

Impresum

Naslov projekta: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA SA STRATEŠKIM I
OPERATIVNIM MARKETING PLANOM 2016. - 2020. GODINE

Naručitelj: Primorsko – goranska županija

Izvršitelj: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Institut za turizam

Dokument: Izveštaj II: Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016. - 2020. godine
(verzija za javnu raspravu)

Mjesto i datum: Opatija/Zagreb
3. kolovoz 2016.

Sadržaj

1. PRISTUP I CILJEVI	3
2. DUGOROČAN STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA KVARNERA.....	7
2.1. Izazovi i scenariji razvoja	7
2.2. Načela razvoja turizma	10
2.3. Vizija turističkog razvoja.....	12
2.4. Ciljevi turističkog razvoja.....	14
3. OPERATIVNE STRATEGIJE	17
3.1. Marketing.....	17
Mjera I.1: Jačanje brenda Kvarnera.....	18
Mjera I.2: Diversifikacija ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata	19
Mjera I.3: Diversifikacija sustava turističkih proizvoda Kvarnera	20
Mjera I.4: Komunikacija vrijednosti Kvarnera ciljnim publikama	22
3.2. Imidž projekti: strateška kapitalna ulaganja	23
Mjera II.1: Imidž projekt Turistifikacija projekta 'Rijeka – Europska prijestolnica kulture 2020. godine'	24
Mjera II.2: Imidž projekt Tematski zabavni park Krk – Voz-Peškera.....	25
Mjera II.3: Imidž projekt Uspostava mreže inovativno in situ prezentiranih prirodnih i kulturnih sadržaja i njihovo povezivanje tematskim turističkim rutama.....	26
Mjera II.4: Imidž projekt Kongresni centar Opatija-Rijeka	27
Mjera II.5: Imidž projekt Golf Lošinj – Punta Križa	28
Mjera II.6: Imidž projekt Park dupina.....	29
Mjera II.7: Imidž projekt Kvarner – Centar thalassoterapije	30
Mjera II.8: Imidž projekt Turistifikacija područja Platak - Nacionalni park Risnjak – Dolina Kupe	31
3.3. Razvoj turističke ponude u priobalju i na otocima	33
Mjera III.1: Razvoj hotelske ponude	35
Mjera III.2: Razvoj kamping ponude.....	36
Mjera III.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava	36
Mjera III.4: Razvoj agroturizma	38
Mjera III.5: Jačanje eno-gastronomske ponude	39
Mjera III.6: Uređenje mjesta	40
Mjera III.7: Izgradnja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova.....	41
Mjera III.8: Unapređenje ponude lokalnih proizvoda i autohtonih suvenira	42
Mjera III.9: Izgradnja sportskih centara na moru i kopnu	43
Mjera III.10: Sustav manifestacija Kvarnera	44
Mjera III.11: Unapređenje zdravstveno-turističkih usluga	45
Mjera III.12: Unapređenje jahting turizma	46
Mjera III.13: Povećanje konkurentnosti proizvoda brodskih kružnih putovanja.....	47
3.4. Razvoj turističke ponude u Gorskom kotaru	49
Mjera IV.1: Razvoj hotelske ponude.....	50
Mjera IV.2: Razvoj kamping ponude.....	52
Mjera IV.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava	53
Mjera IV.4: Razvoj agroturizma	54
Mjera IV.5: Jačanje eno-gastronomske ponude	55
Mjera IV.6: Uređenje mjesta	56
Mjera IV.7: Zabavni i adrenalinski parkovi	57
Mjera IV.8: Turistifikacija zaštićenih prirodnih i povijesno-kulturnih resursa	57

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera IV.9: Sport, rekreacija i zdravlje: aktiviranje šumskih i vodenih resursa	59
Mjera IV.10: Ključne manifestacije	60
3.5. Razvoj javne turističke infrastrukture	61
Mjera V.1: Unapređenje kvalitete plažnog prostora i tematiziranje plaža.....	62
Mjera V.2: Staze, putovi, šetnice i tematske rute	63
Mjera V.3: Panoramske žičare	65
Mjera V.4: Unapređenje sustava informiranja gostiju	66
Mjera V.5: Uređenje izletišta.....	67
3.6. Razvoj turističke prometne infrastrukture	68
Mjera VI.1: 'Hop on - hop off' linije	69
Mjera VI.2: Inter i intra destinacijsko povezivanje morem	70
Mjera VI.3: Zračni promet	71
Mjera VI.4: Cestovna prometna dostupnost	73
Mjera VI.5: Turistički putnički prijevoz željeznicom	74
3.7. Upravljanje procesima	75
Mjera VII.1: Povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica	77
Mjera VII.2: Informacijska podrška i baza podataka	78
Mjera VII.3: Sustav monitoringa i mjerenja učinaka strategije	79
Mjera VII.4: Institucionalna zakonska ograničenja	80
Mjera VII.5: Ocjena razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija.....	81
Mjera VII.6.: Stvaranje poduzetničkih klastera.....	82
Mjera VII.7: Programi podizanja razine svijesti	82
3.8. Razvoj ljudskih potencijala	83
Mjera VIII.1: Uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja za potrebe turizma	85
Mjera VIII.2: Programi stipendiranja i kreditiranja učenika i studenata za potrebe turizma	86
Mjera VIII.3: Edukacija obiteljskih iznajmljivača.....	87
Mjera VIII.4: Uspostavljanje centra izvrsnosti	88
3.9. Upravljanje kvalitetom	89
Mjera IX.1: Marke kvalitete	90
Mjera IX.2: Zeleni standardi Kvarnera	91
Mjera IX.3: Inkluzivni turizam na Kvarneru	92
3.10. Investicijska politika	93
Mjera X.1: Podrška investitorima i poduzetnicima u turizmu	94
Mjera X.2: Poboljšanje korištenja EU fondova/programa u turizmu	95
Mjera X.3: Gospodarska promocija turizma	96
4. AKCIJSKI PLAN	98
Mjere najvišeg prioriteta	98
Mjere visokog prioriteta	107
Važne mjere	119
5. EKONOMSKI UČINCI.....	127

1. PRISTUP I CILJEVI

Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020. uspostavlja dugoročni strateški razvojni okvir turizma prepoznajući potrebu unapređenja i proširenja dubine, širine i kvalitete turističke ponude Kvarnera, ali i inovacije portfelja turističkih doživljaja usklađenih s trendovima tržišne segmentacije te podizanja efikasnosti destinacijskog menadžmenta i upravljanja. Time se odgovara na projektnim zadatkom postavljeni cilj dokumenta koji naglašava potrebu uspostave dugoročnog strateškog razvojnog i marketinškog okvira konkretiziranog kroz akcijski plan razvojnih aktivnosti kako bi se utjecalo na:

- Visok stupanj sezonalnosti odnosno koncentraciju turističkog prometa u ljetnim mjesecima
- Nепреpoznatljivost regije Kvarner
- Turističku nerazvijenost Gorskog kotara
- Manjak prijedloga vrijednosti za turiste s potencijalom visoke dnevne potrošnje
- Nedovoljnu dostupnost destinacije.

Sukladno nazivu projektnog zadatka (Dokumentacija za nadmentanje: Nabava usluge izrade Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim planom 2016.-2020. godine) odnosno dosadašnjoj praksi u turizmu Županije (primjerice prema statutu regionalne turističke zajednice naziv TZ Kvarner skraćena je verzija naziva TZ Primorsko-goranske županije), u ovom dokumentu pojam 'Kvarner' podrazumijeva ukupan prostor Primorsko-goranske županije te se koristi kao istovjetan skraćeni naziv za Primorsko-goransku županiju.

Kao dokument koji se za sljedeće plansko razdoblje do 2020. godine nadovezuje na Glavni plan razvoja turizma i Strateški marketinški plan turizma Kvarnera 2009.-2015., *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.* polazi od postavljenog strateškog planskog okvira Primorsko-goranske županije odnosno pojedinih nacionalnih i županijskih sektorskih strategija, i to posebno:

- Razvojna strategija Primorsko-goranske županije za 2016.-2020. (Službene novine, 34/15)
- Prostorni plan Primorsko-goranske županije (Službene novine, 32/13)
- Strategija zaštite okoliša Primorsko-goranske županije (Službene novine, 31/05)
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine (Narodne novine, 55/13)
- Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009.-2019. (<http://www.mppi.hr>)
- Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020. godine (Hrvatska turistička zajednica)
- Akcijski plan razvoja zelenog turizma (<http://www.mint.hr/>)
- Akcijski plan razvoja kulturnog turizma (<http://www.mint.hr/>)
- Akcijski plan razvoja cikloturizma (<http://www.mint.hr/>)
- Akcijski plan razvoja nautičkog turizma (<http://www.mint.hr/>)
- Akcijski plan razvoja zdravstvenog turizma (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program upravljanja i uređenja morskih plaža (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program razvoja malog i srednjeg poduzetništva u turizmu (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program razvoja malog obiteljskog hotelijerstva (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program razvoja socijalnog turizma - Turizam za sve (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja (<http://www.mint.hr/>)
- Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu (<http://www.mint.hr/>)
- Nacionalni program razvoja kongresne ponude (Ministarstvo turizma, radna verzija)

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

- Strategija razvoja zdravstvene industrije Primorsko-goranske županije za 2013.-2020. (Županijska skupština, 7.02.2013.)
- Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije (Službene novine, 21/15).

Uvažavajući načela održivog razvoja, *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.* integrira djelovanje različitih institucija javnog sektora, sustava turističkih zajednica, gospodarskih subjekata te drugih dionika turizma Kvarnera prema očuvanju prirodne i kulturne baštine, rastu konkurentne sposobnosti turizma te povećanje kvalitete življenja lokalnog stanovništva. U tom smislu, dokument ima za cilj:

- Definirati jasan i dugoročno održiv razvojni koncept turizma Kvarnera koji omogućava povećanje poslovnih učinaka i konkurentnosti gospodarskih subjekata, ali i osigurava očuvanje prirodne i kulturne baštine te povećanje blagostanja stanovništva Županije
- Usuglasiti ključne elemente turističke politike Županije među ključnim dionicima turizma, uključujući razvojne prioritete i njihove nositelje
- Prepoznati projekte prikladne za (su)financiranje iz EU fondova te
- Razviti kvalitetan strateški okvir za optimiziranje investicijske aktivnosti javnog i privatnog sektora.

Slijedeći postavljeni projektni zadatak te praksu izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije, realizacija postavljenog cilja podrazumijevala je višestupanjski proces međusobno vertikalno povezanih koraka koji omogućavaju transformaciju vizije i ciljeva u niz aktivnosti izvedenih iz operativnih strategija i mjera razvoja turizma Primorsko-goranske županije (slika 1.1.).

Slika 1.1. Vertikala strateškog razvojnog planiranja razvoja turizma Kvarnera



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

U tom smislu, *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.* strukturiran je da obuhvati tri tematska područja:

- Analizu internog i eksternog okruženja kako bi se dobio odgovor na pitanje gdje se Kvarner i njegove subregije danas nalaze na turističkom tržištu;
- Viziju i ciljeve kao strateški okvir koji određuje kamo Kvarner želi ići u budućnosti, te
- Implementacijske aktivnosti koje kroz odnos operativnih strategija, mjera i aktivnosti jasno pokazuju kako će se postavljena vizija i ciljevi ostvariti.

Imajući na umu značajke turizma i resursno-atraktivne osnove Primorsko-goranske županije i njezinih subregija kao i sagledavajući razvojne mogućnosti koje proizlaze iz tržišnih trendova, analiza okruženja predstavljena u dokumentu *Situacijska analiza* uspostavila je podlogu za valoriziranje mogućih scenarija razvoja turizma, definiranje načela razvoja, a potom i postavljanje vizije te ciljeva razvoja. Postavljeni razvojni okvir potom je prenesen u implementacijski dio *Strateškog plana* kroz sustav osam prioritarnih operativnih strategija i pripadajućih mjera odnosno plan realizacije razvojnih aktivnosti prema prioritetima u domeni javnog i privatnog sektora u razdoblju do 2020. godine. *Strateški plan razvoja*

turizma Kvarnera 2016.-2020. završava sagledavanjem očekivanih ekonomskih učinaka realizacije planiranih mjera i aktivnosti. Detaljnija struktura Dokumenta prikazana je na slici 1.2.

Slika 1.2. Struktura Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Pristup Instituta za turizam i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu izradi ovog dokumenta zasnivao se na načelima otvorenosti, multidisciplinarnosti te uključenosti razvojnih dionika, osiguravajući pri tome:

Fazni pristup

Polazeći od prethodno podrobno izvedene analize postojećeg stanja koja je pružila uvid u ključna obilježja razvijenosti turizma Primorsko-goranske županije (dokument Situacijska analiza, svibanj 2016.) uključujući i obilježja njezinih subregija, sam dokument *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.* izveden je u dvije međusobno povezane faze koje

odgovaraju na pitanja kamo želimo ići i kako ćemo doći do željenog cilja. Sukladno tome, dokument je podijeljen u dvije glavne tematske cjeline:

- *Dugoročan strateški okvir razvoja turizma Kvarnera* kojim se sagledavaju scenariji i načela razvoja, odnosno definira dugoročna vizija i izvode ciljevi razvoja turizma
- *Operativne strategije* te *Akcijski plan* s prioritetima realizacije mjera odnosno aktivnosti i projekata kao i izvora financiranja. Pružajući temelj za sagledavanje očekivanih rezultata odnosno praćenje realizacije *Strategije*, svaka mjera u okviru akcijskog plana povezana je i s pokazateljima provedbe, a u konačnici su i integralno sagledani njezini očekivani ekonomski učinci do 2020. odnosno 2025. godine.

Strateški plan prošao je verifikaciju dionika (predstavnicima subregija i tematskih radnih skupina te Turističko vijeće Kvarnera) uključujući i javnu raspravu.

Detaljan obilazak terena

Članovi ekspertnog tima Instituta za turizam i Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu višekratno su boravili na prostoru Kvarnera kako bi se upoznali s obilježjima turističke resursno-atraktivne osnove, ključnim razvojnim ograničenjima te odrednicama konkurentne pozicije Županije i njezinih subregija.

Provedbu niza primarnih i sekundarnih istraživanja

Izvođenje projekta, posebice u fazi izrade Situacijske analize, podrazumijevalo je i provođenje većeg broja individualnih intervjua s ključnim dionicima turističkog razvoja Županije kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja Kvarnera i njegovih subregija, kao i provedbu anketa dionika na temu konkurentne pozicije i razvojnih projekata. Rad na *Strategiji* podrazumijevao je i provedbu niza kabinetskih (desk) istraživanja zasnovanih na većem broju različitih sekundarnih izvora informacija, uključujući stručnu literaturu, statističke izvore podataka i internetske portale. Desk istraživanja posebno su usmjerena na trendove na turističkom tržištu odnosno sagledavanje i vrednovanje ključnih operativnih strategija.

2. DUGOROČAN STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA TURIZMA KVARNERA

2.1. Izazovi i scenariji razvoja

S udjelom od 18% u ukupnim noćenjima ostvarenim u Hrvatskoj u 2015. godini, Kvarner je, iza Istre i Splitsko-dalmatinske županije, danas treća najjača turistička regija u zemlji. Kao dominantno obiteljska destinacija ljetnog, opuštajućeg odmora, s najzadovoljnijim i najlojalnijim gostima među primorskim županijama RH, Kvarner je u najvećoj mjeri usmjeren na velika i bliža tržišta Srednje Europe.

Iako Kvarner, kao i ostale priobalne županije RH, obilježava izrazita sezonalnost poslovanja uslijed prevelike ovisnosti o proizvodu 'sunca i mora', valja naglasiti da je cijelo ovo područje u proteklih 10-tak godina bilježilo kontinuiran trend rasta turističkih noćenja i potrošnje. Neovisno o tome, međutim, tržišna pozicija Kvarnera, u odnosu na većinu drugih priobalnih županija RH, postupno slabi. Naime, prema rezultatima istraživanja TOMAS Ljeto 2014, prosječna potrošnja turista u Županiji, u odnosu na druge priobalne županije, viša je samo od Ličko-senjske i Šibensko-kninske, pri čemu je za 13% niža i od prosjeka Hrvatske. Isto tako, valja imati na umu da je u razdoblju od 2004.-2015. godine rast noćenja na Kvarneru bio je ispod prosjeka Hrvatske.

Konkurentnost Kvarnera na tržištu turističkih destinacija valja povezivati ponajviše s kvalitetom njegovog tzv. turističkog lanca vrijednosti. Zaokruženi (cjeloviti) turistički lanac vrijednosti podrazumijeva dovoljan broj različitih aktivnih poduzetnika (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.), ali i kvalitetne usluge u sferi javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uređenost naselja, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.).

Kad je riječ o činiteljima koji utječu na nedovoljnu konkurentnost postojećeg turističkog lanca vrijednosti Kvarnera, posebno valja istaknuti tri ključna čimbenika:

- nedovoljna paleta turističkih proizvoda, osobito u kontekstu pojačane orijentacije na tržište posebnog interesa kao i ponude namijenjene gostima visoke platežne moći
- nedovoljna širina i dubina izvansmještajne uslužne ponude, osobito izvan glavne ljetne sezone
- neadekvatna valorizacija resursno-atraktivne osnove, osobito u kontekstu jačeg privlačenja interesa kulturno-turističke potražnje

Postupni gubitak konkurentne pozicije Kvarnera moguće je povezivati i s činjenicom da je dio njegove hotelske ponude još uvijek podinvestiran, posebice zbog nezavršenog procesa privatizacije, činjenice da su neka od vodećih hotelskih poduzeća prolazila višegodišnju stečajnu agoniju kao i uslijed činjenice da neki od novih vlasnika hotelskih objekata/poduzeća već duž niz godina ne ulažu u kvalitativno unapređenje smještajne ponude. U takvim uvjetima prepoznatljivost smještajne ponude Kvarnera većim se dijelom bazirala na ponudi nedovoljno diferenciranog obiteljskog i kamp smještaja.

Konačno, dugoročnoj konkurentskoj poziciji Kvarnera na turističkom tržištu, osobito u uvjetima sve veće ekološke osviještenosti gotovo svih tržišnih segmenata, zasigurno ne pridonosi ni visoka koncentracija industrijskih kapaciteta u Riječkom zaljevu/otoku Krku.

Sažimajući prethodne konstatacije, može se zaključiti kako rast konkurentnosti i međunarodne prepoznatljivosti integralnog turističkog proizvoda Kvarnera uvelike valja povezivati s unapređivanjem kvalitete postojećeg proizvodnog portfelja, ali i uvođenjem novih sustava doživljaja/sadržaja ponude, sve u kontekstu privlačenja novih potrošačkih segmenata osobito u pred i posezoni. To podrazumijeva ne samo bitna unapređenja u postojećem sustavu upravljanja destinacijom/ama, već i pokretanje novog investicijskog ciklusa usmjerenim podjednako na osuvremenjivanje i/ili unapređivanje svih oblika

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

turističke uslužne ponude, ali i na smanjivanje vizualne polucije devastiranih krajobraza kroz 'ušminkavanje' određenog broja nepoželjnih industrijskih vizura.

U skladu s prethodnim konstatacijama, a neovisno o višegodišnjoj nepovoljnoj investicijskoj klimi u zemlji, potrebno je razriješiti nekoliko bitnih razvojnih dilema i izazova kao što su, primjerice:

- mogućnost poticanja boljeg korištenja postojeće smještajne ponude prije ulaska u projekte izgradnje nove smještajne ponude
- mogućnost osiguranja novog razvojnog iskoraka u uvjetima postojeće razine znanja i kompetencija dionika turističkog razvoja kako u sferi malog privatnog poduzetništva, tako i u sferi javnog sektora
- mogućnost utjecanja na male privatne turističke poduzetnike, poglavito iznajmljivače obiteljskog smještaja kojima je turizam sekundarni ili tercijarni izvor prihoda, da u cilju produljenja sezone kvalitativno unaprijede uslužnu ponudu
- mogućnost funkcionalnog pretvaranja nekih od devastiranih industrijskih postrojenja/lokacija kao i napuštenih vojnih objekata u atraktivne sadržaje turističke ponude (kako, koji objekti/lokacije, kojom dinamikom?)
- usmjerenost na poticanje izgradnje manjih obiteljski vođenih, tematiziranih, hotelskih i sličnih objekata ili se treba okrenuti izgradnji većih, međunarodno brendiranih, ali i tipiziranih resort objekata.

Uvažavajući ozbiljnost i složenost navedenih razvojnih izazova i dilema, a imajući na umu različite interese pojedinih razvojnih dionika kao i nositelja javne vlasti na razini regionalne i lokalne samouprave, razvoj turizma Kvarnera u budućnosti moguće je razmatrati kroz metodološki okvir analize scenarija. Sukladno tome, budući razvoj turizma na Kvarneru valja promatrati ponajprije u kontekstu dva primarna činitelja koji određuju kvalitetu i dinamiku turističkog razvoja odnosno koji pružaju okvir za adresiranje specificiranih razvojnih dilema. Riječ je o:

- kvaliteti upravljanja i menadžmenta destinacije kao odraza razine znanja, posvećenosti i odgovornosti svih dionika turističkog razvoja, ali i usuglašenosti mjera i aktivnosti turističke politike
- dinamici investicijske aktivnosti promatranoj kroz aspekt zaštite interesa lokalnog stanovništva odnosno pogodovanja interesima kapitala.

