnost
- Festivali i druga događanja

Što znamo? Hrvatska – stavovi gostiju

Snaga – komparativne prednosti

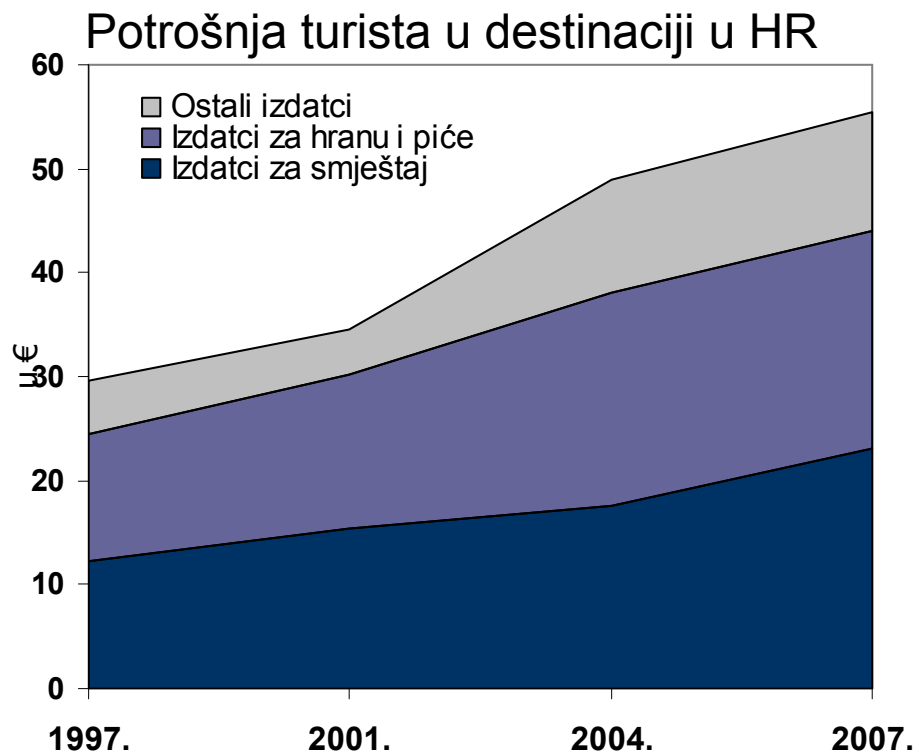
- Klima i krajolik
- Obiteljski odmor
- Sigurnost
- Gostoljubljivost
- Vrijednost za novac

Slabost – konkurentska sposobnost

- Doživljaj u destinaciji (raznolikost manifestacija, kultura, zabava, sport, mogućnosti za kupnju)
- Ambijent destinacije (opremljenost i uređenost plaža, uređenje javnih površina)
- Funkcioniranje destinacije (informacije u destinaciji, prijevoz, marketing)

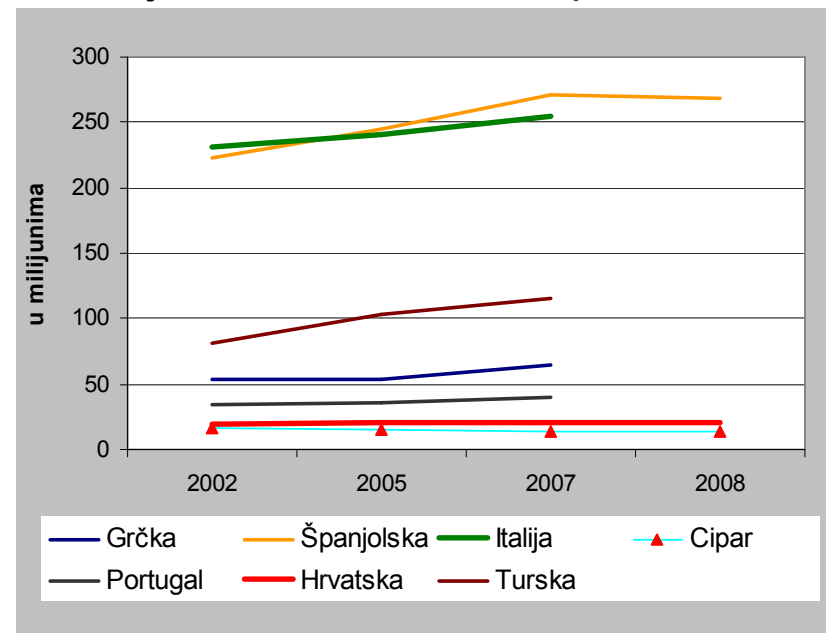
(Istraživanja TOMAS, Institut za turizam)