Polazeći od definiranog razvojnog okvira, moguće je prepoznati četiri različita tipska scenarija turističkog razvoja Kvarnera, i to:

Slučajan razvoj

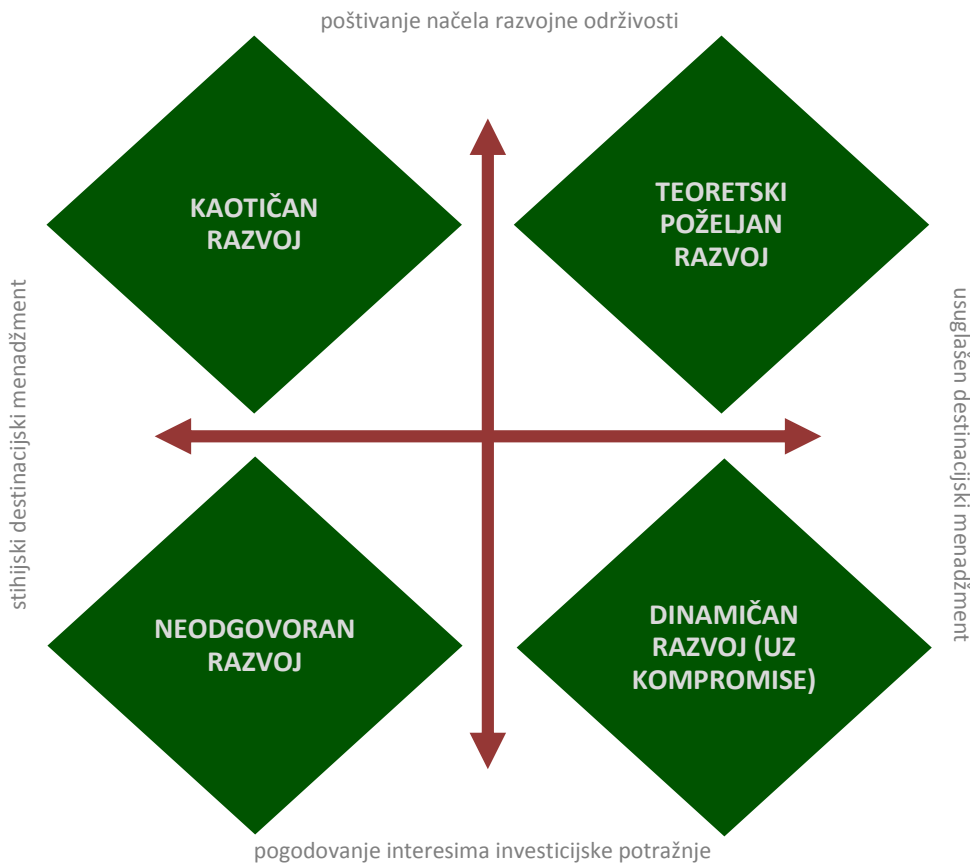
Radi se o scenariju koji zagovara održiv turistički razvoj u uvjetima nedostatka bilo kakve sustavne, unaprijed osmišljene razvojne politike. Drugim riječima, u strahu da se ne donese kriva razvojna odluka uslijed proizvoljnog tumačenja načela razvojne održivosti, razvoj se dešava samo u iznimnim situacijama, uglavnom slučajno, a često u ovisnosti kako o 'dnevnoj politici' tako i o upornosti lokalnih poduzetnika da nametnu svoje interese. U takvim uvjetima, postojeće stanje destinacijske ponude ne mijenja se bitnije ni u kvantitativnom, niti u kvalitativnom smislu. Samim time, turistički sektor i dalje obilježava orijentacija prema malom obiteljskom poduzetništvu relativno niske proizvodne diferenciranosti, nemogućnost većeg privlačenja novih potrošačkih segmenata, a time i visoka sezonalnost.

Teoretski poželjan razvoj

Riječ je o scenariju koji karakterizira odgovoran i usuglašen destinacijski menadžment, odnosno razvoj destinacije u skladu s načelima dugoročne održivosti. Drugim riječima, razvojne odluke donose se transparentno te poštujući principe tzv. *community based planning-a*, odnosno u skladu s prethodno definiranim ciljevima i prema utvrđenim prioritetima. Kao rezultat takvog djelovanja, uz tržišno (re)profiliranje i tematiziranje postojeće smještajne i druge ponude, jača lokalna poduzetnička inicijativa u kontekstu obogaćivanja širine/dubine uslužne ponude, a realizira se i nekoliko većih razvojno-investicijskih projekata na za to unaprijed

	predviđenim lokacijama. Sve to postupno mijenja postojeću tržišnu percepciju destinacije, privlači nove segmente potražnje i produljuje sezonu.
Neodgovoran razvoj	Riječ je o scenariju koji karakterizira stihijski destinacijski menadžment i sve izraženiji interes (međunarodnog) kapitala za investiranje. Bez jasnih ciljeva i kriterija razvoja destinacije, većina poduzetničkih ideja dobiva 'prolaznu ocjenu' neovisno o značajkama projekta, njegovom utjecaju na okoliš i prostor, kvalitetu života lokalne populacije odnosno dugoročni imidž destinacije. Drugim riječima, u uvjetima maksimalne posvećenosti privlačenju kapitala, zanemaruju se svi ostali razvojni kriteriji što u konačnici može dovesti do bitnih socijalnih, ekonomskih i/ili ekoloških neravnoteža.
Dinamičan razvoj (uz kompromise)	Riječ je o scenariju koji pretpostavlja odgovoran i usuglašen destinacijski menadžment kao i usmjerenost nositelja turističke politike ka privlačenju što je moguće većeg broja razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti. U takvim uvjetima, logično je očekivati da interesi lokalne zajednice neće uvijek biti jednaki interesima velikih investitora pa će biti potrebno raditi kompromise, najčešće na uštrb prirodne resursno-atraktivne osnove, raspoloživosti i načina korištenja prostora, odnosno poštivanja lokalne kulture života i rada. Neovisno o tome, riječ je o razvojnom scenariju koji 'garantira' izrazito dinamičan preobražaj Kvarnera kao turističke destinacije te koji će potaknuti investicijsku aktivnost malih i srednjih poduzetnika u različitim sferama destinacijskog proizvoda.

Slika 2.1.1.. Mogući scenariji razvoja turizma Kvarnera do 2020. godine



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Vodeći računa o implikacijama svakog od analiziranih scenarija za razvoj turizma Kvarnera, očito je da su scenariji kaotičnog i neodgovornog razvoja neprihvatljivi odnosno da bi valjalo težiti razvoju koji se zasniva na scenarijima koji pretpostavljaju odgovoran destinacijski menadžment. U tom smislu, poželjno je budući turistički razvoj Kvarnera usmjeravati prema scenariju Teoretski poželjnog razvoja, pri čemu neće biti moguće u cijelosti izbjeći i određene značajke scenarija Dinamičnog razvoja. Na toj se osnovi, u nastavku, uspostavljaju načela poželjnog razvoja turizma Kvarnera.

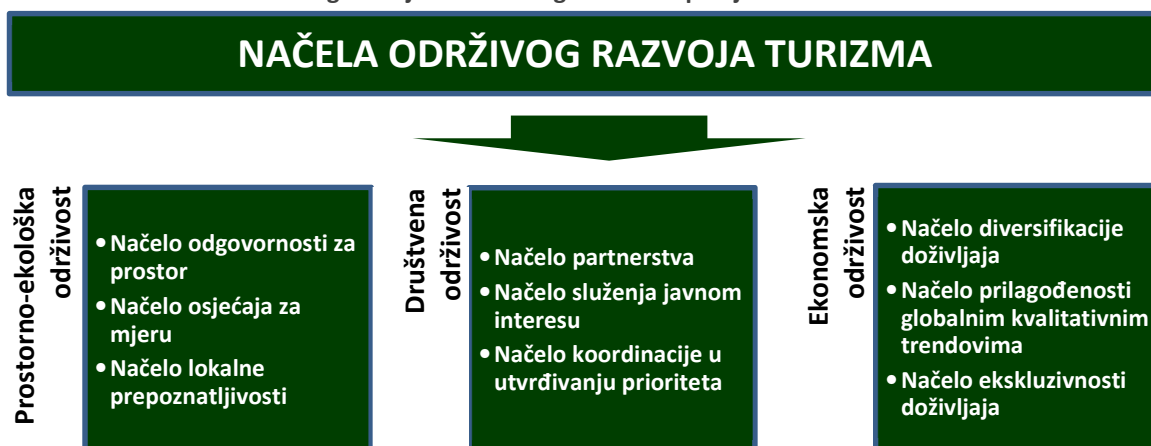
2.2. Načela razvoja turizma

Načela razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2020. godine moraju odražavati viziju razvoja Kvarnera kao 'konkurentne, održive i društveno pravedne regije poželjne za život i rad' (Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.). Drugim riječima, načela razvoja županije moraju uvažavati potrebu osiguranja dugoročno održivog povećanja blagostanja svih njenih žitelja. To nameće potrebu upravljanja procesom turističkog rasta i razvoja na principima dugoročne ekonomske, socijalne i ekološke održivosti.

Dugoročna ekonomska, socijalna i prostorno-ekološka razvojna održivost nekog prostora podrazumijevaju gospodarski rast i razvoj koji 'zadovoljava potrebe sadašnjih stanovnika na načini koji ne ugrožava budućnost budućih generacija', ali i koji 'u okviru prihvatnog kapaciteta eko i društvenog sustava unapređuje kvalitetu života lokalnih žitelja'.

U skladu s prethodnim odrednicama, načela na kojima valja temeljiti budući razvoj turizma na području Primorsko-goranske županije valja povezivati ponajviše sa sustavom devet međusobno povezanih načela (Slika 2.2.1) koja podrazumijevaju konsenzus i usklađeno djelovanje svih/ključnih dionika turističkog razvoja u budućnosti.

Slika 2.2.1: Načela turističkog razvoja Primorsko-goranske županije



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Odrednice prostorno-ekološke održivosti

Odrednice prostorno-ekološke održivosti osnovica su za valorizaciju i definiranje razvojnih projekata javnog i privatnog sektora, osobito u kontekstu utvrđivanja njihove maksimalno prihvatljive veličine/kapaciteta i lokacije, ali i u zaštite kvalitete prostora, bioraznolikosti, upravljanja otpadom, opskrbe energijom, tretiranja otpadne odvodnje, zaštite od buke i sl. Temeljna načela za promišljanje društveno-ekonomskog razvoja županije koji podržava prostorno-ekološku održivost mogu se sažeto iskazati kroz:

- **Načelo odgovornosti za prostor** – radi se prije svega o racionalnosti u korištenju sve ograničenijeg, još uvijek raspoloživog razvojnog prostora, poštivanju odrednica nosivog kapaciteta mikrolokacija predviđenih za razvojno-investicijske projekte, odnosno poštivanju graničnog kapaciteta postojećih infrastrukturnih sustava. Osim toga, ekološka odgovornost podrazumijeva i primjenu suvremenih tehničko-tehnoloških rješenja u gradnji

i opremanju turističko-ugostiteljskih objekata (npr. smanjenje toplinskih gubitaka, štednje vode, korištenje obnovljivih izvora energije, ugradnja energetski učinkovitih sustava grijanja/hlađenja i sl.).

- **Načelo osjećaja za mjeru** – riječ je o potrebi ne samo definiranja optimalnog načina korištenja raspoloživog, turistički interesantnog, razvojnog prostora (tzv. oportunitetni trošak), već i potrebi kontroliranja dinamike poželjne 'turistifikacije' cijelog projektnog područja kao i pojedinih njegovih dijelova. Počivajući na usklađenom i transparentnom sustavu planiranja upotrebe prostora, načelo valja vezivati ne samo uz turističke, već i uz neturističke poduzetničke aktivnosti, kao i uz aktivnosti povezane s alternativnim mogućnostima 'produktivnog' korištenja javnog prostora.
- **Načelo lokalne prepoznatljivosti (u cilju očuvanja 'duha mjesta')** – radi se o potrebi očuvanja specifičnog duha mjesta (tzv. genius loci) u oblikovanju razvojnog prostora, kreiranju sadržaja turističke, ali i ne-turističke, ponude kao i različitih sadržaja u funkciji obogaćivanja društvenog života žitelja svih JLS na području Županije. Drugim riječima, načelo pretpostavlja očuvanje vjekovnih običaja, specifične kulture života i rada, odnosno autohtonog graditeljskog izričaja na ovim prostorima, a što bi sve trebalo uvažavati prilikom donošenja odluka/prosuđivanja o prihvatljivosti svih većih, s turizmom povezanih, razvojno-investicijskih projekata.

Odrednice društvene održivosti

Ponajviše kao rezultat procesa globalizacije gospodarskih tokova i sve većeg pritiska međunarodne investicijske potražnje za izgradnjom 'industrijski tipiziranih' objekata turističke ponude, sve su izraženije tendencije ka ignoriranju lokalne graditeljske tradicije, degradaciji prepoznatljivog kultiviranog krajobraza kao i nestajanju još neturistificiranog raspoloživog prostora. U tom smislu, načela koja podupiru odrednice društvene održivosti mogu se sažeti kroz:

- **Načelo partnerstva** – riječ je o načelu koje podrazumijeva suradnju nositelja javne vlasti s privatnim sektorom (poduzetnici), civilnim sektorom, ali i različitim institucijama u sferi zaštite okoliša, obrazovanja, kulture, prometa, zdravstva, sigurnosti i sl. Cilj takve suradnje je stvaranje poticajne društvene klime i povećavanje stupnja kohezije, ali i veće odgovornosti svih nositelja turističkog (društveno-ekonomskog) razvoja za promišljanje budućnosti. Primjena načela podrazumijeva poštivanje tzv. 'community based planning'-a kao osnovnog preduvjeta za usuglašavanje razvojnih prioriteta na razini cijele Županije, ali i za stvaranje međusobnog povjerenja i osjećaja 'uključenosti' svakog žitelja u odluke koje mogu značajno utjecati na prevladavajući način/stil života i navike lokalne zajednice.
- **Načelo služenja javnom interesu** – riječ je o načelu koje bi trebalo osigurati da svi novi, s turizmom povezani, razvojno-investicijski projekti doista budu u funkciji povećanja blagostanja svih žitelja Županije (i/ili pojedinih njenih dijelova). To načelo posebno je važno u uvjetima suprotstavljenih interesa različitih dionika (država, lokalna samouprava, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo, civilne/interesne udruge i sl.), kad moćne političke i/ili gospodarske elite, nerijetko, agresivnim pristupom i netransparentnošću u donošenju odluka, pokušavaju nametnuti vlastite parcijalne interese u profiliranju destinacijske ponude/kreiranju destinacijskog proizvoda, pri čemu, istodobno ne vode previše računa ni o interesima drugih dionika razvojnog procesa, niti o dugoročnim interesima cijele društvene zajednice.
- **Načelo koordinacije u utvrđivanju prioriteta** – radi se o načelu koje predstavlja preduvjet za efikasnu provedbu javno definiranih i usvojenih strateških razvojnih usmjerenja kroz sustavno i transparentno donošenje razvojnih prioriteta neovisno o pojedinačnim interesima različitih jedinica lokalne samouprave i/ili dionika društveno-ekonomskog razvoja. Riječ je, dakle, o načelu koje uspostavlja okvir za stvaranje poticajnog društvenog okruženja nužnog za efikasno upravljanje dinamikom gospodarskog rasta.

Odrednice ekonomske održivosti

Kad je riječ o ekonomskoj održivosti, poželjni razvoj turizma na području Županije u vremenu koje dolazi podrazumijeva dodatno obogaćivanje sustava doživljaja u cilju povećanja širine, kvalitativne razine i doživljajaa integralnog destinacijskog proizvoda. U tom smislu, riječ je o sljedećim razvojnim načelima:

- **Načelo diversifikacije doživljaja (u cilju privlačenja različitih potrošačkih segmenata)** – usprkos raznovrsnoj i vrijednoj resursno-atraksijskoj osnovi projektnog područja i bogatoj tradiciji, turizam na području Kvarnera još je uvijek, usprkos rastu ponude u sferi zdravstvenog, cikloturizma, nautičkog, a djelomice i poslovnog turizma, izrazito sezonalnog karaktera. To ukazuje kako na nedovoljnu tržišnu prepoznatljivost, konkurentnost i/ili kvalitetu ovih proizvoda, tako i na njihov neadekvatan iskustveni sadržaj, ali i na nedostatak nekih drugih, u svijetu sve popularnijih, turističkih proizvoda pogodnih za konzumaciju u pred i post sezoni (eno i gastro turizam, turizam događanja, eko turizam, promatranje biljnog i životinjskog svijeta i sl.). Polazeći od nedovoljne dubine i širine turističkih iskustava koja se nude, osobito u pred i post sezoni, nositelji turističkog razvoja Kvarnera trebali bi se znatno više nego je to danas slučaj, orijentirati na doživljajno obogaćivanje postojećih, još uvijek emotivno rudimentarnih, turističkih proizvoda kao i na kreiranje potpuno novih turističkih usluga prilagođenih očekivanjima i potrebama sve većeg broja međusobno diferenciranih potrošačkih skupina/tržišnih segmenata.
- **Načelo prilagođenosti globalnim kvalitativnim trendovima** – rastuća razina obrazovanja i rast blagostanja, posebice u turistički emitivnim zemljama svijeta, pridonose ubrzanoj tranziciji potencijalnih potrošača ka post-materijalističkim društvenim vrijednostima, odnosno jačanju doživljajne komponente u sferi turističke ponude. Biti konkurentan u takvim uvjetima znači biti jedinstven, autentičan i/ili originalan ne samo u ponudi atrakcija, već i u njihovoj prezentaciji (inovativnost).
- **Načelo ekskluzivnosti doživljaja** - turisti zainteresirani za posjet projektnom području bit će, u pravilu, sve obrazovaniji i sve iskusniji putnici koji točno znaju što žele, a vrijednost za novac i kvalitetu utrošenog vremena procjenjuju na temelju svojih iskustava u ostalim dijelovima svijeta. U tom smislu, razvoj turizma na području Primorsko-goranske županije u budućnosti valja promišljati ponajviše u kontekstu pretvaranja svakog turista iz 'pasivnog objekta' u 'aktivni subjekt'. To je moguće postići ponajviše kroz tematiziranje obilaska kao i kroz slojevitu interpretaciju atrakcija na način da njihov sadržaj bude pomno prilagođen različitim interesnim, demografskim i/ili psihografskim skupinama.

2.3. Vizija turističkog razvoja

Vizija turističkog razvoja uspostavlja sliku poželjne budućnosti Kvarnera kao turističke destinacije. Drugim riječima, ona treba predstavljati usklađen, jasan i sažet iskaz onoga što razvojni dionici, izvršna vlast i stanovnici cijelog ovog područja priželjkuju od turizma u okviru dužeg vremenskog horizonta. Osim što ima snagu povezati i mobilizirati različite interesne skupine u ostvarenju zajedničkog cilja, vizija turističkog razvoja pruža stalan skup kriterija za valoriziranje turističke politike tijekom dužeg (planskog) razdoblja.

Dugoročna vizija razvoja turizma Kvarnera rezultat je provedenog konzultativno-participativnog procesa u kojem su sudjelovali dionici turističkog razvoja Županije. Za očekivati je, stoga da će nositelji regionalne i/ili lokalne samouprave, zajedno s različitim institucijama javnog sektora, privatnim poduzetnicima i različitim građanskim udrugama, usklađeno i posvećeno djelovati u svim fazama njezine operacionalizacije.

U osmišljavanju nove vizije razvoja turizma Županije, traženi su odgovori na četiri ključna pitanja:

- Kakav bi trebao biti turizam na području Kvarnera?
- Koje turističke proizvode treba nuditi na Kvarneru?
- Koji su ključni razlikovni elementi turističkog proizvoda Kvarnera u odnosu na konkurenciju?
- Kako bi valjalo upravljati turističkim razvojem na Kvarneru?

Uvažavajući globalne trendove u turizmu te relevantno konkurentsko okruženje i potencijal resursno-atraksijske osnove Kvarnera, dobiveni odgovori, iskazani ključnim odrednicama i specifičnim iskazima, prezentiraju se u nastavku.

Tablica 2.3.1. Ključne odrednice razvojne vizije turizma Kvarnera

Ključne odrednice	Specifični iskazi
<p>Kakav bi trebao biti turizam na Kvarneru?</p> <ul style="list-style-type: none"> • globalno konkurentan • proizvodno diversificiran • stopljen s lokalnom kulturom života i rada, autentičan i emotivno nabijen • ekološki prihvatljiv • sezonski prilagođen • prostorno disperziran 	<p>Turistički sektor Kvarnera trebao bi biti u stanju uspješno konkurirati najvećem broju usporedivih svjetskih odmorišnih regija. Konkurentske sposobnosti turizma Kvarnera rezultat su proizvodne diversifikacije i veće disperzije turističke aktivnosti na cjelokupnom prostoru Županije, ponude autentičnih, emotivno nabijenih sadržaja, ekološke očuvanosti te 'duha mjesta', omogućavajući poslovanje tijekom većeg dijela godine.</p>
<p>Koje turističke proizvode na Kvarneru treba nuditi?</p> <ul style="list-style-type: none"> • sunce i more • zdravstveni turizam • sport, rekreacija i nautika • kulturni turizam • poslovni turizam 	<p>Kao odredište fokusirano na opuštanje, psihofizičku rekuperaciju i zdravlje, portfelj turističkih proizvoda Kvarnera obuhvaća međusobno komplementarne proizvode u svim sferama zdravstvenog turizma, ali i bogatu paletu proizvoda u sferi turizma aktivnosti i ekoturizma, kulturnog turizma i nautičkog turizma. Istodobno, aktivni i/ili opuštajući obiteljski odmor na suncu i moru, unaprijeđen i sadržajno oplemenjen, i dalje ostaje nezaobilazan čimbenik Županijske prepoznatljivosti.</p>
<p>Koji su ključni razlikovni elementi turističkog proizvoda Kvarnera u odnosu na konkurenciju?</p> <ul style="list-style-type: none"> • blizina velikih europskih emitivnih tržišta • raznolikost <ul style="list-style-type: none"> ○ reljefna ○ gastronomska ○ kulturna • bogatstvo turistički nevaloriziranog prostora • usmjerenost na zdravlje • suvremena kulturna produkcija • eko orijentacija • sustav brendiranja <ul style="list-style-type: none"> ○ Kvarner family ○ Kvarner gourmet ○ Kvarner outdoor ○ Kvarner health/wellbeing 	<p>Ključni razlikovni elementi na temelju kojih će se cijela Županija uspješno tržišno diferencirati od konkurencije, kako u zemlji, tako i na Mediteranu, uključuju ne samo reljefnu, kulturnu, gastronomsku ili klimatsku raznolikost, naglašenu eko-orijentaciju te sustav brendiranja različitih sadržaja uslužne ponude, već i bogatstvo turistički iskoristivog, a još uvijek nevaloriziranog prostora, naglašenu orijentaciju prema zdravstvenom turizmu kao i vibrantnu kulturnu scenu (osobito Rijeka).</p>
<p>Kako bi valjalo upravljati turizmom na Kvarneru?</p> <ul style="list-style-type: none"> • sukladno razvojnoj viziji i razvojnim prioritetima • transparentno • društveno, ekonomski i ekološki održivo • vodeći računa o turističko raspoloživoj resursno-atrakcijskoj osnovi • u interesu (malih i srednjih) poduzetnika • potičući suradnju javnog i privatnog sektora • usmjeravanjem na korištenje mogućnosti EU financiranja 	<p>Turizmom na području Županije valjalo bi upravljati u skladu s odrednicama usvojene razvojne vizije. Drugim riječima, odgovornost, transparentnost, suradnja javnog i privatnog sektora i jasni prioriteti u donošenju ključnih razvojno-investicijskih odluka trebali bi rezultirati ne samo razvojnom održivošću kako u ekološkoj, tako i u socijalnoj i ekonomskoj sferi, već i uspješnom korištenju EU izvora u financiranju kapitalne turističke infra i supra strukture.</p>

Polazeći od odrednica uspostavljenih razvojnih načela kao i ključnih zaključaka konzultativno-participativnog procesa, a uvažavajući, pritom, i bitna razvojna usmjerenja drugih relevantnih strateških razvojnih dokumenata od interesa za razvoj turizma Županije kao što su:

- Strategija razvoja PGŽ 2016. – 2020. (konkurentnost, održivost, poželjnost),
- Glavni plan razvoja turizma PGŽ (zdravlje, prirodni i kulturni resursi) te
- Strategija razvoja turizma RH do 2020. (održivost, kultura kvalitete, autentični sadržaji i doživljaji),

definirana je nova vizija turističkog razvoja Kvarnera koja glasi:

KVARNER

GLOBALNO KONKURENTNA, CJelogodišnja, EMOTIVNO DOJMLJIVA I INSPIRATIVNA TURISTIČKA DESTINACIJA

U sljedećoj dekadi Kvarner će postati globalno konkurentna, cjelogodišnja turistička destinacija prepoznatljiva po sadržajnosti, kvaliteti i emotivnom naboju turističkih doživljaja baziranih na očuvanju zdravlja, uživanju u ambijentu očuvane prirode i istraživanju lokalne kulture života i rada.