Što znamo? Hrvatska – tržišna pozicija



Izvor: TOMAS, EUROSTAT

Noćenja u hotelima i sl. kapacitetima



Što znamo? Hrvatska – ponuda: industrije i destinacije

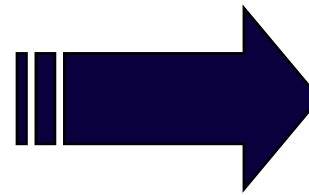
- Sezonalnost i niska iskorištenost
- Nizak prihod po smještajnoj jedinici
- Niska efikasnost i dugo efektuiranje kapitala
- Stupanj diferenciranosti proizvoda?
- Adekvatnost upravljačkih i operativnih znanja i vještina?
- Stupanj razvijenosti i zaokruženosti lanca vrijednosti?

**Projekt: Konkurentna sposobnost
hrvatskog turizma**

**Projekt ustrojavanja sustava praćenja
konkurentne sposobnosti i
konkurentskog benchmarkinga hrvatskog turizma**

Ciljevi

- praćenje pokazatelja
- razvijanje metodologije i obuhvata analize
- podizanje razine korištenja
- diseminacija rezultata



Kontinuitet

Projekt: Konkurentna sposobnost hrvatskog turizma

Konkurentnost destinacije

Pokazatelji stanja – Gdje sam?

- Ciljne skupine
- Proizvod/doživljaj
- Proizvodni miks
- Imidž
- Profitabilnost
- Očuvanje okoliša
- Kvaliteta života lokalnog stanovništva

Konkurentna destinacija

Pokazatelji uzroka – Zašto?

DESTINACIJSKI

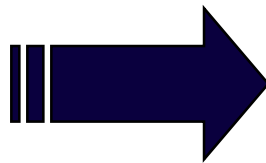
- Resursi i atrakcije
- Planiranje, razvoj, menadžment destinacijom
- Podržavajući faktori

SEKTORSKI

- Faktori proizvodnje
- Potražnja
- Sektorska povezanost i tržišna struktura
- Država

Konkurentnost primorskih odmorišnih destinacija: međunarodni horizont (sredstvo komunikacije, menadžmenta, revizije)