Raznolikost subregija, dubina i širina ponude, osebnost destinacija, inspirativna prezentacija atrakcija, vibrantna kulturna scena, kvaliteta autentičnog smještaja i vrhunska ugostiteljska ponuda predstavljat će ključne razlikovne elemente jedinstvenog identitetskog sustava.

Dugoročno održiv, prostorno ravnomjerniji i sezonsko ujednačeniji turistički razvoj Županije bit će rezultat stimulativnog poslovnog ozračja, odgovornog destinacijskog menadžmenta i uspješne suradnje javnog i privatnog sektora.

Nova vizija turističkog razvoja Kvarnera zasniva se na međuodnosu četiri „stupa“ koji omeđuju zajedničku platformu djelovanja razvojnih dionika:

- **Tržišna pozicija:** Globalno konkurentna, cjelogodišnja i sadržajima bogata turistička destinacija.
- **Vrijednosti za goste:** Pejzažna, kulturna i gastronomska raznolikost subregija, inspirativni sadržaji, autentičnost i kvaliteta predstavljaju ključne odrednice destinacijske ponude kako na lokalnoj, tako i na županijskoj razini.
- **Proizvodi:** Fokus na skup komplementarnih turističkih proizvoda koji osiguravaju cjelogodišnje poslovanje, odvijaju se na cijelom prostoru Županije, a počivaju na opuštanju, uživanju i/ili istraživanju očuvane prirode te lokalne kulturne baštine, uz specijalizaciju na očuvanje zdravlja.
- **Upravljanje:** Odgovoran destinacijski menadžment koji potiče suradnju javnog i privatnog sektora te uspostavlja poticajno poslovno okruženje za razvoj poduzetništva.

2.4. Ciljevi turističkog razvoja

Ciljevi turističkog razvoja Županije predstavljaju dekompoziciju vizije na konkretne, detaljnije operativne zadatke čije je ostvarenje moguće mjeriti, nadzirati i poticati. Odgovarajući na problem uklanjanja strateških nedostataka te kapitalizirajući na postavljenim strateškim prednostima, ciljevi konzistentno i sažeto opisuju željene ishode razvoja u vremenskom horizontu ovog dokumenta.

Nacionalna strateška usmjerenja razvoja turizma (Strategija razvoja turizma Hrvatske, NN 55/13) u viziji i ciljevima naglašava usmjerenje prema raznovrsnosti i autentičnosti sadržaja/doživljaja u cilju povećanja atraktivnosti/konkurentnosti, pri čemu se posebno ističe potreba komercijalizacije niza novih, međunarodno konkurentnih doživljaja. Slijedeći postavljeni okvir koji izdvaja autentičnost i

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

raznovrsnost turističkih proizvoda/doživljaja te polazeći od potrebe razvoja turizma na načelima održivosti, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. fokusirana je na osmišljavanje novih te povećanje kvalitete/atraktivnosti postojećih turističkih proizvoda, odnosno na povećanje konkurentnosti, ravnomjerniji turistički razvoj kao i jačanje identiteta Županije i njezinih subdestinacija. Osim toga, dodatno valja ukazati i na detektirane 'slabosti' turizma Kvarnera, među kojima se posebno ističu prepoznatljivost Kvarnera na turističkom tržištu, suradnja dionika u turizmu, struktura proizvoda, sezonalnost turističkog prometa kao i struktura smještajnih kapaciteta.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020., Situacijska analiza), a koje su kao glavne slabosti turizma Kvarnera detektirane nedovoljno dobru prepoznatljivost Kvarnera na turističkom tržištu, suradnju dionika u turizmu, strukturu proizvoda, sezonalnost turističkog prometa te strukturu smještajnih kapaciteta, glavni cilj razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2020. godine predstavlja daljnje **jačanje tržišne pozicije Kvarnera kao cjelogodišnje destinacije temeljem rasta konkurentnosti sustava turističkih doživljaja svake od subregija.**

Pri tome, u okviru planskog horizonta ovog dokumenta odnosno do 2020. godine, zbog kratkoće vremenskog razdoblja, nije realno očekivati puno efektuiranje učinaka operativnih strategija razvoja te će kretanja do 2020. godine biti prije svega odraz dosadašnjih trendova. U tom smislu, kvantitativni razvojni cilj do 2020. godine predstavlja povećanje ukupne godišnje potrošnje turista za 30%, dok se očekuje da će realiziranje planiranog razvojnog potencijala Županiji do 2025. godine osigurati udvostručenje turističke potrošnje u odnosu na 2015. godinu.

Slika 2.4.1. Sustav ciljeva i prioritetnih operativnih strategija razvoja turizma Kvarnera do 2020.



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Budući da ostvarenje postavljenog cilja naglašava potrebu podizanja sposobnosti Županije da kreira i uspješno komercijalizira složene turističke proizvode više dodane vrijednosti, vodeći istodobno računa o kvaliteti prostora, očuvanju resursno-atraktivne osnove te blagostanju lokalnog stanovništva, postavljeni cilj nalaže:

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

- podizanje tržišne prepoznatljivosti Kvarnera kao poželjne cjelogodišnje destinacije kroz izgradnju snažne brend arhitekture, ciljane promotivne kampanje, ali i pokretanje Županijskih imidž projekata/investicija
- širenje i produblivanje sustava turističke uslužne ponude ('hardware' i 'software') prilagođene očekivanjima sve brojnijih potrošačkih skupina i tržišnih niša
- unapređivanje sustava destinacijskog menadžmenta u funkciji optimalnog korištenja resursne osnove te povezivanja javnog i privatnog interesa kako u gospodarski i prostorno uravnoteženom turističkom razvoju, tako i u promociji

Drugim riječima, postizanje glavnog strateškog cilja turističkog razvoja Županije podrazumijeva ostvarivanje sljedećih operativnih ciljeva¹ (slika 2.4.1.):

- **podizanje turističke prepoznatljivosti** iskazanog mjerljivim ciljem kao **povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta za 2,2 postotna boda do 2020. godine odnosno 7,5 postotnih bodova do 2025. godine**. Taj se operativni cilj ostvaruje se provedbom prioriternih operativnih strategija usmjerenih na:
 - Marketing (brendiranje, tržišta, proizvodi, potrošački segmenti)
 - Image projekti (strateška kapitalna ulaganja)
- **obogaćivanje destinacijskog lanca vrijednosti** iskazanog mjerljivim ciljem kao **povećanje smještajnih kapaciteta županije za 4% do 2020. godine (7500 postelja)**. Taj se operativni cilj ostvaruje provedbom sljedećih prioriternih operativnih strategija:
 - Razvoj turističke ponude u priobalju i na otocima
 - Razvoj turističke ponude u Gorskom kotaru
 - Razvoj javne turističke infrastrukture
 - Razvoj turističke prometne infrastrukture
- **unapređenje sustava destinacijskog upravljanja i menadžmenta** iskazanog mjerljivim ciljem kao **povećanje prosječne dnevne potrošnje dolaznih posjetitelja za 13% do 2020. godine, ali i 34% do 2025. godine** u odnosu na 2014. godinu. Taj se operativni cilj ostvaruje provedbom sljedećih prioriternih operativnih strategija:
 - Upravljanjem procesima
 - Razvojem ljudskih potencijala
 - Upravljanjem kvalitetom
 - Upravljanjem investicijama.

¹ Operativne strategije prilagođene su definiranom sadržaju dokumenta u okviru Dokumentacije za nadmetanje za nabavu usluge izrade Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine

3. OPERATIVNE STRATEGIJE

3.1. Marketing

Cilj: Povećanje tržišne prepoznatljivosti sustava turističkih doživljaja Kvarnera

Polazište: Obuhvaćajući planinski Gorski kotar, primorske rivijere Opatije, Rijeke, Crikvenice i Novog Vinodolskog te otoke Krk, Rab, Cres i Lošinj, Kvarner je regija rijetko raznolike turističke resursno-atraktivne osnove. Uz to, najbliža i lako dostupna toplo-morska destinacija velikim Srednje-europskim tržištima, Kvarner je također odredište s najdužom turističkom tradicijom u Hrvatskoj. Tijekom proteklih desetak godina Kvarner bilježi kontinuirani rast noćenja i potrošnje, a tržišna istraživanja ukazuju da ima najzadovoljnije i najlojalnije goste među primorskim županijama.

Istovremeno, međutim, tržišna pozicija Kvarnera postupno slabi. Prema broju turističkih noćenja, udio Kvarnera se smanjuje, prosječna dnevna potrošnja niža je od prosjeka Hrvatske, a Kvarner je i najmanje uspješan među primorskim županijama u generiranju nove potražnje. Visoka sezonalnost poslovanja i koncentracija gostiju uz uski obalni rub, kao odraz dominantno obiteljske, pasivnim odmorom na suncu i moru motivirane potražnje, godinama je nepromijenjeno obilježje turističkog poslovanja. Recentna istraživanja snage brenda 'Kvarner' ukazuju da je svjesnost o regiji prilično slaba, pri čemu su pojedine destinacije, specifično otok Krk, Rijeka i Opatija, nešto poznatije od samog Kvarnera. Iako je opći dojam postojećeg slogana Kvarnera 'Raznolikost je lijepa' vrlo dobar, to ne podrazumijeva i stvarnu percepciju raznolikosti s obzirom da su prirodna ('sunce i more', 'prirodne ljepote') i donekle klimatska ('zdrava klima') obilježja jedine snažne asocijacije koje se vežu uz odmor na Kvarneru.

Postojećim turističkim modelom Kvarner propušta niz prilika što proizlaze iz tržišnih trendova u okruženju. Dok se na Kvarner pretežito dolazi radi obiteljskog ljetnog odmora na suncu i moru, ovo je vrijeme izrazite segmentacije potražnje gdje, primjerice, brojni oblici aktivnog odmora, kulturom ili zdravljem motivirana putovanja pokazuju visoke stope rasta. Dok su gosti Kvarnera većinom zainteresirani za pasivan odmor, ovo je vrijeme ekonomije doživljaja i aktivnog, angažiranog kupca zabavnih, edukativnih, estetskih, eskapističkih ili kombinacije tih iskustava. Dok na Kvarner dolaze gosti koji ga već jako dobro poznaju iz vlastitih prethodnih iskustava, danas je doba komunikacijskih tehnologija koje dopiru do novih kupaca širom svijeta.

Situacija koju obilježavaju raskorak između postojeće prakse i prilika što proizlaze iz okruženja uz slabljenje tržišne pozicije iziskuje promjenu smjera u strateškom i operativnom marketingu Kvarnera. Inovacija destinacijske marketinške prakse u izravnoj je funkciji Razvojne strategije Primorsko-goranske županije 2016.-2020. i postavljenog strateškog cilja razvoja konkurentnog i održivog gospodarstva i kroz unapređenje turizma odnosno pozicioniranje Županije među vodećim europskim turističkim destinacijama. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine i Strateški marketing plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020., kao krovni sektorski dokumenti, ističući viziju Hrvatske kao cjelogodišnje destinacije, snažnog turističkog brenda i ponudom iskustvenih proizvoda, trasiraju i smjer Kvarnera.

Opis: Strategija marketinga Kvarnera kao turističke destinacije obuhvaća tematiku destinacijskog brendiranja, odabir ciljnih geografskih tržišta i segmenata kupaca, opis

proizvodnog miksa te komunikacijsku strategiju koja se operacionalizira kroz operativni marketing plan. U tom smislu strategija marketinga predviđa sljedeće mjere:

- Jačanje brenda Kvarnera
- Diversifikacija ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata
- Diversifikacija sustava turističkih proizvoda Kvarnera
- Komunikacija vrijednosti Kvarnera ciljnim publikama

Strategija marketinga, odnosno navedene mjere razrađuju se kroz Strateški i operativni marketing plan Kvarnera do 2020. godine.

Mjere: Mjera 1.1: Jačanje brenda Kvarnera

Cilj mjere: Povećanje svjesnosti i razumijevanja brenda 'Kvarner'

Opis: Uslijed izrazito visoke razine konkurencije na suvremenom turističkom tržištu te sve izraženije potrebe za sigurnosti na putovanju, prepoznatljivost destinacija danas je postala kritičan faktor njihove uspješnosti. U tom smislu brendiranje destinacija s ciljem generiranja prepoznatljivog i poželjnog imidža javlja se kao nezaobilazna praksa u suvremenom destinacijskom marketingu.

Potreba ulaganja u destinacijsko brendiranje široko je prepoznata u Hrvatskoj. Kao jedna od mjera predviđena Strategijom razvoja turizma RH do 2020. i operacionalizirana kroz Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020., Hrvatska turistička zajednica lansirala je tijekom 2015. godine novu kampanju 'Hrvatska - puna života' čiji je cilj kroz interpretaciju brojnih aspekata hrvatskog stila života utjecati na promjenu jednodimenzionalnog imidža Hrvatske kao isključivo ljetne odmorišne destinacije sunca i mora. Na razini Kvarnera, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. također predviđa potrebu stvaranja turističkog identiteta Županije te postavlja cilj pozicioniranja Županije među vodećim europskim turističkim destinacijama.

Rezultati istraživanja postojeće snage i percepcije brenda 'Kvarner', provedenog za potrebe ovog Strateškog plana na nekim od primarnih tržišta Kvarnera (Austrija, Njemačka, Italija, Slovenija), ukazalo je, međutim, na dva značajna, danas prisutna, problema. Kao prvo, spontano poznavanje Kvarnera, odnosno svjesnost o regiji je niska, bitno niža od Istre i od Dalmacije, pri čemu su neke kvarnerske subregije, prije svega otok Krk, zatim Rijeka i Opatija, malo poznatije od samog Kvarnera. Kao drugo, percepcija Kvarnera, i to među ispitanicima koji su posjetili regiju, vrlo je ograničena te uključuje snažne asocijacije jedino na odmor na suncu i moru, odnosno u manjoj mjeri i na prirodna i klimatska obilježja regije. Istovremeno, gotovo u svojevrsnoj kontradikciji, opći dojam postojećeg slogana Kvarnera 'Raznolikost je lijepa' vrlo je dobar. Može se zaključiti da, iako se koncept 'raznolikosti' u načelu smatra relevantnim i poželjnim obilježjem destinacije, gosti ipak ne percipiraju Kvarner kao takav.

Polazeći od saznanja da brend 'Kvarner' opterećuju niska svjesnost regije i dominantno jednodimenzionalna percepcija ljetne odmorišne destinacije, ovom se mjerom predviđa jačanje snage brenda kroz:

- Povećanje razumijevanja raznolikog karaktera Kvarnera odnosno različitih stilova 'wellbeing-a' ili obilježja 'dobrog života' svake od kvarnerskih subregija;
- Povećanje relevantnosti brenda na način da se pozicionira prema odabranim ciljnim publikama;
- Povećanje koherentnosti i svjesnosti na način da se definira brend arhitektura kojom krovni brend 'Kvarner' obuhvaća subregionalne brendove, proizvodne brendove, kvalitativne brendove, brendove za određene ciljne potrošačke segmente i sustav 'top' brendova;
- Povećanje svjesnosti kroz intenziviranje *co-branding* prakse brenda 'Kvarner' sa sustavom subregionalnih turističkih zajednica, javnim sektorom i komercijalnim brendovima;

- Povećanje svjesnosti i razumijevanja kroz inovacije u integriranoj promocijskoj i komunikacijskoj praksi.

S obzirom da jačanju brenda 'Kvarner' može pridonijeti i realizacija određenih imidž projekata ili manifestacija, iste se također adresiraju u sklopu mjere.

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, JLS, javne ustanove, gospodarski subjekti, sustav turističkih zajednica

Vremenski obuhvat: 2016.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020.
- Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020.

Mjera 1.2: Diversifikacija ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata

Cilj mjere: Daljnja penetracija na postojeća geografska tržišta s povećanjem udjela interesno profiliranih gostiju aktivnog životnog stila

Opis: Tradicionalno najveći udio turističke potražnje na Kvarneru dolazi s velikih i bližih tržišta Srednje Europe, prije svega iz Njemačke, Slovenije, Austrije, Italije, Češke i Mađarske te s domaćeg tržišta, dok se udjelom noćenja udaljenije europske zemlje uključujući Poljsku, zemlje Beneluksa i Skandinavije mogu karakterizirati kao sekundarna tržišta, odnosno rast noćenja iz Švicarske, Velike Britanije, Francuske, Španjolske te Rusije i Ukrajine svrstava ove zemlje u skupinu potencijalno značajnih ili izazovnih tržišta. Pretežito se radi o potražnji obitelji i drugim, manjim tržišnim segmentima s preferencijom putovanja tijekom ljetnog odmora što je jedan od ključnih razloga postojeće visoke koncentracije dolazaka tijekom ljetne sezone i koncentracije turističke aktivnosti uz uski obalni pojas.

S druge strane, izuzetna raznolikost resursno-atraktivne osnove Kvarnera otvara iznimne mogućnosti zadovoljavanja interesa dodatnih, danas rastućih segmenata potražnje zainteresiranih za 'ne-samo-ljetne' sadržaje fizički aktivnog odmora, zdravlja i kulture, a koji imaju mogućnost i sklonost putovanju izvan ljetne sezone. U tom smislu, uz i u budućnosti neupitno usmjerenje na segment obitelji koji će, kao u svim morskim destinacijama, uvijek predstavljati vodeći tržišni segment, a u skladu sa strateškim odrednicama županijskih i sektorskih dokumenata višeg reda i nadovezujući se na dosadašnje napore turističkog sektora u ciljanom marketingu, ovom se mjerom određuje diversificirana struktura ciljnih potrošačkih segmenata na postojećim geografskim tržištima prema kojima Kvarner želi ostvariti proboj.

Diversifikacija segmenata podrazumijeva fokusiranje komunikacijskih i prodajnih napora na sljedeće skupine psihografski i demografski određenih grupa gostiju, pri čemu se naglašavaju segmenti orijentirani i na putovanja u pred i post sezoni:

Ciljni segment	Motivacija	Demografija	Vrijeme
'Opušteni odmarajući'	Relaksirajući i mirniji odmor	Obitelji s djecom Mladi (18-24)	6.-9. mjesec
		Zrela dob (50-65) Treća dob (65+)	5.-10. mjesec
		Mladi parovi (25-35)	
'Fizički aktivni'	Sportsko-rekreacijski izazovi na otvorenom	Mladi parovi/prijatelji (25-35) Zrela dob (50-65) Mladi (18-24) Amaterski i prof. klubovi	Cijela godina
'Kulturnjaci'	Istraživanje lokalne kulturne baštine	Zrela dob (50-65) Mladi parovi/prijatelji (25-35) Mladi (18-24)	Cijela godina

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

'Zdravstveno osviješteni'	Briga o psiho-fizičkom zdravlju	Zrela dob (50-65) Mladi parovi (25-35) Treća dob (65+)	Cijela godina
'Hedonistički skloni'	Razmaziti se	Mladi parovi/prijatelji (25-35) Zrela dob (50-65)	5.-10. mjesec
'Party gosti'	Veseliti se i družiti se	Mladi (18-24) Mladi parovi/prijatelji (25-35)	6.-9. mjesec
Poslovni gosti	Posao, MICE	Tvrtke, organizatori MICE	Cijela godina

Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Snažniji tržišni proboj fokusiranjem na odabrane ciljne potrošačke segmente podrazumijeva ponudu i komunikaciju svakom segmentu relevantnih i prilagođenih vrijednosti te se u tu svrhu izrađuju 'profili segmenata'. To nalaže dodatan napor u identificiranju i praćenju potreba odabranih segmenata kroz primarna ili sekundarna tržišna istraživanja.

Mjerom se prioritiziraju ciljna geografska tržišta, odnosno geo-zone, kao i ciljni potrošački segmenti te se u konačnici naznačuju prioritetni segmenti na svakom od geografskih tržišta. Predviđa se i daljnje prilagođavanje individualnim gostima posebno kroz raspoloživost i dostupnost informacija.

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, gospodarski subjekti

Vremenski obuhvat: 2016.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020.
- Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020.

Mjera 1.3: Diversifikacija sustava turističkih proizvoda Kvarnera

Cilj mjere: Razvoj sustava iskustvenih turističkih proizvoda visoke vrijednosti

Opis: Ljetni odmor na suncu i moru najrazvijeniji je i dominirajući turistički proizvod Kvarnera. Determiniran blizinom i dostupnošću Kvarnera velikim turističkim emitivnim tržištima Srednje Europe s navikom masovnog odlaska na ljetni godišnji odmor, ovo je proizvod kojem je današnja turistička ponuda Kvarnera najbolje prilagođena. Usmjerenost tijekom proteklih 50-ak godina intenzivnog bavljenja turizmom pretežito na ponudu sunca i mora rezultirala je visokom koncentracijom potražnje uz uski obalni potez tijekom ljetne sezone, dok su ostali prostori i dijelovi godine gotovo neiskorišteni.

Svijest o potrebi napuštanja ovog mono-turističkog modela i diversifikaciji proizvodnog portfelja u cilju produženja sezone i disperzije turističke aktivnosti već je dugo prisutna u stručnoj i širokoj javnosti Kvarnera. To je ujedno i ključno usmjerenje niza strateških dokumenata izrađenih na različitim razinama tijekom godina, uključujući i one aktualne: Razvojnu strategiju Primorsko-goranske županije 2016.-2020., Strategiju razvoja turizma RH do 2020. godine i Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020. Činjenica je također da su u proteklih 10-ak godina na Kvarneru napravljeni važni pomaci u razvoju kompleksnije strukture turističke ponude, uključujući primjerice snažan zamah u izgradnji turističke infrastrukture, a prije svega raznih tipova staza i šetnica, u razvoju wellness i medicinskog turizma, u razvoju gastronomske ponude, u opremanju hotela za cjelogodišnji rad, u formiranju proizvodnih brendova poput 'Kvarner Outdoor', 'Kvarner Culture', itd. Iako bitni, čini se međutim opravdanim ustvrditi da su, s obzirom na i dalje izraženu sezonalnost i prostornu koncentraciju turističkog poslovanja, ovakvi pomaci još uvijek više u funkciji obogaćivanja ljetne ponude sunca i mora nego i stvarnog širenja proizvodnog portfelja Kvarnera.

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

No nedvojbeno je da razina svijesti o potrebi promjene dosadašnje turističke prakse i već ostvareni pomaci u razvoju proizvoda, uz nove prilike što proizlaze temeljem nadasve raznolike resursno-atraktivne osnove Kvarnera i interesa visoko segmentiranog turističkog tržišta, govore u prilog daljnjeg intenziviranja procesa proizvodne diversifikacije. Ovom se mjerom trasira odvijanje tog procesa kroz dva paralelna pod-procesa. Na prvoj razini, diversifikacija podrazumijeva nastavak razvoja strukturno kompleksnijeg portfelja koji uključuje sljedeće grupe proizvoda:

Proizvodi odmora (glavni odmor, kratki odmor, jednodnevni izleti)		
OPUŠTANJE	Sunce i more	Ljetni odmor Proljeće/jesen uz more
	Ruralni turizam	Ljetni odmor Proljeće/jesen u zelenom
	Zdravstveni turizam	Wellness Thalasso/Lječilišni Medicinski
UŽIVANJE	Sport i rekreacija	Cikloturizam; Pješačenje i planinarenje Ronjenje/Sportovi na moru Adrenalinski sportovi Zimski turizam Lov i ribolov Sportske pripreme
	Nautički turizam	Jahting Kruzing
	Golf	Golf
	Kulturni turizam	Gradski turizam Eno-gastronomija Turizam baštine Vjerski turizam Veliki festivali i manifestacije
ISTRAŽIVANJE	Ekoturizam	Promatranje flore i faune Eko volontiranje
Proizvodi poslovnog turizma		
SASTAJANJE	Poslovni turizam	Poslovna putovanja Poslovni skupovi Team-building Insentive putovanja

Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Uklapajući se u strukturu iskustava 'opuštanja', 'uživanja', 'istraživanja' i 'sastajanja' što ih, prema Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2014.-2020., nudi Hrvatska, Kvarner razvija devet kompleksnih proizvodnih linija koje, sagledavane u cjelini, pružaju bogatu i raznoliku skupinu 'kvarnerskih iskustava' na području svih subregija tijekom većeg dijela godine. Očigledno je da se, uz ponudu sunca i mora, Kvarner posebno ističe proizvodima zdravlja, sporta i rekreacije te kulturnim turizmom. Upravo se proizvodima zdravstvenog turizma te aktivnim *outdoor* proizvodima Kvarner želi pozicionirati na turističkom tržištu kao specijalist za 'zdravi život', a čemu naročito pridonosi i orijentacija Županije na razvoj zdravstvene industrije kao jednim od ključnih strateških usmjerenja.

Na drugoj razini, diversifikacija podrazumijeva 'nadogradnju' funkcionalnih sadržaja proizvoda sa sadržajima i uslugama koje proizvod pretvaraju u iskustvo. Drugim riječima, u skladu s obilježjima i interesima glavnih ciljnih segmenata, teži se stvaranju 'proširenih proizvoda' visoke emotivne vrijednosti što proizlazi iz njihovih zabavnih, edukativnih, estetskih, eskapističkih ili nekih drugih obilježja sa snagom 'uvlačenja' gosta u interaktivne, multisenzorne, autentične, iskrene i nesvakodnevne 'priče' ili iskustva. Vrijednosni prijedlozi i pozicioniranje pojedinih proizvodnih linija Kvarnera temelje se i na ovakvoj orijentaciji. Pokreće se time novi kvalitativni iskorak i proces re-pozicioniranja Kvarnera u destinaciju više vrijednosti. Ovaj je proces podržan prije svega edukacijskim i informacijskim sadržajima namijenjenim ponuđačima širokog spektra sadržaja i usluga,

kao i spektrom komunikacijskih aktivnosti usmjerenih prema sklonim partnerima i potencijalnim gostima.

Sadržajnost ukupnog proizvodnog portfelja Kvarnera omogućuje ovom mjerom predviđenog strukturiranja raznolike ponude touring prijedloga, uključujući, primjerice, tematske ture (npr. biciklističke ture, krstarenja, 'island hopping', eno-gastro ture, itd.) ili sub-regionalne i među-županijske itinerere. Svaki od odmorišnih proizvoda moguće je nadalje nuditi u obliku glavnog odmora, kratkog odmora (2-4 dana), a veći dio i kao jednodnevan izlet.

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera (promotor i facilitator inicijativa)

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, Primorsko-goranska županija, JLS, javne ustanove, gospodarski subjekti

Vremenski obuhvat: 2016.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020.
- Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020.

Mjera I.4: Komunikacija vrijednosti Kvarnera ciljnim publikama

Cilj mjere: Povećanje prepoznatljivosti i poželjnosti Kvarnera

Opis: Kao glavni nositelj turističke promocije Kvarnera, TZ Kvarnera uključena je samostalno ili u suradnji s turističkom industrijom u širok spektar *online* i *offline* komunikacije i distribucije vrijednosti. Godišnji budžet namijenjen ovim aktivnostima u 2016. godini iznosio je 9,7 milijuna kuna (Program rada s financijskim planom TZ Kvarnera za 2016. godinu). Najveći udio sredstava ulaže se u *offline* komunikaciju (69 %), obuhvaćajući oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora, funkcioniranje info punktova te izdavanje *newslettera* i tiskanih promocijskih materijala, zatim u sajamske nastupe, prezentacije i studijske posjete (23 %), dok se daleko najmanji udio odnosi na *online* komunikaciju (8 %), uključujući internetsko oglašavanje, održavanje web portala i SEO i SEM strategiju. Promocijske napore TZ Kvarnera nadopunjuju aktivnosti gradskih i općinskih turističkih zajednica te aktivnosti turističkog gospodarstva u čijoj strukturi, iako u različitim omjerima, također prevladavaju tradicionalni mediji komuniciranja.

S druge strane, tržišni trendovi neosporno ukazuju na stalno rastuću važnost e-marketinga u turizmu te u tom kontekstu aktualni krovni strateški dokumenti hrvatskog turizma apostrofiraju potrebu snažnije orijentacije Hrvatske na suvremene informacijske i komunikacijske tehnologije kao jedne od stožernih premisa daljnjeg turističkog razvoja zemlje. Specifično, Strategija razvoja turizma RH do 2020. ukazuje na potrebu 'zaokreta' prema internetu, intenzivnijem korištenju društvenog weba i mobilnih uređaja, dok se u Strateškom marketinškom planu hrvatskog turizma 2014.-2020. planira pokretanje nove razine digitalne strategije.

U skladu sa širim nacionalnim okvirom i s kretanjima na turističkom tržištu, ovom se mjerom usmjerava na, prije svega intenzivniju, orijentaciju TZ Kvarnera na *online* komunikaciju. Uz nužno povećanje budžeta za e-marketing (prema podacima UNWTO-a destinacijske marketinške organizacije izdvajaju i do oko 25 % godišnjeg budžeta na e-marketing²), riječ je o sljedećim ključnim pomacima:

- Unapređenje online brenda kroz vizuale i tekstualni sadržaj koji stvaraju vjerodostojan imidž raznolikosti Kvarnera fokusirajući se na glavne atribute ili prijedloge vrijednosti, odnosno na raznolikost lijepe i očuvane prirode, raznolikost osebujne kulturne baštine, raznolik 'wellbeing' karakter regije i

² UNWTO (2014), Handbook on E-marketing: A Practical Guide for Tourism Destinations

distinktivni karakter subregija, a koji u konačnici omogućuju raznolika iskustva namijenjena različitim ciljnim skupinama gostiju tijekom većeg dijela godine;

- Unapređenje kvalitete sadržaja odnosno informativnosti Web stranica kroz korištenje središnje 'baze znanja' sa sustavom kontinuiranog punjenja i ažuriranja informacija;
- Unapređenje kvalitete stranica 'Kvarner Family' (informacije o različitim sadržajima specijaliziranim za obitelji) te kreiranje informativnih i poticajnih specijaliziranih stranica za proizvode zdravstvenog turizma ('Kvarner Health and Wellbeing'), sporta i rekreacije ('Kvarner Outdoor'), za ponudu kvarnerskih plaža ('Kvarner Beaches') i za 'Premium ponudu Kvarnera';
- Snažnije usmjerenje na Web 2.0, odnosno korisnički generirane sadržaje uz aktivno sudjelovanje TZ Kvarnera u istima;
- Daljnje prilagođavanje sadržaja novim tehnologijama;
- Povećanje napora u optimizaciji internetskih pretraživača.

Mjerom se nadalje predviđaju inovacije u komunikaciji brenda 'Kvarner' kroz PR i oglašavanje, *push* prema agencijama i facilitatorima specijaliziranim za selektivne oblike turizma te razvoj programa vjernosti za goste. Inovacije u domeni distribucije i prodaje vrijednosti te snažnija orijentacija prema e-marketingu realno će nalagati iznalaženje dodatnog financiranja i/ili promjene u strukturiranju budžeta.

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, Primorsko-goranska županija, JLS, javne ustanove, gospodarski subjekti

Vremenski obuhvat: 2016.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020.
- Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020.

3.2. Imidž projekti: strateška kapitalna ulaganja

Cilj: Priprema i realizacija javnih i privatnih investicijskih projekata koji imaju potencijal povećati tržišnu prepoznatljivost Kvarnera na međunarodnom tržištu

Polazište: Ostvarenje postavljene vizije i ciljeva razvoja turizma Primorsko-goranske županije u izrazito konkurentskom okruženju podrazumijeva i pokretanje nekoliko većih javnih i privatnih investicijskih projekata koje će svojim inovativnim osobinama (tema, lokacija, sadržaji, oblikovanje) imati sposobnost privući pozornost relevantne međunarodne potražnje. Potrebu za pokretanjem takvih projekata potvrđuje analiza konkurentske pozicije Županije i SWOT analiza te provedene strateške radionice koje ukazuju na nedovoljno iskorištene razvojne potencijale u segmentu sportsko-rekreacijskih sadržaja, ponude kulturnih, zabavnih, zdravstveno-turističkih i poslovnih sadržaja kao i nedovoljnu razinu turistifikacije prirodne i kulturne baštine. Pri tome 'turistifikaciju' valja sagledavati u kontekstu poduzimanja različitih aktivnosti koje omogućuju uređen dolazak ili uključivanje turista i posjetitelja u neki sadržaj ili događaj (npr. promocija, turistička signalizacija, interpretacijski sadržaji, uređenje lokaliteta za prihvat turista i sl.).

U tom se smislu, a polazeći od okvira koji postavlja Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/13), na Kvarneru se naročito javlja potreba za sadržajima kao što su sadržaji zabave, sporta i rekreacije, zdravlja/zdravstvenih usluga, kulture, ali i tematski parkovi i namjenski kongresni kapaciteti. Pri tome Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine posebno naglašava pokretanje projekata u već urbaniziranim ili devastiranim prostorima odnosno 'načetim' turističkim razvojnim zonama. Posebno važan segment novih investicija u turističku ponudu povezan je i s privatizacijom i aktiviranje državn

imovine, pri čemu se prioritet turističke politike usmjerava na revitalizaciju zastarjelih/zapuštenih objekata postojeće turističke ponude odnosno turistifikaciju već postojećih, ali napuštenih industrijskih i/ili vojnih objekata i devastiranih područja. Strategija razvoja turizma RH nadalje utvrđuje da se novi objekti, kad god je moguće, trebaju usmjeravati u djelomično izgrađene i infrastrukturno opremljene turističke zone.

Opis: Operativna strategija podrazumijeva osiguranje institucionalnih pretpostavki na nacionalnoj, županijskoj i lokalnoj razini za realizaciju javnih i privatnih investicijskih projekata koji imaju potencijal brzo povećati tržišnu prepoznatljivost Kvarnera na međunarodnom tržištu, a vezani su uz specifične projekte proširenja i poboljšanja kvalitete destinacijske turističke ponude kroz stvaranje značajnih i inovativnih atrakcija odnosno suvremenih turističkih sadržaja. Pri tome se kroz neke od projekata aktivira neadekvatno korištena imovina. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- Imidž projekt Turistifikacija projekta 'Rijeka – Europska prijestolnica kulture 2020. godine'
- Imidž projekt Tematski zabavni park Krk – Voz-Peškera
- Imidž projekt Uspostava mreže inovativno *in situ* prezentiranih prirodnih i kulturnih sadržaja i njihovo povezivanje tematskim turističkim rutama
- Imidž projekt Kongresni centar Opatija-Rijeka
- Imidž projekt Golf Lošinj – Punta Križa
- Imidž projekt Park dupina
- Imidž projekt Kvarner – Centar thalassoterapije
- Imidž projekt Turistifikacija područja Platak - Nacionalni park Risnjak – Dolina Kupe

Mjere: ***Mjera II.1: Imidž projekt Turistifikacija projekta 'Rijeka – Europska prijestolnica kulture 2020. godine'***

Cilj mjere: Orijentacija projekta 'Rijeka – Europska prijestolnica kulture 2020. godine' na turističku potražnju

Opis: Imenovanje Rijeke 'Europskom prijestolnicom kulture 2020. godine (EPK)' prvoklasan je nacionalni kulturni događaj. Pod krovnim sloganom 'Rijeka 2020 – Luka različitosti' osmišljen je kulturni i umjetnički sadržaj posvećen konceptima 'rada', 'vode' i 'migracijama' kroz koje se istražuje i komunicira identitet Rijeke kao multikulturalnog mjesta, otvorenog i dovoljno hrabrog za dijalog, suradnju i umjetničko eksperimentiranje. Očekuje se da provedba čitavog niza programa i projekata predviđenih u sklopu Rijeka-EPK ima potencijal značajno promijeniti život stanovnika grada.³

Stavljajući u prvi plan multikulturalni, otvoren i hrabar karakter grada, projekt Rijeka-EPK može bitno pridonijeti diferencijaciji Rijeke među jadranskim gradovima (i šire), stvaranju snažnog imidža grada te time utjecati na privlačnost i novo turističko iskustvo Rijeke kao međunarodne kulturne destinacije. U tom smislu, EPK također ima potencijal ne samo privući značajan broj gostiju, već i promijeniti poziciju Rijeke na turističkom tržištu.

Ovo je kontekst u kojem turistifikacija projekta Rijeka-EPK dobiva na značaju. Riječ je, naime, o skupu različitih aktivnosti koje omogućuju informiranje turista o projektu, odnosno omogućuju uključivanje gostiju u predviđene Rijeka-EPK sadržaje. Pri tome je važno naglasiti da je komunikacijske aktivnosti usmjerene na turističko tržište moguće i potrebno poduzimati već danas kako bi se ne samo nagovještavao događaj, već i u cilju gradnje imidža Rijeke. Jednako tako, pri planiranju sadržaja Rijeka-EPK uputno je od ranih faza planiranja voditi računa o mogućnosti sudjelovanja turista među kojima značajan broj dolazi sa stranih govornih područja.

³ Prema: www.rijeka2020.eu

Područja obuhvata: Grad Rijeka i šira okolica

Nositelj/koordinator: TZ Grada Rijeke

Ostali dionici: TZ Kvarnera, Primorsko-goranska županija

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostava Rijeka-EPK tima na razini TZ Grada Rijeke i TZ Kvarnera
- Izrada Rijeka-EPK izbornika na web stranicama TZ Grada Rijeke i TZ Kvarnera, osmišljavanje i održavanje sadržaja
- Komunikacija o Rijeka-EPK putem društvenih mreža (Facebook, Twitter, YouTube)
- Uključivanje informacija o Rijeka-EPK u druge oblike stalne promocije i u komunikaciju s partnerima
- Kontinuirana suradnja s Timom za realizaciju Rijeka-EPK
- Sudjelovanje u koncipiranju što bolje turistima prilagođenih sadržaja Rijeka-EPK (npr. koncept sadržaja, prijevodi, prodaja ulaznica, raspored održavanja, itd.)

Mjera II.2: Imidž projekt Tematski zabavni park Krk – Voz-Peškera

Cilj mjere: Razvoj nove turističke atrakcije

Opis: Obogaćivanje turističke ponude Hrvatske i, specifično, Kvarnera sadržajima zabave i rekreacije nedvojbeno je i jasno prepoznata potreba naglašavana kako u sektorskoj Strategiji razvoja turizma RH, tako i u Razvojnoj strategiji Primorsko-goranske županije. Razvoj tematskih zabavnih parkova, s obzirom na njihovu dokazano visoku tržišnu atraktivnost, postavlja se kao jedna od logičnih opcija inovacije ove vrste ponude.

Interes za razvoj tematskih zabavnih parkova, najčešće kombinirajući vodene i atrakcije na zemlji, javlja se na više lokacija na Kvarneru. Pri tome se radi obilježja lokacije posebno zanimljivom čini postojeća turistička (T) zona Voz-Peškera smještena na sjeverno-istočnoj obali otoka Krka u Općini Omišalj koja je već prepoznata u županijskoj i općinskoj prostorno-planskoj dokumentaciji, odnosno predmetom je strateških planova razvoja turizma otoka Krka i Općine Omišalj.⁴ Riječ je o neizgrađenom, radi eksploatacije kamena djelomično devastiranom, području uz more koje je radi svog industrijskog i prometom opterećenog okruženja (npr. JANAF, LNG, rafinerija Urinj, Luka Rijeka, Most Krk, Zračna luka Rijeka) potpuno neprikladno za razvoj sadašnjim prostornim planovima predviđenih sadržaja klasične odmorišne i nautičke ponude (T1 i T2 zona), dok je, s druge strane, radi dostupnosti i blizine velikim turističkim aglomeracijama na obali i otoku Krku te tranzitnim tokovima s otoka Cresa, Lošinja i Raba, ovo istovremeno visoko potentna zona za razvoj tematskog zabavnog parka kao sadržaja koji je bitno manje osjetljiv na problematično okruženje, a čija uspješnost pretpostavlja veliku potražnju.

S obzirom na raspoloživ prostor od oko 50 ha, 'razvedenu' konfiguraciju terena podijeljenog na dvije uvale te činjenicu da neposredna okolica nije nastanjena što umanjuje inače uobičajen problem ovakvih sadržaja u ometanju reda i mira lokalne zajednice, Tematski zabavni park Krk smješten na ovoj lokaciji može se razviti u značajan kompleks različitih sportsko-rekreacijskih, adrenalinskih, vodenih i bazenskih sadržaja, jednako kao što je moguće ponuditi i sadržaje za scenska, muzička i festivalska događanja različitih kapaciteta. Originalna i ujedinjavajuća tema može podići iskustvenu vrijednost ponude. Miks sadržaja i događanja u Parku otvara mogućnost ciljanja vrlo različitih demografskih i interesnih skupina posjetitelja, osiguravajući korištenje tijekom cijelog dana odnosno tijekom ljeta kao i pred i post-sezone. Bogatstvom, privlačnosti i kvalitetom ponude te 'centralnom' lokacijom na Kvarneru Tematski zabavni park Krk ima

⁴ Prostorni plan Primorsko-Goranske županije (2013); PPU Općine Omišalj (2013); UPU Voz-Peškera (2012); Institut za turizam (2011), Strateške smjernice i Akcijski plan razvoja turizma Općine Omišalj; Institut za turizam (u izradi), Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020.

potencijal pozicionirati se kao jedna od središnjih atrakcija cijele regije, a time ima i potencijal podići razinu prepoznatljivosti Kvarnera u cjelini.

Turistička zona Voz-Peškera u većinskom je vlasništvu Općine Omišalj s manjim udjelom vlasništva RH što pokretanje projekta razvoja Tematskog zabavnog parka Krk u vremenskom horizontu ovog dokumenta čini realnim.