**DESTINACIJA KAO
FOKUS TURISTIČKE
POLITIKE**



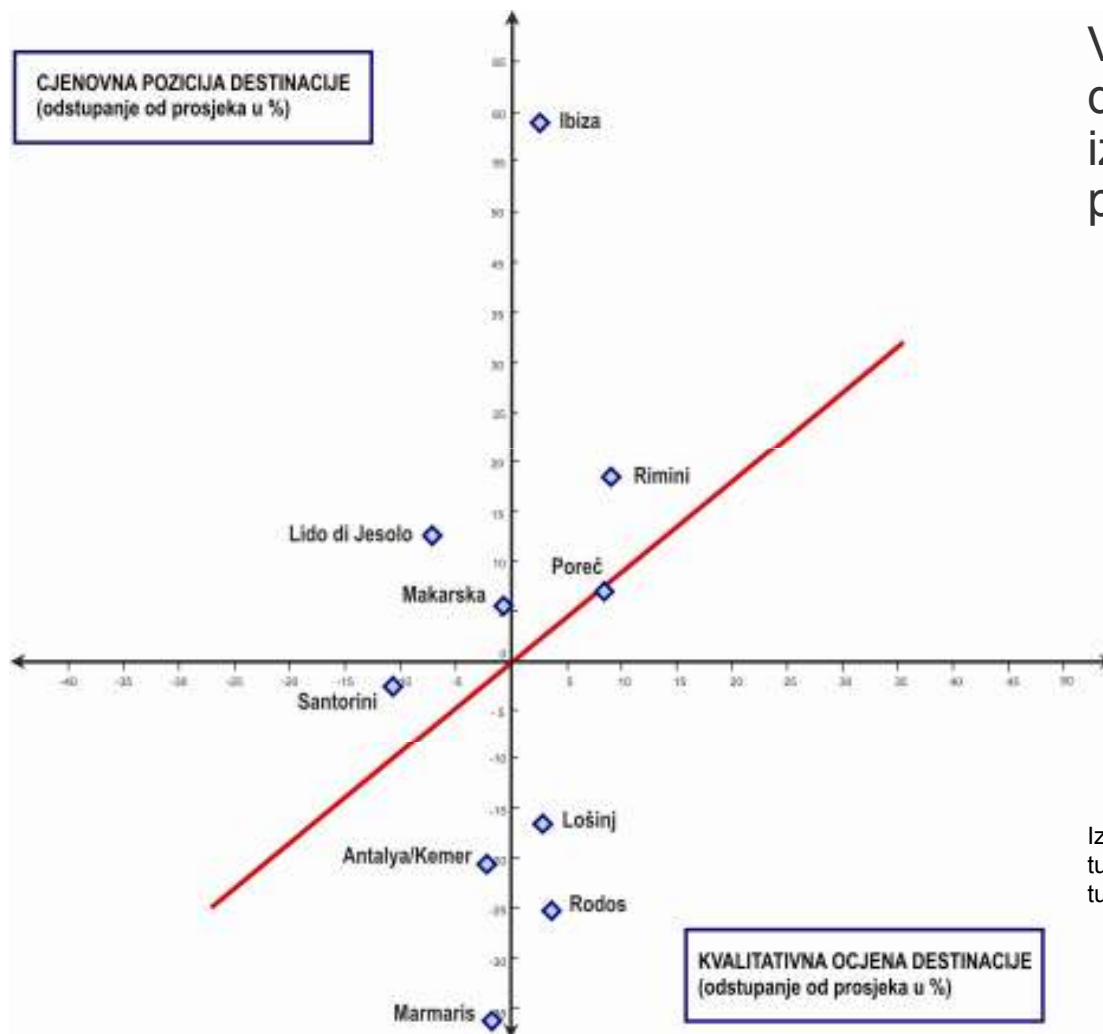
Korisnici

- Lokalna samouprava
- Sustav turističkih zajednica
- Nositelji destinacijskog menadžmenta
- Gospodarstvo

Koristi

- Mjerenje uspješnosti vlastitog destinacijskog upravljanja
- Usporedba sa sličnim destinacijama
- Vrednovanje mjera turističke politike

Konkurentnost primorskih odmorišnih destinacija: međunarodni horizont



Vrijednost za novac boravka u destinaciji (polupansion + izvansmještajna potrošnja)

Izvor: Institut za turizam, Konkurentna sposobnost hrvatskog turizma, Izvještaj: Konkurentna pozicija ljetnog odmorišnog turizma u primorskim destinacijama, 2005

Analiza konkurentnosti destinacije: alat strateškog upravljanja na svim razinama obavljanja turističke djelatnosti i vođenja turističke politike

- Stalno propitivanje:
 - Konkurentne pozicije destinacija u odnosu na relevantno okruženje i promjena te pozicije
 - Faktora koji određuju konkurentsko okruženje i njihovih promjena
- Korištenje: prilagođavanje destinacijskog proizvoda potrebama kupca i promjenama okruženja

MONITORING

OPTIMIZACIJA

ZADOVOLJSTVO

KONKURENTNOST TURISTIČKE DESTINACIJE