Područja obuhvata: Turistička zona Voz-Peškera, otok Krk

Nositelj/koordinator: Općina Omišalj u suradnji s Primorsko-goranskom županijom

Ostali dionici: TZ Omišalj, TZ otok Krk, TZ Kvarner, Zavod za prostorno uređenje PGŽ

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostava stručnog projektnog tima (do prepuštanja projekta investitoru)
- Izrada koncepta najbolje uporabe i ocjena društveno-ekonomske održivosti
- Razrada koncepta javno-privatnog partnerstva
- Izrada idejnog rješenja
- Izrada strateške procjene utjecaja na okoliš
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu
- Prezentacija projekta potencijalnim investitorima i operaterima te odabir strateškog partnera
- Daljnje aktivnosti izvan domene odgovornosti nositelja/koordinatora: izrada cjelovite projektne dokumentacije i ishođenje građevinskih dozvola, osiguranje izvora financiranja, gradnja Tematskog zabavnog parka Krk, otvaranje i stavljanje u uporabu

Mjera II.3: Imidž projekt Uspostava mreže inovativno in situ prezentiranih prirodnih i kulturnih sadržaja i njihovo povezivanje tematskim turističkim rutama

Cilj mjere: Očuvanje, prezentacija i podizanje atraktivnosti prirodne i kulturne baštine Kvarnera kroz primjenu inovativne muzeološke prakse

Opis: Koncept eko-muzeja nastao je 1970.-tih godina kao 'muzej novog žanra' posvećen, bez obzira na prefiks 'eko', prezentaciji vrijednih prirodnih i kulturnih sadržaja *in situ* te objedinjavanju dislociranih sadržaja u zajednički sustav. Ovakav, može se reći, 'fragmentirani' muzej zauzima se za holistički i interdisciplinarn pristup građi, uključivanje lokalne populacije u muzejske aktivnosti kao i za visoku razinu interakcije s posjetiteljima. Eko-muzeji su svojevrsan odgovor muzeologije na potrebu demokratizacije muzeja i njihovog preuzimanja veće odgovornosti za razvoj društva.⁵

Eko-muzeji kao mreža inovativno, na licu mjesta, prezentirane zaštićene i/ili značajne prirodne i kulturne baštine čine posebno kvalitetan okvir za objedinjavanje 'raspršenih', ne nužno i snažno prepoznatljivih, sadržaja u velikim i raznolikim regijama poput Primorsko-goranske županije. Naime, kroz sinergijsko djelovanje članova ostvaruje se jačanje njihovih pojedinačnih organizacijskih i financijskih sposobnosti kao i jačanje njihove tržišne prepoznatljivosti. Povrh toga, takve su institucije vrlo dobar način da se manji sadržaji, s nižom razinom atraktivnosti i/ili tržišne spremnosti 'udruže' u zajednički sustav s nekim jačim atrakcijama međusobno jačajući svoju ukupnu privlačnost. Tipično, sadržaji uključeni u mreže prirodnih i kulturnih atrakcija povezuju se različitim tematskim turističkim rutama.

⁵ Prema: Babić, D. (2009), Iskustva i (skriven) vrijednosti eko-muzeja, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Na Kvarneru je moguće organizirati tri (Gorski kotar, Primorje i Kvarnerski otoci) do osam manjih sustava (subregije) koje je moguće, a vjerojatno i oportuno, povezati u jedinstvenu mrežu Kvarnera.

Poželjno je da se u sklopu eko-muzeja na Kvarneru uz međunarodno relevantne prirodne fenomene i kulturne spomenike, nađu i sadržaji tipični za NATURA područja te oni koji predstavljaju lokalnu kulturu života i rada uključujući materijalnu i nematerijalnu baštinu. U opremanju, uređenju i predavljanju sadržaja uklopljenih u eko-muzej važno je, u skladu sa suvremenom muzeološkom praksom, staviti naglasak na kreativnost i interaktivnost sa posjetiteljima. S obzirom na resursno-atraksijsku osnovu Kvarnera neki od mogućih ključnih sadržaja takve/ih mreža su primjerice špilje Lokvarka i Biserujka, Eko centar Beli, edukacijski centar o velikim zvjerima u Staroj Sušici, lokaliteti glagoljaške baštine, etno kuće Delač, Mance, Dubašljanska kuća baštine ili ribarske kućice u Vrbniku, zvončarske muzejske zbirke kao što je Zavičajna kuća zvončara, Interpretacijski centar mora Mala barka, MB Galeb, različiti arheološki lokaliteti kao što su Kotor ili Fulfinum-Mirine, gradine i kašteli obitelji Frankopan, slikovita akropolska mjesta poput Lubenica, Mošćenica, Vrbnika i Omišlja.

Posebno važan element mreže predstavljaju i brojni postojeći muzeji Primorsko-goranske županije uključujući i planirane projekte do 2020. godine u cilju unapređenja muzejske ponude koji uključuju Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, Muzej pomorstva Kostrena, obnovu lansirne rampe torpeda, rekonstrukciju kompleksa Rikard Benčić (Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Knjižnica, Dječja kuća, Muzej grada Rijeke).

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija – Upravni odjel za kulturu, sport i tehničku kulturu

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, TZ Kvarnera, JLS, Ministarstvo kulture RH

Vremenski obuhvat: 2018.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostava ekspertne skupine za realizaciju mjere, definiranje programa i procesa rada
- Definiranje koncepta eko-muzeja/mreže prirodnih i kulturnih sadržaja na Kvarneru, uključujući definiranje oblika udruživanja te organizacijskih i financijskih uvjeta
- Komunikacija s potencijalnim članovima i udruživanje subjekata
- Razrada programa uređenja/turistikacije pojedinih lokaliteta i osiguranje izvora financiranja te uspostavljanje tematskih ruta s minimalno deset uređenih lokaliteta
- Predavljanje eko-muzeja/mreže prirodnih i kulturnih sadržaja na Kvarneru javnosti i početak djelovanja

Mjera II.4: Imidž projekt Kongresni centar Opatija-Rijeka

Cilj mjere: Jačanje kongresne ponude i smanjenje sezonalnosti

Opis: Poslovni skupovi jedan su od turističkih proizvoda s potencijalom bitnog utjecanja na produženje turističke sezone. Riječ je, naime, o proizvodu koji se u najvećoj mjeri odvija u pred i post sezoni, pri čemu trendovi na europskom turističkom tržištu ukazuju na rast broja poslovnih skupova, kao i na rast interesa za novim destinacijama u blizini velikih europskih emitivnih područja.⁶ Ovo je kontekst u kojem se propitivanje izgradnje namjenskog, multifunkcionalnog, kongresnog centra na području Kvarnera smatra

⁶ Ministarstvo turizma i Institut za turizam (2013). Nacionalni program razvoja kongresne ponude (radna verzija).

opravdanim, posebice iz perspektive činjenice da je Prostornim planom Županije kao građevina od važnosti za Županiju predviđen Kongresni centar Opatija.

Područje Opatijske rivijere i Grada Rijeke već je profilirano kroz kongresnu ponudu. Ovi gradovi raspolažu ne samo s većim brojem kongresnih dvorana u hotelima (na području grada Opatije nalazi se 45 dvorana u hotelima s kapacitetima od 120 do 900 sjedećih mjesta, a na području grada Rijeke 20-ak dvorana u sedam objekata s ukupno nešto više od 3.500 mjesta) već i različitim prikladnim prostorima u vilama, sportskim dvoranama, kulturnim centrima. Također, na području Opatije uskoro se očekuje i završetak gradnje Kulturno-turističkog centra u sklopu kojega se nalazi i multifunkcionalna dvorana. Osim toga, ovi gradovi raspolažu i najvećom koncentracijom hotelskog kapaciteta viših kategorija, adekvatnom pratećom ponudom, uključujući i kongresne urede, te su lako dostupni.

U cilju daljnjeg profiliranja Opatije i Rijeke kao odredišta poslovnih skupova ovom se mjerom propituje izgradnja namjenskog multifunkcionalnog kongresnog centra, u sferi javno-privatnog partnerstva, većeg kapaciteta (npr. oko 2.000 sjedećih mjesta) koji bi standardima mogao zadovoljiti potrebe različitih, uključivo i velikih međunarodnih kongresa te bi omogućio snažniji proboj na međunarodno tržište poslovnih skupova. Suvremene kongresne centre odlikuju dobro uređene, višenamjenske i dimenzijski prilagođene dvorane, opremljenost vrhunskom tehnologijom, ali i kvalitetne i individualizirane usluge koje se prilagođavaju specifičnim zahtjevima klijenata. S obzirom na tradiciju turizma i posebno kongresnog turizma ovdje već djeluju specijalizirane turističke agencije koje mogu zadovoljiti potrebe visokozahajevnog poslovnog gosta.

Područje obuhvata: Opatijska rivijera, Rijeka i riječki prsten (za odabir lokacije)

Nositelj/koordinator: Gradovi Rijeka i Opatija u suradnji s privatnim poduzetnicima

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, Turističke zajednice gradova Rijeka i Opatija

Vremenski obuhvat: 2018. – 2020.

Aktivnosti:

- Uspostava stručnog projektnog tima
- Provjera tržišnog potencijala Opatije-Rijeke kao kongresne destinacije
- Prijedlog koncepta razvoja kongresnog centra, uključujući i:
 - Analizu potencijalnih lokacija i odabir odgovarajuće lokacije za gradnju kongresnog centra
 - Razradu poslovno-upravljačkog modela
 - Provjeru izravne (feasibility) i ukupne opravdanosti (cost-benefit) izgradnje kongresnog centra
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu
- Propivanje opravdanosti spajanja kongresnih ureda Opatije i Rijeke u jedinstven ured
- Prezentacija projekta potencijalnim investitorima i operaterima te odabir strateškog partnera
- Daljnje aktivnosti izvan izravne domene odgovornosti nositelja/koordinatora: izrada cjelovite projektne dokumentacije i ishođenje građevinskih dozvola, osiguranje izvora financiranja, odabir operatora, gradnja Centra, otvaranje, marketinške aktivnosti

Mjera II.5: Imidž projekt Golf Lošinj – Punta Križa

Cilj mjere: Razvoj nove turističke atrakcije

Opis: Na izuzetno atraktivnoj lokaciji na području Punta Križa na otoku Cresu postoji izražen poduzetnički interes za izgradnju dva kombinirana golf igrališta svako sa 18 rupa. Riječ je o projektu koji bi uz sportske sadržaje obuhvaćao i izgradnju pratećih sadržaja

ugostiteljsko turističke namjene iz skupine hoteli. Obuhvat planiranog zahvata je oko 320 ha, od čega se oko 250 ha odnosi na golf terene. Kako je prostornim planom Primorsko-goranske županije cijelo ovo područje zaštićeno u kategoriji 'zaštićenog krajobraza' realizacija projekta podrazumijeva izmjene i dopune postojećeg županijskog odnosno gradskog (Mali Lošinj) prostornog plana. Isto tako, realizacija projekta podrazumijeva i provjeru ekološke održivosti zahvata (strateška procjena utjecaja na okoliš).

S obzirom da je razvoj golf ponude, sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, jedno od strateških razvojnih usmjerenja hrvatskog turizma, kao i da na cijelom području Kvarnera još uvijek ne postoji niti jedno golf igralište, realizacija navedenog projekta, pod pretpostavkom udovoljavanja najvišim kriterijima eko održivosti, uvelike bi pridonijela, kako unapređenju postojećeg sustava doživljaja, tako i imidžu subregija Mali Lošinj i Cres te Kvarnera u cjelini. Isto tako, realizacija ovog projekta pozitivno bi se odrazila na ukupne turističke primitke kao i na sezonalnost potražnje. Iako je navedeni projekt jedan od ključnih *image maker*a cijelog ovog prostora, posebno valja naglasiti činjenicu da, faktori uspjeha ponude golfa podrazumijevaju postojanje tzv. 'grozda' golf igrališta na međusobnoj udaljenosti od oko jedan sat vožnje, a za što i postoji više mogućnosti s obzirom na Prostornim planom Županije predviđene lokacije za golf na području gradova i općina: Mošćenička Draga (projekt Brseč nominiran je kao planirani projekt do 2020. godine), Opatija, Klana, Novi Vinodolski, Dobrinj, Jelenje i Vrbovsko.

Područje obuhvata: Punta Križa, otok Cres

Nositelj/koordinator: Jadranka d.d. u suradnji s Gradom Mali Lošinj

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, Zavod za prostorno uređenje PGŽ, TZ Mali Lošinj, TZ Kvarner, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, građanske udruge

Vremenski obuhvat: 2018.-2020.

Aktivnosti:

- Izmjene važeće prostorno planske dokumentacije budući da je na području Malog Lošinja Prostornim planom Županije predviđena druga lokacija
- Strateška procjena utjecaja na okoliš/ocjena prihvatljivosti za ekološku mrežu
- Aktivnosti na oblikovanju projekta, uključujući i studiju utjecaja zahvata na okoliš
- Osiguranje izvora financiranja
- Gradnja
- Stavljanje u uporabu

Mjera II.6: Imidž projekt Park dupina

Cilj mjere: Razvoj nove turističke atrakcije

Opis: Na području cresko-lošinjskog akvatorija stalno obitava zajednica od oko stotinjak dobrih dupina, prioritetne zaštićene vrste prema nacionalnim i međunarodnim propisima. Područje obitavanja dupina bilo je između 2006. i 2009. godine pod preventivnom zaštitom, a nakon isteka roka preventivne zaštite predložena je promjena zaštićenog morskog područja iz posebnog rezervata u regionalni park pri čemu je ocijenjeno da je uz pravilno zoniranje i odgovarajuće mjere razina zaštite dupina pod oba režima jednaka.

Istodobno, u Malom Lošinjju djeluje 'Lošinjski edukacijski centar o moru' odnosno Institut 'Plavi svijet' čija je temeljna aktivnost usmjerena na zaštitu i istraživanje te širenje svijesti o potrebi zaštite ugroženih morskih vrsta. Povezano s planovima proširenja aktivnosti i osuvremenjivanja prostora 'Lošinjskog edukacijskog centra o moru' obrazovnim i izložbenim sadržajima, bilo bi korisno postojeće aktivnosti Centra dodatno staviti u funkciju unapređenja današnje tržišne prepoznatljivosti Lošinja, ali i Kvarnera u cjelini povezivanjem s inicijativama vezanim uz zaštitu dupina. U tom smislu, a nastavno na već postojeće istraživačke i edukativne aktivnosti, nameće se ideja uspostave 'Parka dupina'

kao potpuno novog sadržaja koji bi po uzoru na dobru praksu u nekim od turistički razvijenih destinacija u svijetu, bio orijentiran i na privlačenje različitih segmenta ekološki svjesne turističke potražnje, ali i potražnje koju tek valja educirati o potrebi trajnog očuvanja mora kao prirodnog habitata velikom broju vrsta biljnog i životinjskog svijeta.

'Park dupina' trebao bi predstavljati zajednički poduhvat vladinih i nevladinih institucija, uključujući domaće i međunarodne znanstveno-istraživačke centre te poduzetnike koji bi, uz osiguranje visokog stupnja zaštite pripadajućeg morskog područja regionalnog parka, pružali niz turističkih usluga uključujući i neposrednu interakciju s dobrim dupinima (i drugim, turistima interesantnim, stanovnicima Jadrana). U tom smislu, uz već postojeću organizaciju različitih vođenih tura u cilju promatranja života dupina (i drugih stanovnika Jadrana) u njihovom prirodnom okruženju, realizacija projekta pretpostavlja i uspostavu nove turističke atrakcije odnosno edukativno-zabavnog centar smještenog na prikladnom obalnom dijelu Lošinja ili Cresa gdje bi se nudili različite interaktivni i multimedijalni sadržaje putem kojih bi se turisti senzibilizirali s potrebom zaštite Jadrana i njegovog podmorja, ali i, kroz razne programe, došli u – veći ili manji - neposredni kontakt s morskim životom te poglavito s dobrim dupinima.

Područje obuhvata: Cres/Lošinj

Nositelj/koordinator: Grad Mali Lošinj u suradnji s Primorsko-goranskom županijom

Ostali dionici: TZ Mali Lošinj, TZ Kvarner, Zavod za prostorno uređenje PGŽ, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, 'Lošinjski edukacijski centar o moru', znanstveno-istraživačke institucije, građanske udruge

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Odabir prikladne lokacije
- Koncept najbolje uporabe i ocjena društveno-ekonomske održivosti
- Strateška procjena utjecaja na okoliš
- Aktivnosti na oblikovanju projekta, uključujući i studiju utjecaja zahvata na okoliš
- Izmjene važeće prostorno planske dokumentacije
- Osiguranje izvora financiranja

Mjera II.7: Imidž projekt Kvarner – Centar thalassoterapije

Cilj mjere: Osvremenjivanje ponude i jačanje tržišne prepoznatljivosti Kvarnera kao zdravstveno-turističke destinacije posebno specijalizirane za thalassoterapiju

Opis: Sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, a prema kriterijima atraktivnosti i konkurentnosti, zdravstveni turizam ulazi u skupinu potencijalno vodećih proizvodnih grupa Hrvatske. Radi se o proizvodu koji danas na globalnoj razini iskazuje iznadprosječne godišnje stope rasta, a trendovi starenja populacije i opća orijentacija na zdravi život ukazuju da zdravstveni turizam ima potencijal postati jedan od glavnih motiva putovanja u budućnosti. S obzirom na značajne komparativne prednosti Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju kvalificiran kadar i općenito dobru reputaciju zdravstvenih usluga, ali i konkurentne cijene, blizinu velikim emitivnim tržištima, prirodne ljepote i povoljnu klimu, sigurnost zemlje kao i dugu tradiciju u turizmu, moguće je ustvrditi da se radi o proizvodu s visokim potencijalom rasta i na području Primorsko-goranske županije.

Prepoznajući taj potencijal, Primorsko-goranska županija izradila je i vlastitu Strategiju razvoja zdravstvene industrije za razdoblje od 2013. do 2020. kojom je, između ostalog, predviđena i revitalizacija te sadržajna diferencijacija postojećih zdravstvenih ustanova. Ovo je kontekst u kojem treba promatrati i daljnji razvoj zdravstvenog turizma na Kvarneru, pri čemu se u cilju konkurentnog pozicioniranja regije na turističkom tržištu čini poželjnim staviti fokus na usluge turističke thalassoterapije. S obzirom na činjenicu da

su opatijska i crikvenička rivijera danas vodeće (sub)regije zdravstvenog turizma u Županiji, a da se Mali Lošinj intenzivno orijentira prema razvoju ponude prilagođene konceptima vitalnosti i zdravlja, logično je da se njihova uloga u privlačenju međunarodne zdravstveno-turističke potražnje dodatno osnaži kroz pojačanu investicijsku aktivnost, odnosno kroz suradnju s drugim, svjetski poznatim, zdravstveno- turističkim centrima. U tom smislu, mjera je usmjerena kako na modernizacije zdravstvenih i/ili ugostiteljskih sadržaja, proširivanju opsega i podizanju kvalitete usluga u sferi lječilišnih thalassoterapijskih programa, odnosno privlačenju svjetski poznatih stručnjaka zbog veće tržišne prepoznatljivosti i jačanja kredibiliteta institucije u tri renomirane javne institucije Thalassoterapiju Opatija, Thalassoterapiju Crikvenica, Lječilište Veli Lošinj, ali i pojačanu primjenu thalassoterapijskih programa i u drugim javnim i privatnim zdravstvenim, ali i turističko-ugostiteljskim objektima. Stoga je opravdano očekivati da će se realizacija mjere pozitivno odraziti i na nove poduzetničke inicijative u sferi mikro i malog poduzetništva u različitim sferama lječilišnog/medicinskog turizma, a što bi bitno pridonijelo prepoznatljivosti Kvarnera kao zdravstveno-turističke destinacije.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Thalassoterapija Opatija, Thalassoterapija Crikvenica, Lječilište Veli Lošinj u suradnji s Primorsko-goranskom županijom

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, hotelski gospodarski subjekti, Ministarstvo zdravlja RH, međunarodno relevantne zdravstveno-lječilišne institucije

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Programski koncept razvoja nosećih institucija (Thalassoterapija Opatija, Thalassoterapija Crikvenica, Lječilište Veli Lošinj) fokusiran na jačanje thalassoterapijskih sadržaja
- Ocjena društveno-ekonomske opravdanosti projekta
- Izrada projektne dokumentacije za pojedine noseće institucije
- Osiguravanje suradnje sa svjetski relevantnim centrima izvrsnosti
- Osiguranje izvora financiranja
- Gradnja/uspostava novih sadržaja
- Poticanje pristupanja različitim ponuđača relevantnim međunarodnim asocijacijama/marketinškim savezima

Mjera II.8: Imidž projekt Turistifikacija područja Platak - Nacionalni park Risnjak – Dolina Kupe

Cilj mjere: Podizanje razine atraktivnosti područja Platka, NP Risnjak te doline Kupe

Opis: NP Risnjak, Platak te dolina Kupe visoko su kvalitetna područja očuvane prirode koja povezivanjem s morskim turističkim aglomeracijama u okruženju mogu postati i prvoklasna turistička atrakcija. Naime, radi se o području koji ima potencijal tržištu ponuditi izuzetno atraktivne proizvode i usluge prije svega u sferi sporta i rekreacije, ekoturizma te opuštanja u ruralnom okruženju, ali i kulturnog te poslovnog turizma. No, isto tako, ključna konkurentska prednost ovog područja proizlazi iz mogućnosti kombiniranja boravka 'zelenog i plavog' boravka.

Nacionalni park Risnjak prostorno obuhvaća centralne dijelove planinskih masiva Risnjaka i Snježnika te izvor rijeke Kupe koji zajedno stvaraju slikovite predjele šuma, livada, špilja, jama ponornica i polja u kršu. U specifičnosti pomalo 'divljeg', očuvanog, šumovitog i zelenog prostora ovdje treba spomenuti i obitavanje tri predatora: medvjeda, vuka i risa. Uz prirodne resurse, kultura života može se doživjeti posjetom očuvanom autentičnom selu Razloge. S druge strane, Platak je tradicionalno rekreacijsko područje grada Rijeke s velikim brojem planinarskih staza, šetnica, biciklističkih ruta te mogućnosti smještaja u dva planinarska doma. Dolina Kupe, odnosno njezin gornji tok,

poznata je kao dolina leptira, ali i raj za ribolov (dominira potočna pastrva) te sportove na rijekama.

Kad je riječ o NP Risnjak, danas su posjetiteljima na raspolaganju planinarenje markiranim stazama, sportski ribolov, promatranje životinja, brdski biciklizam i vožnja kočijom. Organiziraju se jednodnevne škole i ekskurzije te događanja poput 'Pohoda na izvor rijeke Kupe' i 'Risnjak trail'. Smještaj i prehrana mogući su u Planinarskom domu J. S. Klekovski i pansionu NP Risnjak, u kojem je moguće organizirati i manje seminare ili skupove. Od posjetiteljske infrastrukture valja istaknuti: planinarski dom Risnjak, interpretacijsko-prihvatni centar u Razlogama – Goranska kuća znanja, edukacijsko-prihvatni kapacitet u Kuparama i poučnu stazu Leska. Posjećivanje i turizam dopušteni su pojedinačno i organizirano sukladno prihvatnom kapacitetu.

S druge strane, u cilju unapređenja ponude na Platku (valja naglasiti da se jedan od ulaza u NP Risnjak nalazi upravo na području Platka), Primorsko-goranska županija provodi projekt Regionalno sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak koji obuhvaća uređenje prilaznih cesta, obnovu žičara, uređenje skijaških, pješačkih i biciklističkih staza kao i proširenja postojećih planinarskih domova te gradnje turističkog naselja. Novouređeni centar trebao bi se prostirati na 430 ha i raspolagati prihvatnim kapacitetom za 9 tisuća posjetitelja.

Budući da raspoloživa tržišna istraživanja pokazuju da turisti za vrijeme ljetnog boravka u obalnim destinacijama Županije imaju manju sklonost posjećivanju nacionalnih parkova odnosno gorskih područja (prema podacima TOMAS istraživanja⁷ za vrijeme boravka u destinacijama u Hrvatskoj 38,0 % turista odlazi na izlete u nacionalne parkove dok je u Primorsko-goranskoj županiji taj udio tek 21,8 %) mjerom se želi kroz turistifikaciju područja Platak - Nacionalni park Risnjak – Dolina Kupe pridonijeti njegovoj prepoznatljivosti i atraktivnosti, a potom i povećanju zadovoljstva boravkom turista u Županiji. Mjera je usklađena s Razvojnou strategijom Primorsko-goranske županije 2016. do 2020. koja naglašava potrebu razvoja selektivnih oblika turizma i ravnomjernijeg turističkog razvoja Županije.

Zaštićeni prirodni prostori i posebice nacionalni parkovi predstavljaju često i primarne motive putovanja, a ukoliko se nalaze u okruženju destinacije u kojoj se boravi poželjna su mjesta za posjet. Dodatno, trendovi pokazuju da su rekreacijske aktivnosti i edukacija u takvim prostorima sve traženiji na turističkom tržištu. Zbog toga se predlaže ova mjera, kako bi se NP Risnjak brže 'turistificirao' i postao ključni motiv posjeta Gorskog kotara i time pokretač snažnijeg razvoja turizma cijelog ovog područja.

Nadovezujući se na Plan upravljanja NP Risnjak te županijski projekt razvoja Platka, mjerom se podržava razvoj održivog turizma na ovom području usklađen s visokim ekološkim standardima. Uz razvoj jednodnevne i višednevne posjetiteljske infrastrukture to prije svega podrazumijeva daljnje napore na obilježavanju i interpretacijskim sadržajima pojedinih lokaliteta i ruta, razvoju inovativnih i interaktivnih programa boravka i obilaska, unapređenju dostupnosti organiziranim i javnim prijevozom s obalnih destinacija (prilagođenih potrebama turista kao što je primjerice mogućnost prijevoza bicikala) te realizaciji novih inicijativa u promociji ovih područja koja omogućavaju njihovo planirano posjećivanje (npr. uključivanje informacija i preporuka za 'skretanje' u vodičima auto klubova poput ADAC-a ili specijaliziranim publikacijama).

Područje obuhvata: NP Risnjak, područje Platka, dolina Kupe

Nositelj/koordinator: Javna ustanova Nacionalni park Risnjak i Goranski sportski centar

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, jedinice lokalne samouprave, sustav turističkih zajednica, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, Ministarstvo turizma

Vremenski obuhvat: 2017. – 2020.

⁷ Marušić, Z., Čorak, S. i Sever, I.(2015). TOMAS – ljetno 2014. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. Zagreb: Institut za turizam.

Aktivnosti:

- Razvoj tematskih staza i sustava obilježavanja i interpretacije
- Izrada plana upravljanja obilaskom posjetitelja cijelog područja, uključujući i reguliranje režima ulazaka u NP Risnjak
- Intenziviranje promocijskih aktivnosti
- Realizacija projekta izgradnje volonterskog centra (45 ležajeva) te ponuda mogućnosti volontiranja (izrada šindre, obnavljanje kuća, briga o životinjama i sl.) i 'coworking'-a

3.3. Razvoj turističke ponude u priobalju i na otocima

Cilj: Povećanje kvalitete i obujma turističke ponude priobalja i otoka Kvarnera

Polazište: Pasivni odmor i opuštanje primarni je motiv dolaska većine turista koji posjećuju PGŽ stoga i ne čudi da su temeljne komparativne prednosti Županije povezane s elementima ponude koji se zasnivaju na danim prirodnim i prostornim obilježjima kao što su privlačnost krajolika, atraktivnost prirodne baštine i cestovna dostupnost. Isto tako, upravo elementi ponude koji odražavaju 'turističku' nadgradnju odnosno konkurentsku sposobnost korištenja raspoloživih resursa predstavljaju bitno ograničenje postojeće turističke ponude Županije. U tom smislu posebno se ističe nedostatak kvalitetnih vinskih i gastro cesta, korištenje lokalno proizvedene hrane, umreženost turizma i ostalog gospodarstva kao i kvaliteta zabave. Imajući na umu utjecaj i tržišnu poziciju većih destinacijskih mono/oligopola kao i činjenicu da proces privatizacije i/ili tržišnog restrukturiranja dijela većih hotelskih poduzeća/poduzeća još uvijek nije završen (primjerice u destinacijama kao što su Crikvenica, Malinska, Novi Vinodolski), nezadovoljavajuća razina kvalitete integralnog turističkog lanca vrijednosti i nedovoljna razvijenost sustava turističkih proizvoda županije odražava se kako na izrazitu sezonalnost potražnje, a time i nisku bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta, tako i na ispodprosječnu razinu i sporiji rast dnevne destinacijske potrošnje u odnosu na usporedive hrvatske turističke regije. Na plitak, odnosno nedovoljno razvijen, turistički lanac vrijednosti priobalnih i otočkih destinacija Primorsko-goranske županije ukazuju i sudionici provedenih strateških radionica koji prepoznaju brojne slabosti postojeće ponude. Primjerice, u segmentu razvoja zdravstveno-turističke ponude dionici naglašavaju problem nedovoljne umreženosti ponude na razini destinacije kao i nedovoljne profiliranosti i prilagođenosti potrebama korisnika odnosno nedovoljne iskorištenosti resursne osnovice u oblikovanju i tržišnom pozicioniranju te povezivanju u jedinstveni proizvod. U segmentu eno-gastronomije, unatoč značajnim snagama i ostvarenoj nacionalnoj tržišnoj prepoznatljivosti, kao ključne slabosti izdvajaju se nedovoljno korištenje mogućnosti autohtone kuhinje i njezina popularizacija u turizmu, nedovoljno profilirana ponuda i primjena zastarjelih kulinarskih tehnika odnosno deficit visokostručnog i motiviranog kadra te nedovoljno korištenje modernih tehnologija. U segmentu kulture, uz nedovoljnu razvijenost turističkih sadržaja vezanih uz kulturni kreativni turizam, dionici kao ključne slabosti turističke ponude Kvarnera prepoznaju neiskorišten potencijal resursne osnove (primjerice arheološka i/ili industrijska baština), nedovoljnu intra i inter destinacijsku povezanost odnosno nedovoljnu međusektorsku i unutarsektorsku suradnju, potom nedovoljnu povezanost s nositeljima nezavisne (izvaninstitucionalne) kulturne scene i neodgovarajuću razinu zaštite i revitalizacije objekata kulturne baštine te slabu pripremljenost raspoloživih kulturnih atrakcija za aktivan i atraktivan prihvata posjetitelja. Pri tome se uz važnost i potencijal projekta Rijeka 2020 - Europska prijestolnica kulture prepoznaje i dosadašnji nedostatak velikih kulturnih događanja usmjerenih na animiranje značajnije turističke potražnje. U segmentu proizvoda aktivnost odmora prepoznate slabosti povezane su uz nedovoljnu orijentaciju na oblike aktivnog odmora za koje Kvarner ima potencijala odnosno neusklađenost ponude s potrebama i zahtjevima/očekivanjima gostiju, ali i

nedostatak koordinacije pojedinih jedinica lokalne samouprave u uspješnom korištenju raspoložive resursne osnove te nedostatnu razinu potrebnih interdisciplinarnih znanja i vještina.

Navedeni strateški nedostaci razvoja turizma Kvarnera ukazuju na potrebu dodatnog razvoja turističke ponude u priobalju i na otocima kako iz perspektive proširivanja i produblivanja turističkog lanca vrijednosti tako i osnaživanja portfelja turističkih proizvoda odnosno povećanja obujma i kvalitete smještaja odnosno aktiviranja zapuštene resursno-atraksijske osnove. U tom se smislu i Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. u okviru strateškog cilja razvoja konkurentnog i održivog gospodarstva usmjerava na stvaranje atraktivnih turističkih proizvoda i povećanje kvalitete turističkog proizvoda, razvoj selektivnih oblika turizma odnosno povećanje konkurentnosti ukupnog turističkog proizvoda Županije.

Opravedanost takvog usmjerenja potvrđuje i Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/13) koja operacionalizaciju nove vizije i strateških razvojnih ciljeva hrvatskog turizma sagledava između ostalog kroz razvoj turističke ponude odnosno razvoj turističkih proizvoda, privatizaciju i aktiviranje državne imovine u turizmu, unapređenje smještajne ponude te unapređenje ostale turističke ponude. Naime, polazeći od globalnih trendova, kvalitete resursno atraksijske osnove te razvojnog potencijala, a prepoznajući da oslanjanje na proizvod 'sunce i more' dugoročno neće pridonijeti jačanju konkurentne pozicije Hrvatske kao turističke destinacije, Strategija poseban naglasak stavlja nautički turizam (yachting i cruising), zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, golf turizam, cikloturizam (biking), eno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam te pustolovni i sportski turizam. U sferi privatizacije i aktiviranja državne imovine željeni pomak povezan je uz privatizaciju i povećanje efikasnosti poslovanja svih turističkih poduzeća i/ili imovine/objekata u većinskom državnom vlasništvu koji nisu od strateške važnosti, dok se u sferi smještajne ponude podrazumijeva iskorak, kako u odnosu na novu tako i postojeću ponudu, u kvaliteti svih vrsta smještaja, a ponajviše hotela, kampova i kućanstava. Strategija naglašava i potrebu kvalitativnog obogaćivanja i tematskog diversificiranja lanca vrijednosti u hrvatskim turističkim destinacijama kao preduvjeta povećanja zadovoljstva boravkom produljenja sezone te ravnomjernije prostorne disperzije potražnje. Predviđeno stvaranje nove i povećanje kvalitete postojeće atrakcijske osnove u funkciji generiranja dodatnih motiva povezuje se uz izgradnju tematskih parkova i centara za posjetitelje, primjereno upravljanje raspoloživim plažnim prostorom, izgradnju i opremanje biciklističkih/pješačkih staza, interpretaciju kulturno-turističkih lokaliteta/objekata odnosno unapređenje ponude shoppinga i zabave.

Opis: Prioritetna strategija podrazumijeva sustavno poticanje proširenja i produbljenja te povećanje kvalitete destinacijskog lanca vrijednosti kroz diversifikaciju proizvoda i usluga, pružanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja boravka gostiju te podizanje obujma i kvalitete smještajne i izvansmještajne ponude. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- Razvoj hotelske ponude
- Razvoj kamping ponude
- Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava
- Razvoj agroturizma
- Jačanje eno-gastro ponude
- Uređenje mjesta
- Izgradnja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova
- Unapređenje ponude lokalnih proizvoda i autohtonih suvenira
- Izgradnja sportskih centara na moru i kopnu
- Sustav manifestacija Kvarnera
- Unapređenje zdravstveno-turističkih usluga
- Unapređenje jahting turizma
- Povećanje konkurentnosti proizvoda brodskih kružnih putovanja

Mjere: Mjera III.1: Razvoj hotelske ponude

Cilj mjere: Izgradnja i unapređenje ponude hotela i sličnih kapaciteta na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Opis: Uz uspostavljanje sustava turističkih doživljaja te obogaćivanje i inovaciju destinacijske izvansmještajne ponude, ubrzani rast kvalitetnog hotelskog i sličnog smještaja prilagođenog očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata predstavlja važan čimbenik smanjenja sezonalnosti i povećanja dnevne turističke potrošnje. Polazeći od planiranih (vidi izvještaj Situacijska analiza) i očekivanih investicija većih poduzeća u hotelsku suprastrukturu (primjerice investicijske aktivnosti na području Raba, Malog Lošinja, otoka Krka, Rijeke, Crikvenice), mjera obuhvaća izgradnju/uspostavu malih, obiteljski objekata, uključujući i difuzne/integralne hotele i hostele odnosno transformaciju obiteljskog smještaja u hotelski i slični smještaj, ali i aktiviranje zapuštenih/neadekvatno korištenih objekata kao i rekonstrukciju te izgradnju većih hotelskih objekata uključujući i hotelske komplekse.

U cilju dugoročnog očuvanja raspoloživog razvojnog prostora, izgradnja nove hotelske ponude usmjerava se prioritetno prema urbaniziranim prostorima, djelomično iskorištenim turističkim zonama odnosno devastiranim/zapuštenim lokacijama (napuštene vojarne, industrijski pogoni i sl.).

Uz izgradnju odnosno povećanje kvalitete smještajnih sadržaja (pretežito prema kategoriji 4* i više), razvoj hotelske ponude podrazumijeva uređenje dodatnih sadržaja kao što su bazenski kompleksi, wellness i zdravstveno turistička ponuda te sportsko-rekreativni, MICE, zabavni sadržaji kao i sadržaji zabave za djecu. Uz poseban naglasak na tržišno pozicioniranje i tematiziranje objekata, poželjno je da razvoj hotelske i slične ponude podržava destinacijske proizvode te vizualni sklad s okruženjem kao i revitalizaciju graditeljske baštine (primjerice hoteli baština, hoteli zdravlja, vinski hoteli, sportski hoteli i sl.).

Mjerom se uspostavljaju prikladni županijski financijski i nefinancijski poticaji povezani/nadograđeni na nacionalne EU programe/fondove (kao što je primjerice, program Podrška razvoju MSP u turizmu povećanjem kvalitete i dodatne ponude hotela) uz poseban naglasak na poticanje razvoja tematizirane ponude malog obiteljskog hotelijerstva i transformiranje objekata obiteljskog smještaja u suvremene tematizirane hotelske i slične kapacitete (uključujući i difuzne/integralne hotele) te očuvanje izvornog identiteta i oblikovanja prostora. Važan aspekt unapređenja ponude, podizanja razine učinkovitosti poslovanja te osiguranja uvjeta za održiv i međunarodno konkurentan razvoj uključuje i implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama poslovanja te pripreme i realizacije investicija.

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostava sustava nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama)
- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata)
- Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima

Mjera III.2: Razvoj kamping ponude

Cilj mjere: Izgradnja i unapređenje kvalitete kamping ponude na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Opis: Kampovi s ukupnim kapacitetom od 43,5 tisuća ležaja odnosno 23 % ukupnog komercijalnog smještajnog kapaciteta Županije i 3,38 milijuna ostvarenih noćenja odnosno 25,8 % ukupnih noćenja Županije u 2015. godini predstavljaju nezaobilaznu polugu razvoja turizma. Zasnivajući svoju tržišnu poziciju na, prije svega izuzetno visokoj rentnoj vrijednosti lokacija i prirodnih resursa, kamping ponudi Županije predstoji nastavak započetog procesa podizanja kvalitete, jasnijeg tržišnog profiliranja te tematiziranja, budući da dionici razvoja turizma Županije ocjenjuju da se radi o obliku smještaja čija kvaliteta zaostaje za kvalitetom hotelskog i obiteljskog smještaja. Kamping raspolaže i s potencijalom rasta prije svega u segmentu tematiziranih malih (obiteljskih) i srednjih kampova (boutique kampovi, eko kampovi, obiteljski kampovi), povećanja kapaciteta te transformacije postojećih kampova (uključujući ponudu različitih inovativnih oblika smještaja kao što su glamping objekti, luksuzno opremljene drvene kućice, kućice na drvetu ili pak tematiziranih/zajedničkih sadržaja od bazenskih kompleksa do wellnessa, sporta i rekreacije uključujući i adrenalinske sadržaje, gastronomije ili kulture i zabave prilagođene ciljnim segmentima). Izgradnja nove kamping ponude treba obuhvatiti i kampove sa specifičnim uslugama kao što su kamping odmorišta. Važan aspekt unapređenja kamping ponude i podizanja razine njezine međunarodne prepoznatljivosti uključuje i implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama poslovanja te pripreme i realizacije investicija.

Mjera obuhvaća i podržavanje razvoja inovativnih ljetnih kampova za djecu i mladež uspostavljanjem objekata koji pružaju široku i inovativnu paletu različitih usluga zabave, učenja, rekreacije i sporta u jednostavnim oblicima smještaja na izdvojenim lokacijama prilagođenih specifičnim segmentima potražnje.

Novu izgradnju valja usmjeravati u već urbanizirane prostore, djelomično korištene turističke zone kao i devastirane lokacije (napuštene vojarne, industrijski pogoni i sl.).

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranje i novu kamping izgradnju (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama)
- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata)
- Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima

Mjera III.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava

Cilj mjere: Smanjenje sezonalnosti turističke potražnje za uslugama obiteljskih domaćinstava

Opis: Obiteljski smještaj generirao je u 2015. godini 43 % ukupnog broja noćenja, od čega tijekom srpnja i kolovoza tri četvrtine ukupnih godišnjih noćenja u toj vrsti kapaciteta (<http://www.kvarner.hr>). Uz brend 'Kvarner Family' s pod brendovima 'pet-friendly', 'dog friendly', 'bike friendly' i 'hike-friendly' snage i konkurentna pozicija ovog

oblika smještaja povezana je uz sigurnost, otvorenost, multikulturalnost i domaćinski odnos prema gostima odnosno obiteljsku tradiciju i sposobnost uključivanja autohtonih vrijednosti u ponudu kao i visoki stupanj fleksibilnosti u prilagođavanju specifičnim potrebama i željama gostiju. No, unatoč važnosti za ukupna turistička kretanja na području Kvarnera, dionici razvoja turizma procjenjuju da kvaliteta obiteljskog smještaja zaostaje za kvalitetom hotelskog smještaja, pri čemu se kao ključne slabosti ističu: nemogućnost licenciranja jednom stečene kategorije, posebice u slučaju značajnijih odstupanja od standarda, nedostatak mehanizma kontrole neloyalne konkurencije i njihove kvalitete (neregistrirani kapaciteti), nedovoljno stimulativne uvjete prelaska iz obiteljskog smještaja u sustav malih hotela sofisticiranije ponude, nedovoljnu tržišnu prepoznatljivost (posebice zbog neadekvatne diferencijacije u tipu i kvaliteti ponude) kao i nedovoljno razvijene destinacijske usluge koje podižu kvalitetu boravka u destinaciji i motiviraju na ponovni dolazak (posebice izvan glavne sezone). Slabosti ponude obiteljskih domaćinstava vezane su i uz starosnu strukturu pružatelja usluga te nedovoljnu zastupljenost nastavnih sadržaja vezanih uz obiteljski smještaj u nastavnim programima obrazovnih institucija na svim razinama. Pri tome istraživanje provedeno u okviru projekta 'Izmjene i dopune projekta Kvarner family' iz 2013. godine (Fakultet za management u turizmu) pokazuje 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. 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 %). Privatni iznajmljivači planirane investicijske aktivnosti vezuju uz povećanje kvalitete unutarnjeg uređenja smještajnog objekta (43,8 % ispitanika) te uređenje okućnice, vrta i opremu u vrtu (39,4 %) dok 9,3 % ulaganja želi usmjeriti u proširenje kapaciteta.

Uz eksterno uvjetovano unapređenje institucionalnog okvira, mjera razvoja smještajne ponude obiteljskih domaćinstava Kvarnera podrazumijeva poduzimanje niza aktivnosti na županijskoj razini i razini pojedinih jedinica lokalne samouprave. Osim unapređenja sustava upravljanja kvalitetom (vidi mjere operativne strategije: Upravljanje kvalitetom), destinacijskog menadžmenta (vidi mjere operativne strategije: Upravljanje procesima), podizanja razine znanja i vještina izravno i neizravno zaposlenih u pružanju usluga smještaja na domaćinstvima (vidi mjere operativne strategije: Razvoj ljudskih potencijala) te proširivanja destinacijske ponude (vidi mjere operativne strategije: Razvoj javne turističke infrastrukture s posebnim naglaskom na prometnu infrastrukturu) i marketinga (vidi mjere operativne strategije: Marketing), mjera obuhvaća i nužne pomake u sferi uspostavljanja sustava financijskih i nefinancijskih poticaja, interesnog udruživanja te informacijske podrške.

U sferi financijskih poticaja nameće se potreba osiguranja poticaja klasterima odnosno drugim oblicima udruživanja (difuzni/integralni hoteli) za pripremu dokumentacije i/ili sufinanciranje projekata za aplikaciju na programe EU fondova, kao i poduzetnicima za sufinanciranje projekata proširenja sadržaja i povećanja kvalitete (posebice za projekte prenamjene u druge oblike smještaja) te tradicijski/tematski motivirane projekte (primjerice sufinanciranje izrade projektne dokumentacije, sufinanciranje dijela kamata i sl.) usklađene s tržišnim pozicioniranjem Županije.

Informacijska podrška kao pretpostavka jačanja poduzetničkog interesa, korištenja najbolje europske prakse odnosno smanjenja rizika pogrešnih poslovnih odluka ima izuzetno visoku važnost za realizaciju mjere. Aktivnost podrazumijeva inovativno korištenje informacijsko komunikacijske tehnologije usmjerene na informiranje i/ili izravno savjetovanje poduzetnika u obiteljskom smještaju i hotelijerstvu ('on stop shop') kao i uspostavu baze podataka o ključnim odrednicama poslovanja i obilježja potražnje za uslugama obiteljskog smještaja na razini Kvarnera, ali i relevantnog konkurentskog okruženja. Posebno važna aktivnost vezana je i uz pružanje

informacija/savjetovanja o raspoloživim natjecajima/sredstvima za financiranje projekata u sferi obiteljskog smještaja. Širi obuhvat ove skupine aktivnosti uključuje i uspostavljanje jedinstvenog on-line aktivnog rezervacijskog/prodajnog sustava za obiteljski smještaj (katalog iznajmljivača, specijalizacija, vertikalno paketiranje usluga) te pružanje informacija o ponudi destinacije.

Dotadni aspekt razvoja smještajne ponude obiteljskih domaćinstava i smanjenja sezonalnosti njezine potražnje uključuje i klstersko udruživanje pružatelja usluga obiteljskog smještaja na subregionalnoj te tematskoj/proizvodnoj razini (npr. obiteljski odmor, aktivnosti, kultura života i rada, gastronomija) što podrazumijeva i uspostavljanje financijskih, organizacijskih, kadrovskih poticaja odnosno kontrole učinaka.

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama) uključujući i razvoj informacijske podrške ('on stop shop', baza podataka o ključnim odrednicama poslovanja u konkurentskom okruženju)
- Razvoj i uspostavljanje jedinstvenog on-line aktivnog rezervacijskog/prodajnog sustava za obiteljski smještaj te informiranja o ponudi destinacije
- Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata)
- Osmišljavanje i uspostavljanje poticaja za interesno udruživanje/povezivanje na subregionalnoj te tematskoj/proizvodnoj razini (klasteri)
- Provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja obiteljskog smještaja

Mjera III.4: Razvoj agroturizma

Cilj mjere: Obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti priobalja i otoka Primorsko-goranske županije uslugama agroturizma

Opis: Iskorištavanje tržišnog potencijala globalno rastućeg interesa za uslugama agroturizma podrazumijeva izgradnju/aktiviranje većeg broja novih ruralno-turističkih smještajnih objekata vezanih uz obiteljska (poljoprivredna) domaćinstva te podizanje razine kvalitete postojeće ponude. Naime, postojeća ponuda sadržaja ruralnog/gastro turizma, ali i vinskih te gastro cesta ulazi u skupinu najlošije ocijenjenih elemenata turističke ponude Primorsko-goranske županije (u Nacionalnom katalogu 'Ruralni turizam Hrvatske' navedena su samo 4 objekta ruralnog turizma/seoska domaćinstva u priobalju i otocima Županije), pri čemu brojne jedinice lokalne samouprave upravo na području priobalja i otoka (npr. Opatijska rivijera, Crikveničko-vinodolska rivijera, otok Krk, otok Lošinj, otok Rab) vide ruralni turizam kao važan prateći turistički proizvod te element ponude koji može pridonijeti njihovoj prepoznatljivosti.

Mjera podrazumijeva uspostavu sustava poticaja kako onih usmjerenih izravno prema poduzetnicima, tako i onih koji se odnose na podizanje razine svijesti dionika o potencijalu i faktorima uspjeha agroturizma, podizanje razine znanja i vještina pružatelja usluga (vidi mjere operativne strategije: Razvoj ljudskih potencijala), interesnog povezivanja te komuniciranja s tržištem (vidi mjere operativne strategije: Marketing). Polazeći od međunarodnih iskustava/standarda (eurogites) te propisanih uvjeta i kategorija/kategorizacije objekata koje pružaju usluge smještaja na seljačkom

gospodarstvu, posebna pozornost pridaje se upravljanju kvalitetom (vidi mjere operativne strategije: Upravljanje kvalitetom) odnosno uspostavi jedinstvenog županijskog sustava preporuka/smjernica kvalitete (tematiziranje, kriteriji izvrsnosti, dodatni sadržaji, oznake).

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, LAG-ovi, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama, smjernice kvalitete)
- Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata)
- Provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja seoskog turizma
- Uspostavljanje preduvjeta za interesno udruživanje/povezivanje (klasteri) pružatelja usluga agroturizma

Mjera III.5: Jačanje eno-gastronomske ponude

Cilj mjere: Unapređenje i diversifikacija ponude djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića te povećanje plasmana autohtonih proizvoda kroz turističko-ugostiteljske objekte, trgovinu i na kućnom pragu

Opis: Kao važan primarni i sekundarni motiv putovanja, eno-gastronomija predstavlja važan faktor prepoznatljivosti Županije, ali i značajan, nacionalno etablirani, razvojni potencijal (dva od pet najboljih restorana Hrvatske nalaze se na području Županije, <http://www.dobri-restorani.hr/top-lista/dobri-restorani-2015/>) utemeljen na podizanju razine kvalitete i raznovrsnosti ponude ugostiteljstva, sačuvanoj kompleksnoj eno-gastro tradiciji (goranska i primorska kuhinja kao odraz pučke, talijanske/veneto i austrougarske kuhinje, autohtone sorte vina vrbnička žlahtina, trojšćina, jarbola, sušćan crni) te tradiciji obiteljskog ugostiteljstva i potencijalu lokalne proizvodnje namirnica. I dok je raznolikost i originalnost/autentičnost ponude (posebice promovirana kroz regionalne brendove 'Kvarner Gourmet' i 'Kvarner Food', a posebno kvaliteta hrane u objektima hrane i pića iznad prosjeka, analiza konkurentnosti ukazala je da korištenje lokalno proizvedene hrane bitno zaostaje za sveukupnom turističkom ponudom Županije i spada među najlošije ocijenjene elemente ponude.

Ocjenjujući, ipak, da eno-gastronomska ponuda Županije ima puno potencijala za podizanje konkurentne pozicije (prenaglašena sezonska orijentacija destinacija, nedovoljno profilirana ponuda i primjena zastarjelih kuharskih tehnika, nedostatak stručnog kadra, nedovoljna ponuda lokalnih proizvoda i nedovoljno korištenje autohtone kuhinje i njezine popularizacije u turističke svrhe), mjerom se uspostavlja okvir za intenziviranje aktivnosti jačanja eno-gastro ponude Kvarnera unapređenjem i diversifikacijom usluga, organizacijom specijaliziranih manifestacija/festivala (povezane mjere u operativnim strategijama Razvoja turističke ponude u priobalju i na otocima, Upravljanja kvalitetom, Razvoja ljudskih potencijala i Upravljanja procesima), podizanjem prepoznatljivosti (operativna strategija Marketing), ali i stvaranjem uvjeta za kupnju lokalnih proizvoda i obilaske tematskih cesta. Jačanje eno-gastro ponude Kvarnera dodatno podrazumijeva i podršku uspostavljanju restoranske ponude (ambijent i atmosfera objekta, izbor i kreativnost jela i vina, kvaliteta namirnica, vještine i konzistentnost kuhanja i usluživanja) koja ima snagu predstavljati motiv putovanja te generirati tržišnu prepoznatljivost na širem regionalnom tržištu. Mjerom se, nadalje,

posebice u segmentu bio i organskih proizvoda, potiče unapređenje proizvodnje (povezane mjere u okviru prioriteta Razvoj zelenog gospodarstva, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.), prezentacije i povezivanja obiteljskih imanja/gospodarstva (uključujući i manje pogone) orijentiranih na proizvodnju prehrambenih proizvoda/prerađevina (vinarije, mljekare/sirane, uljare, mesnice, voće, povrće, med, liker, ljekovito bilje i sl.) s ugostiteljstvom te trgovinom (tržnice, specijalizirane manje trgovine, veliki lanci i sl.).

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, LAG-ovi, udruženja ugostitelja, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- 'Professional awareness' aktivnosti usmjerene na razumijevanje kretanja na suvremenom eno-gastro tržištu te povezivanje s vizijom i ciljevima razvoja turizma Kvarnera
- Pružanje tehničke pomoći zainteresiranim objektima hrane i pića te obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima na pojedinačnoj osnovi (uključujući i pomoć pri razradi projektne ideje te osiguranju financiranja)
- Financijska i nefinancijska potpora organizaciji eno-gastro manifestacija/festivala i povećanju prisutnosti gastro ponude Kvarnera u relevantnim europskim vodičima
- Razvoj trgovačke 'Kvarner gourmet' ponude (uključujući i financijsku i nefinancijsku potporu)

Mjera III.6: Uređenje mjesta

Cilj mjere: Povećanje ambijentalnosti naselja u priobalju, zaleđu i na otocima

Opis: Uređenost i ambijentalnost svake turističke destinacije te atraktivna prezentacija različitih destinacijskih sadržaja doprinose kvaliteti života lokalnog stanovništva te predstavljaju temelj destinacijskog identiteta i imidža kojim privlače turističku potražnju. U tom bi smislu, svaka od destinacija Županije, kao bitnu odrednicu vlastitog tržišnog pozicioniranja, morala posjetiteljima osigurati mogućnost doživljavanja specifičnog i autentičnog „duha mjesta“ koji povezuje autohtoni iskaz povijesti i suvremene kulture života.

Iako većina turističkih destinacija Županije posljednjih godina pridaje sve veću pažnju uređenosti i komunalnom skladu, uređenost većine mjesta još uvijek nije na zadovoljavajućoj razini. To potvrđuje provedena analiza konkurentske sposobnosti Županije prema kojoj je uređenost mjesta ocijenjena tek prosječnom ocjenom. U tom smislu, jačanje tržišne pozicije Županije na tržištu turističkih destinacija/regija podrazumijeva i daljnje kontinuirano uređenje svih mjesta od interesa za turističko privređivanje. Pri tome niz destinacija na području svih priobalnih i otočkih subregija do 2020. godine planira brojne projekte uređenja mjesta usmjerene na povećanje njihove turističke aktivnosti u rasponu od uređenja trgova, obalnih pojasa, fasada, igrališta, revitalizacije povijesnih jezgri ili pak specifičnih lokaliteta (vidi izvještaj Situacijska analiza).

Osim uređenja/održavanja javnih površina i sadržaja te obnove zapuštenih zgrada i fasada, potrebno je voditi računa i o uređenosti/ambijentalnost javnih površina, parkova i/ili riva, ali i rasvjeti (posebice o dizajniranom dekorativnom osvjetljavanju pojedinih zgrada/lokacija u funkciji isticanja/povećavanja njihove atraktivnosti) te sadržajnom opremanju i uređenju ključnih točaka zadržavanja posjetitelja (ugostiteljski objekti, trgovine, galerije, trgovi i sl.). Posebnu pozornost, pri tome, valja posvetiti

poštivanju autohtonog graditeljskog izričaja, uporabi tradicijskih graditeljskih materijala, odnosno poštivanju karakterističnih boja (stolarija, fasade i sl.) kao sredstva uspostave tipičnog 'duha mjesta' karakterističnog za priobalna i otočka mjesta Kvarnera.

Područje obuhvata: Uža središta naselja u priobalju, zaleđu i na otocima Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Gradovi i općine u suradnji s turističkim zajednicama gradova i općina

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, TZ Kvarnera, javne institucije, privatni poduzetnici, lokalno stanovništvo

Vremenski obuhvat: 2017. - 2020.

Aktivnosti:

- Uređenje svih postojećih parkova i drugih javnih površina od interesa turističkoj populaciji
- Inventarizacija raspoloživih javnih, kao i nekorištenih privatnih objekata pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne ponude i/ili sadržaja društvenog standarda
- Definiranje prioriternih lokacija/nekorištenih objekata
- Uspostava standarda uređenja mjesta vodeći računa o tradicijskom graditeljskom izričaju te njihovo predstavljanje i popularizacija
- Razrada koncepta najbolje uporabe, odnosno prikladnih sadržaja prema lokacijama/objektima te procjena troškova
- Zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera (uključujući i javno-privatno partnerstvo)
- Uspostava prikladnog sustava financijskog i nefinancijskog poticanja za privatne poduzetnike koji se uključuju u revitalizaciju pojedinih lokaliteta (tehnička pomoć, komunalna naknada, pokriće dijela troškova kamata i sl.)

Mjera III.7: Izgradnja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova

Cilj mjere: Unapređenje destinacijske ponude turističkih doživljaja razvojem novostvorenih turističkih atrakcija

Opis: Zabavni parkovi predstavljaju specifične sadržaje turističke ponude koji omogućavaju sadržajnu i tematiziranu (cjelodnevnu) zabavu, opuštanje te uživanje u različitim adrenalinskim aktivnostima. Obogaćujući destinacijski lanac vrijednosti, tematske, adrenalinske i aqua parkove najčešće obilježava kontrolirani pristup i protok posjetitelja, sadržaji povezani u jedno ili više komplementarnih tematiziranih područja kao i mogućnost manje zahtjevnog provođenja slobodnog vremena te različitih komercijalnih sadržaja (trgovine, hrana i piće i sl.). Neovisno o vrstama parkova koje je moguće razlikovati prema veličini, temi i sadržajima te dominantnim psihografskim i/ili demografskim obilježjima ciljnih potrošačkih segmenata, na županijskoj razini potrebno je stvoriti preduvjete za sustavan i troškovno racionalan pristup razvoju te ponude. Posebice, jer se u ovom trenutku priprema/razmatra mogućnost izgradnje nekoliko parkova (primjerice aqua park na području grada Krka, tematski park na području Dobrinja ili adrenalinski park u Viškovu, vidi izvještaj Situacijska analiza). To podrazumijeva definiranje prioriteta te njihovo povezivanje s prostorno planskom dokumentacijom na razini Županije te pojedinih jedinica lokalne samouprave uključujući prepoznavanje lokacijski prikladnih i zemljišno 'čistih' lokaliteta te izradu koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, prijedloga poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske isplativosti. Posebnu pažnju valja posvetiti i definiranju prikladnog sustava fiskalnih, financijskih i drugih oblika poticaja budući da se radi o turističkom proizvodu/uslugama koji je još uvijek u Hrvatskoj/na razini županije u inicijalnoj fazi razvoja.

Područje obuhvata: Cijelo područje priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje kriterija za valorizaciju razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih, adrenalinskih i aqua parkova
- Valorizacija razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih, adrenalinskih i aqua parkova polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija
- Izrada liste prioriternih lokacija za razvoj tematskih, adrenalinskih i aqua parkova za predstavljanje potencijalnim investitorima
- Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja razvoja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova na lokacijama od interesa Županije

Mjera III.8: Unapređenje ponude lokalnih proizvoda i autohtonih suvenira

Cilj mjere: Unapređenje destinacijske ponude i zadovoljstva boravkom

Opis: Interes turističke potražnje za autentičnim i lokalnim, a u današnje vrijeme i eko, proizvodima kontinuirano raste iz godine u godinu. Samim tim, postojeća i nova turistička potražnja na prostoru turističkih destinacija Županije, a pod pretpostavkom kvalitetne promocije i/ili prezentacije, značajno otvara mogućnosti lokalnim proizvođačima zdrave hrane i/ili autohtonih suvenira za plasman vlastite proizvodnje bilo kroz turističko-ugostiteljske objekte, bilo na kućnom pragu.

Ponuda lokalno proizvedenih proizvoda i autohtonih suvenira u turističkim destinacijama Županije u ovom je trenutku još uvijek na niskoj razini kvalitete, autohtone prepoznatljivosti i/ili originalnosti. O tome se može zaključiti na temelju činjenice da su ponuda u sferi agroturizma kao i korištenje lokalno proizvedenih namirnica u objektima hrane i pića među najlošije ocijenjenim sadržajima destinacijske ponude. Polazeći od pojedinačnih planiranih aktivnosti usmjerenih na proizvodnju autohtone hrane, mjerom se dodatno želi potaknuti revitalizacija lokalne poljoprivredne proizvodnje kako bi se bolje iskoristili raspoloživi potencijali resursno-atraktivne osnove, ali i tradicije života i rada na ovim prostorima te stvorili preduvjeti za diversifikaciju turističkog interesa i unapređenje cjelokupnog vizualnog identiteta županijskih turističkih destinacija.

Projekt podrazumijeva osiguravanje organizacijske, pravne i financijske podrške svim mikro i/ili malim poduzetnicima u sferi proizvodnje lokalnih poljoprivrednih proizvoda kao i u sferi proizvodnje autohtonih suvenira.

Područje obuhvata: Priobalje i otoci Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Jedinice lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije u suradnji s LAG-ovima

Ostali dionici: Privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017. - 2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih i nefinancijskih poticaja

- Komunikacija sustava poticanja prema potencijalnim korisnicima
- Provedba i kontrola rezultata

Mjera III.9: Izgradnja sportskih centara na moru i kopnu

Cilj mjere: Jačanje prepoznatljivosti i imidža Primorsko-goranske županije kao destinacije sporta i rekreacije

Opis: Zdravlje i aktivni odmor u samoj su srži vizije razvoja turizma Kvarnera. Samim tim, razvoj sportske infrastrukture na kopnu i moru predstavlja jedan od ključnih preduvjeta diversifikacije turističkih doživljaja i produljenja sezone.

Analiza konkurentne sposobnosti ukazala je na ispodprosječnu kvalitetu sportsko-turističke i/ili rekreacijske ponude u Županiji. Stoga jačanje županijske prepoznatljivosti na tržištu sporta i rekreacije pretpostavlja osuvremenjivanje postojeće sportske ponude, ali i izgradnju cijelog niza novih sportsko-rekreativnih sadržaja namijenjenih različitim segmentima potražnje, odnosno osobama različite fizičke spremne.

U skladu s rečenim, mjera se odnosi na jačanje postojeće tržišne pozicije Kvarnera i pojedinih njegovih (sub)regija/destinacija bilo da je riječ o: (i) uspostavi novog sportsko-rekreativnog 'hardwarea' (projekti izgradnje sportske infrastrukture, bilo da je riječ o: (ii) programima podizanja razine kvalitete sportsko-rekreativnih usluga kroz individualne/grupne edukativne programe, najam prikladne opreme, servisne radionice, organizaciju sportskih manifestacija, sportske pripreme i sl.

Polazeći od raspoložive resursno-atraktivne osnove Županije, interesa turističke populacije, ali i tradicije održavanja sportskih događanja i mogućnosti pružanja usluga sportskih priprema za profesionalne i amaterske sportaše, sportsko-rekreativnu ponudu valja obogaćivati osobito u segmentu golfa, cikloturizma, ronjenja, jedrenja/surfanja na dasci, plivanja (posebice u olimpijskim bazenima), auto moto sportova kao i različitih adrenalinskih sportova. U tom smislu, jedinice lokalne samouprave planiraju (vidi izvještaj Situacijska analiza) niz projekata usmjerenih obogaćivanje sportske ponude (primjerice sportski kampus Kostrena, rekreacijska zona, park za vodene sportove te fitness na otvorenom u Dobrinju, fitness park i dječje igralište za ljude i djecu s posebnim potrebama, sportske dvorane u Cresu, Malom Lošinj i Loparu, bazeni u Rijeci, Crikvenici, Malom Lošinj). U nadležnosti Županije pokrenuti su i projekti Regionalno sportsko-rekreativnog i turističkog centra Platak te Međunarodnog streljačkog centra Grobnik, a među važnije planirane projekte u ingerenciji privatnih poduzetnika valja ubrojiti i izgradnju golf terena na području Malog Lošinja (Punta Križa) te Mošćeničke Drage (Brseč).

Područje obuhvata: Priobalje i otoci Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Jedinice lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije u suradnji s turističkim zajednicama

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, sportski klubovi/udruge, gospodarski subjekti

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Inventarizacija projektnih ideja razvoja sportsko-rekreativnih centara na razini jedinica lokalne samouprave
- Valorizacija razvojnog potencijala planiranih sportsko-rekreativnih projekata polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti (posebice za projekte vrijednosti iznad 10 milijuna kuna)
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnog konceptu pojedinih objekata/lokacija
- Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja

-
- Izrada liste prioritetnih projekata i njihovo predstavljanje potencijalnim investitorima
 - Odabir strateških partnera
 - Izrada projektne dokumentacije i zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera (uključujući i javno-privatno partnerstvo)
 - Gradnja i stavljanje novih sportskih centara u upotrebu
-

Mjera III.10: Sustav manifestacija Kvarnera

Cilj mjere: Jačanje prepoznatljivosti i imidža Kvarnera na tržištu kulturnog turizma

Opis: Organizacija manifestacija jedan je od izrazito efikasnih i u novije vrijeme sve uobičajenijih načina izgradnje prepoznatljivosti i poželjnog imidža turističkih destinacija. Ukoliko su dovoljno atraktivne, manifestacije mogu privući pažnju koju bi drugačije bilo bitno teže generirati, osobito u uvjetima sve veće konkurencije i segmentacije potražnje na globalnom turističkom tržištu.

U tom smislu, iako se na području priobalnih i otočkih subregija Kvarnera godišnje organizira više od dvije stotine manifestacija iz različitih domena i među kojima neke, poput Riječkog karnevala ili Rabske fjere, svake godine privlače izuzetno veliki broj posjetitelja te generiraju značajnu medijsku pozornost, valja ipak naglasiti da je većina postojećih manifestacija ipak na razini regionalne odnosno lokalne prepoznatljivosti. O tome svjedoči i provedena analiza konkurentne sposobnosti PGŽ prema kojoj je kvaliteta kulturnih manifestacija ocijenjena približno na razini prosjeka sveukupne ponude.

U skladu s rečenim, jače tržišno profiliranje prema kulturno-turističkoj potražnji, pretpostavlja značajan iskorak u jačanju međunarodne prepoznatljivosti barem desetak postojećih događanja, kao i uvođenje novih manifestacija koje su uglavnom orijentirane na međunarodnu turističku potražnju. U tom smislu, a kad je riječ o postojećim manifestacijama, čini se da najveći razvojni potencijal, osobito u smislu privlačenja potražnje u, pred i post sezoni, imaju eno-gastronomska, pokladna i sportska događanja. Pritom je poželjno međusobno vremenski i sadržajno koordinirati aktivnosti pojedinih destinacija kako bi se stvorili preduvjeti za zajedničku tržišnu komunikaciju odnosno povećanje značajnosti i prepoznatljivosti pojedinih tema/manifestacija.

S druge strane, a imajući na umu sve veći prepoznatljivost Hrvatske kao odredišta glazbenih festivala za mlade (npr. Ultra, Dimensions, Inmusic, Garden Festival, događanja na Zrću i sl.), turističke destinacije na priobalju Kvarnera svakako bi se morale pojačano orijentirati i prema ovom izrazito brzo rastućem tržištu. Vodeći računa o osiguranju potrebne logistike i troškovima organizacije, nositelj ponude glazbenih festivala trebala bi biti Rijeka odnosno njezin prsten, pri čemu je poželjna i njihova djelomična disperzija na okolne destinacije.

Područje obuhvata: Priobalno-otočki dio Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera u suradnji s TZ gradova/općina

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, gradovi/općine, kulturne institucije/udruge, poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

Postojeće manifestacije

- Ocjena potencijala postojećih manifestacija
 - Sagledavanje mogućnosti tematsko-terminskog povezivanja postojećih destinacijskih manifestacija
 - Evaluacija alternativnih tema događanja temeljem procjene njihovih koristi i troškova te sposobnosti i kapaciteta u Županiji
 - Organiziranje zajedničkog tržišnog nastupa (kad je oportuno)
-

Nove manifestacije

- Prijedlog novih manifestacija i evaluacija tržišnog potencijala
- Izrada idejnog koncepta i sadržaja nove(ih) manifestacije(a)
- Komunikacija i povezivanje potencijalnih dionika
- Uspostava stručne/profesionalne organizacije za vođenje manifestacije(a)

Mjera III.11: Unapređenje zdravstveno-turističkih usluga

Cilj mjere: Jačanje prepoznatljivosti i imidža Kvarnera na tržištu zdravstvenog turizma

Opis: Razvoj zdravstvenog turizma, sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, jedno je od strateških razvojnih usmjerenja hrvatskog turizma, pri čemu je upravo područje Kvarnera tradicijski povezano upravo s ovom vrstom turističke aktivnosti. Konačno, budući da na području Kvarnera već dugi niz godina djeluju brojni međunarodno prepoznatljivi centri/objekti/institucije zdravstveno turističke ponude (primjerice na područjima stomatologije, ortopedije i fizikalne medicine, estetske kirurgije), a čiji razvojni potencijal još uvijek nije dovoljno iskorišten, nameće se potreba pojačane tržišne orijentacije na zdravstveno-turističke usluge u svim priobalnim i otočkim (sub)regijama Kvarnera utemeljene na unapređenju izvrsnosti usluge kao i proizvodnoj specijalizaciji te destinacijskoj diferencijaciji. U ovom trenutku planira se pokretanje niza, javnih i/ili privatnih, projekata inovacije i/ili nove izgradnje u sferi zdravstvenog turizma kao što su primjerice izgradnja klinike u Malom Lošinj, zdravstveno-lječilišnog centra u Dobrinju, dogradnja i unapređenje Thalassoterapije Crikvenica te Lječilišta u Velom Lošinj.

U cilju unapređenja izvrsnosti usluge postojećih zdravstveno-turističkih objekata/centara/institucija potrebno je znatno povećati kvalitetu ugostiteljskog dijela ponude (posebice u institucijama javnog sektora), osigurati međunarodno certificiranje institucija, uključujući i certificiranje njihovih djelatnika odnosno stimulirati integraciju ponude na način da se različiti sadržaji medicine, wellnesa i rekreacije učine dostupnim u okviru istog objekta/centra/institucije. Nadalje, podizanje kvalitete integralne zdravstveno turističke usluge pretpostavlja povezivanje s međunarodnim pružateljima osiguravateljskih usluga, kao i postupno odmicanje od HZZO sustava.

Konačno, jačanje tržišne prepoznatljivosti Kvarnera na zdravstveno-turističkom tržištu podrazumijeva i bitne iskorake u tržišnoj komunikaciji, pri čemu poseban naglasak valja stavljati na povezivanje s međunarodnim posrednicima u komercijalizaciji zdravstveno-turističkog proizvoda.

Mjera se sadržajno nadovezuje na planirane aktivnosti u okviru imidž projekta Kvarner – Centar thalassoterapije.

Područje obuhvata: Priobalno-otočki dio Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Klaster zdravstvenog turizma Kvarnera, specijalne bolnice, Lječilište Lošinj, sustav turističkih zajednica, gradovi i općine, privatni poduzetnici u sferi zdravstvenog turizma, specijalizirani turistički posrednici, Ministarstvo zdravlja, Ministarstvo turizma

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Akreditiranje zdravstveno-turističkih ustanova, a čime bi se trebala osigurati uspostava/zaštita minimalno prihvatljivog standarda usluživanja/kvalitete zdravstvene usluge
- Međunarodno certificiranje zdravstveno-turističkih ustanova, a čime bi se trebala osigurati njihova veća međunarodna vjerodostojnost
- Ocjena opravdanosti ulaska u marketinške strateške saveze (udruživanje istovrsnih ponuđača na nacionalnoj/međunarodnoj razini)

- Ocjena poželjnosti/opportuniteti korištenja usluga specijaliziranih posrednika
- Edukacija zaposlenih, bilo kroz uvođenje obveze cjeloživotnog obrazovanja, bilo kroz prilagodbu hrvatskog obrazovnog sustava
- Uspostava centralnog komunikacijskog portala za zdravstveno-turističke usluge Kvarnera

Mjera III.12: Unapređenje jahting turizma

Cilj mjere: Unaprijediti proizvod jahting turizma na području Županije izgradnjom novih vezova za privez brodica i jahti, podizanjem razine usluge priveza i boravka plovila u lukama nautičkog turizma i lukama otvorenim za javni promet te obogaćivanjem i podizanjem kvalitete popratnih sadržaja za potrebe jahtaša. Takvo unapređenje doprinosi boljoj poziciji Županije na turističkom tržištu te stvara uvjete za kvalitetniji rast i razvoj ove vrste turizma, a time doprinosi ukupnom društvenom i gospodarskom boljitku Županije.

Opis: Jahting turizam obuhvaća višednevni boravak jahtaša primarno na plovilu (brodicama i jahtama), ali i na kopnu u lukama nautičkog turizma i drugim lukama otvorenim za javni promet te izvan njih, na mjestima povezanim s plovidbom/putovanjem. Tu vrstu turizma obilježava stanoviti ekskluzivitet, koji se, između ostalog, manifestira u, i prosječno dvostruko većem, iznosu dnevne potrošnje jahtaša u odnosu na one koji (komercijalni) smještaj ostvaruju na kopnu. Nažalost, sve mogućnosti te vrste turizma nisu odgovarajuće iskorištene u Hrvatskoj pa ni u Primorsko-goranskoj županiji. Jedan od razloga tome je i izrazita sezonalnost jahting turizma - u dva ljetna mjeseca ostvaruje se više od polovice godišnjeg prometa plovila u tranzitu, u lukama nautičkog turizma. Uz to, istraživanja potvrđuju da su u Hrvatskoj jahting ponuda (ponuda čartera, raspoloživost tranzitnih vezova i opremljenost marina) i ugostiteljska ponuda ocijenjene lošijima u usporedbi sa Španjolskom, Francuskom i Italijom. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske donijelo je stoga Akcijski plan razvoja nautičkog turizma koji u sebi sadrži posebni dio o jahting turizmu, i najvećim dijelom je primjenjiv i na primorsko-goransku Županiju.

Na području Primorsko-goranske županije je 27 luka nautičkog turizma (luke posebne namjene), od toga je 16 marina (6 suhah). U lukama nautičkog turizma je oko 3300 vezova u moru te oko 1700 mjesta na kopnu. Taj broj vezova ne obuhvaća raspoložive vezove za nautički turizam u lukama otvorenim za javni promet.

Najnoviji trendovi u nautičkom turizmu koji se izravno tiču budućih aktivnosti Županije na unapređenju proizvoda jahting turizma su: rast kvalitete ukupne ponude u jahting turizmu, okolišno odgovorno poslovanje, odnosno razvoj 'čistih tehnologija' u izgradnji i poslovanju marina, inovativna ponuda 'stay&sail' aranžmana, ulaganja u klubove mladih radi razvoja strasti za jahtingom od rane dobi, pojava novih tržišnih segmenata (u međunarodnim okvirima to su prije svega Kina i Rusija, a s obzirom na dob raste udio 55+ godišta), raste potražnja za plovilima većim od 12 metara i mega-jahtama (24+ m), raste potražnja za vezovima za veća plovila (12+ m) i mega-jahte (24+ m), skraćuje se boravak nautičara-jahtaša na plovilu, raste broj aktivnosti kojima se bave tijekom putovanja te raste svijest nautičara-jahtaša o potrebi očuvanja okoliša i prirode.

Prema Prostornom planu Županije, u planskom razdoblju do 2015. godine, bila je predviđena izgradnja novih 3100 vezova u moru, u lukama nautičkog turizma. Prema Strategiji razvoja nautičkog turizma RH za razdoblje 2009.-2019., za cijelo područje hrvatskog priobalja predviđa se realizacija 15000 novih vezova (do 2019.), što je nešto manje od 50 % planiranih u Prostornim planovima primorskih županija (do 2015.). Do sada je u Hrvatskoj realizirano oko 10 % planiranih novih vezova u jahting turizmu prema toj Strategiji, od toga gotovo ništa u Primorsko-goranskoj županiji (u lukama nautičkog turizma ništa, a za nautičke vezove u lukama otvorenim za javni promet nema javno objavljenih podataka). Pregled planiranih projekata u funkciji razvoja turizma pojedinih jedinica lokalne samouprave (vidi izvještaj Situacijska analiza) ukazuje na značajan investicijski interes u sferi nautičkog turizma koji uključuje

izgradnju/obnavljanje marina/luka nautičkog turizma (Rijeka, Bakar, Crikvenica, Novi Vinodolski, Baška, Rab, Mali Lošinj) te uređenje luka otvorenih za javni promet (Opatija, Crikvenica, Novi Vinodolski, Punat, Krk, Lopar).

Područje obuhvata: Priobalno područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije

Ostali dionici: Turističko gospodarstvo (hoteli, restorani, ostali sadržaji za turiste), Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture RH, Ministarstvo turizma, lokalna samouprava itd.

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti

- Umrežavanje i lobiranje radi izmjene i dopune neprimjerne legislative koja koči razvoj nautičkog turizma (prema Akcijskom planu razvoja nautičkog turizma RH)
- Izrada studija nosivog kapaciteta jahtinga (marina, privezišta i sidrišta) u Županiji, uključujući stratešku procjenu utjecaja na okoliš, kao preduvjet održivog i okolišno prihvatljivog razvoja
- Analiza planiranih vezova (broj, razmještaj i vrsta) u postojećim dokumentima prostornog uređenja (prostornim planovima) i njihova eventualna revizija
- Poticanje izgradnje novih luka nautičkog turizma, uključujući i one za prihvat mega jahti
- Unapređenje kvalitete postojećih kapaciteta u jahting turizmu (opskrba strujom, vodom, uređajima za pražnjenje crnih i sivih tankova, veličina veza, vezovi za velike jahte, sadržaji u lukama nautičkog turizma, uvođenje 'zelenih tehnologija' i inovacija u razvoj ponude i upravljanje itd.)
- Izrada marketinškog plana jahting turizma
 - Razvoj programa nautičkih doživljaja na moru i na kopnu te stvaranje brenda hrvatskog nautičkog stila života
 - Poboljšanje dostupnosti informacija o turističkoj ponudi destinacije nautičarima u marinama i lukama otvorenim za javni promet
 - Kreiranje on-line informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za nautički turizam/jahting s atraktivnim i lako dostupnim sadržajem, mogućnost rezervacije i kupnje
 - Umrežavanje lokalnih i regionalnih agencija te partnerstva s globalnim distributerima, specijaliziranim agencijama za prodaju mega jahti s posadom
 - Inoviranje nautičkih turističkih vodiča u tiskanom i digitalnom obliku
 - Intenziviranje odnosa s javnošću (specijalizirani on i off-line mediji)
- Organiziranje studijskih putovanja za specijalizirane posrednike
- Sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama
- Organiziranje domaćih i međunarodnih manifestacija koje doprinose promidžbi nautičkog turizma: regate, festivali s temom mora i dr.
- Podizanje broja i kvalitete usluga koje se pružaju plovilima, putnicima i posadi u svim objektima za prihvat plovila unutar i izvan luka otvorenih za javni promet

Mjera III.13: Povećanje konkurentnosti proizvoda brodskih kružnih putovanja

Cilj mjere: Unaprijediti ponudu za putnike i brodove na kružnim putovanjima u domaćem i međunarodnom prometu i time povećati konkurentnost proizvoda.

Opis: Kružna putovanja brodom zadnjih dvadesetak godina doživljavaju veliku ekspanziju u svijetu, a tako je od početka ovog stoljeća i u Hrvatskoj. U Primorsko-

goranskoj županiji prisutne su dvije vrste kružnih brodskih putovanja: međunarodna putovanja brodovima pod stranim zastavama, na kojima su jedna ili više luka u Hrvatskoj dio itinerera koji obuhvaća još barem jednu, a najčešće i nekoliko drugih zemalja, pri čemu su početna i završna luka izvan Hrvatske, te kružna putovanja manjim brodovima (oko 30 putnika) pod hrvatskom zastavom, koji plove unutar obalnog i teritorijalnog mora, najčešće na putovanjima od 7 dana, pa su im početna i završna luka u Hrvatskoj. Rijeka i Kvarner za međunarodna brodska kružna putovanja, posebno velikih brodova, sve do nedavno nisu bili sastavni dio itinerera brodskih kompanija, osim kad se radilo o malim krstašima/kruzerima, koji su se povremeno vezali ili sidrili u manjim lukama kao što su Opatija, Mali Lošinj itd. U Riječku luku ove će godine pristati oko 15 velikih brodova (prošle godine 7) na međunarodnim kružnim putovanjima, od kojih većina po prvi puta. Riječka luka i Grad Rijeka imaju ambicije u idućim godinama više ulagati u razvoj te vrste turizma, pa su završene: Studija o mogućnostima razvoja Rijeke kao turističke destinacije (s naglaskom na cruiseing) te studija Rijeka - polazna luka za kruzning turizam. Dugoročno, planira se premještanje kontejnerskog terminala na otok Krk, i pretvaranje Brajdice u kompleksnu turističku zonu s novim putničkim terminalom za velike brodove na međunarodnim kružnim putovanjima, čime bi se, uz ostale potrebne uvjete Rijeke i okruženja (zračna luka s dovoljnim brojem zračnih linija, dovoljan broj hotelskih kapaciteta više i visoke kategorije, opskrba i održavanje broda itd.) stvorili uvjeti da Rijeka postane polazna luka za neke brodarske kompanije i njihove itinerere. U kratkoročnom razdoblju, Riječka luka ostaje luka ticanja.

Domaća brodska krstarenja u Hrvatskoj danas su među 50 najpoželjnijih putovanja na svijetu prema časopisu Traveler. To je danas jedan od 'must see' proizvoda među mladima razvijenih zemalja Commonwealth-a. Kružna putovanja brodovima u domaćem prometu, u teritorijalnom i unutrašnjem moru, danas su prepoznatljiv i poželjan turistički proizvod koji nudi kombinaciju krstarenja s biciklističkim turama po otocima, gastronomske ili avanturističke ture itd. Na domaćim kružnim putovanjima koja obuhvaćaju Kvarnersko područje Opatija je najčešća polazna (i završna) luka, a luke koje na Kvarneru imaju najveću frekvenciju posjećivanja tih brodova su Crikvenica, Mali Lošinj, Cres, Rab, Krk itd.

Područje obuhvata: Priobalno područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Lučka uprava Rijeka i Županijske lučke uprave

Ostali dionici: Obrazovne i znanstvene institucije, DMO/turističke zajednice, putničke agencije, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti (sukladno Akcijskom planu nautičkog turizma RH, 2015.):

Domaća kružna putovanja:

- procijeniti veličinu tržišta i rast potražnje
- povećati broj vezova za brodove u lukama otvorenim za javni promet (definirati koje su to luke)
- osigurati siguran vez u lukama
- osigurati/izgraditi barem jednu luku za zimovanje brodova na sjevernom Jadranu (Kvarneru)

Međunarodna kružna putovanja:

- procijeniti veličinu tržišta i rast potražnje
- procijeniti atrakcijski potencijal subregija (gradova i općina)
- definirati pogodne luke/destinacije za ukrcaj i/ili ticanje (vodeći računa o infrastrukturi, atrakcijama u gravitirajućem području, ostaloj uslužnoj ponudi i sl.)
- utvrditi održivi nosivi kapacitet izabраниh luka/destinacija
- definirati potrebne investicije u lukama
- povećati ponudu tematskih izleta
- unaprijediti komunikacijske aktivnosti

3.4. Razvoj turističke ponude u Gorskom kotaru

Cilj: Povećanje kvalitete i obujma turističke ponude Gorskog kotara

Polazište: Rezultati analize na razini pojedinih turističkih klastera (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine, Situacijska analiza) ukazuju na postojanje dviju, kako po svojim geografskim i klimatskim obilježjima, tako i po postojećem stupnju razvijenosti turizma, potpuno različitih cjelina – priobalje i otoci te Gorski kotar. Za razliku od priobalja i otoka, Gorski kotar je slabo naseljeno gorsko i planinsko područje u zaleđu urbaniziranog, gusto naseljenog i razvijenog jadranskog dijela županije. Karakteriziraju ga vrijedni prirodni resursi (šume i obilje vode) i kulturno spomenička baština kao i, izuzev nekih udaljenijih dijelova, dobra prometna povezanost s Rijekom i Zagrebom. Zahvaljujući Nacionalnom parku Risnjak koji se prostire na većem dijelu Gorskog kotara, jedno je od najzaštićenijih područja u Hrvatskoj. Šumarstvo i drvna industrija te vodoprivredna industrija dugo su vremena bile temelj gospodarstva ovog kraja. Slabljenje ovih industrija u proteklom razdoblju praćeno je snažnim iseljavanjem mladog i obrazovanog stanovništva što je u konačnici rezultiralo neadekvatnom starosnom i obrazovnom strukturom stanovništva (visoki udjel staračkog stanovništva). Ovome su svakako pridonijele i izmjene Brdsko-planinskog zakona kojima su jedinice lokalne samouprave izgubile značajan iznos financijskih sredstava potrebnih za održavanje životnog standarda stanovništva (posebice značajno zimi kada su uvećani troškovi održavanja infrastrukture). Paradoksalno zvuči činjenica o natprosječnom službenom pokazatelju razvijenosti Gorskog kotara (koji je rezultat upravo izrazite depopulacije pri čemu se broj stanovnika smanjuje, a indeks razvijenosti raste) kada je cijelo područje u stvarnosti nedovoljno razvijeno i predstavlja jednu od slabije razvijenih područja ne samo u Županiji već i u Hrvatskoj. Nezadovoljavajuća razina razvijenosti vrijedi i za turizam koji je dugo godina imao tek sekundarnu ulogu, u sjeni dominantnih industrija. Sukladno tome, na području klastera Gorski kotar danas se nalazi samo oko 1 % ukupnih turističkih kapaciteta Županije koji generiraju 1,16 % turističkih dolazaka i 0,6 % svih turističkih noćenja u Županiji. Međutim, čak i ovako slabi pokazatelji, zbog niske baze tj. polaznih usporednih pokazatelja, predstavljaju značaj porast u odnosu na prethodne godine. Ovakva obilježja turizma svakako upućuju na potrebu zasebnog promišljanja razvoja turizma ovog područja u odnosu na ostatak Županije tj. priobalje i otoke. To dakako ne znači da se razvoj turizma Gorskog kotara 'izolira' u odnosu na druge klaster u priobalju i na otocima, jer razvoj turizma Gorskog kotara doista jeste integralni i nezaobilazni dio ponude cijele Županije, već samo ukazuje koji značaj nadležna regionalna i nacionalna javna tijela pridaju ovom području i njegovu razvoju.

Kada je riječ o turizmu, elementi ponude koji odražavaju 'turističku' nadgradnju odnosno konkurentsku sposobnost korištenja raspoloživih resursa identificirani na razini većeg dijela Županije predstavljaju ograničenja i postojeće turističke ponude Gorskog kotara. Turistički lanac vrijednosti je plitak odnosno nedovoljno nerazvijen, a sustav turističkih proizvoda nedovoljno profiliran i umrežen. Štoviše, ne postoji ključan proizvod od zajedničkog interesa za cijeli Gorski kotar. Smještajna ponuda je skromna, a prirodni i kulturni resursi nedovoljno su valorizirani i u najvećem dijelu nespremni za aktivan i atraktivan prihvata posjetitelja. Posebno treba ukazati na prepoznatu slabost povezanu uz neusklađenost ponude s potrebama i zahtjevima/očekivanjima gostiju te nedovoljnu orijentaciju na oblike aktivnog odmora za koje cijeli Kvarner, a naročito Gorski kotar, imaju potencijala. Slabom iskorištenju prirodnih resursa u prije svega sportske i rekreacijske svrhe pogoduje i neadekvatna suradnja s javnim poduzećima koja gospodare tim resursima (Hrvatske šume d.o.o., Hrvatske vode, HEP d.d.). Nadalje, autohtona kuhinja nije dovoljno popularizirana, a time niti iskorištena u kontekstu turizma. Većina manifestacija uglavnom je lokalnog karaktera bez koordinacije pojedinih jedinica lokalne samouprave i njihovih turističkih zajednica. Pored navedenog, sudionici provedenih strateških radionica ističu kako je Gorski kotar već

dugo vremena poprilično 'zapušten' kada je riječ o marketinškim aktivnostima cijele Županije. Gorski kotar i njegova karakteristična zelena boja nisu dovoljno istaknute i prepoznate pod okriljem Kvarnera.

Navedeni strateški nedostaci razvoja turizma u Gorskom kotaru ukazuju ne samo na potrebu dodatnog razvoja turističke ponude već i osmišljavanje i stvaranje novih atraktivnih turističkih proizvoda i specifičnih oblika turizma. Ovako usmjerenje potvrđeno je ne samo od strane Županijske Razvojne strategije za razdoblje 2016.-2020. u okviru strateškog cilja razvoja konkurentnog i održivog gospodarstva (mjera unapređenja turizma) već i na nacionalnoj razini. Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/13) pored proizvoda 'sunce i more' poseban naglasak stavlja na nautički turizam (yachting i cruising), zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, golf turizam, cikloturizam (biking), eno i gastroturizam, ruralni i planinski turizam te pustolovni i sportski turizam. Obzirom na svoja geografska i klimatska obilježja, Gorski kotar ne može, poput ostatka Županije, računati na 'sunce i more' i s tim povezano nautičkim turizmom kao dominantnim proizvodima, već će svoj daljnji razvoj morati usmjeriti na druge proizvode poput cikloturizma (biking), pustolovnog i sportskog turizma, zdravstvenog turizma, ruralnog i planinskog turizma, kulturnog turizma, eno i gastroturizma. Nadalje, Strategija ukazuje na potrebu značajnijeg kvantitativnog i kvalitativnog iskoraka u sferi smještajne ponude (hoteli, kampovi i kućanstva) ne samo duž jadranske obale već i u njezinu zaleđu kao i na kontinentu te povećanje kvalitete postojeće atrakcijske osnove u funkciji generiranja dodatnih motiva što se prije svega povezuje uz izgradnju i opremanje biciklističkih i pješačkih staza te druge sportske infrastrukture, izgradnju tematskih parkova i centara za posjetitelje te interpretaciju kulturno-turističkih lokaliteta/objekata.

Opis: Prioritetna strategija podrazumijeva sustavno poticanje proširenja i produbljenja te povećanje kvalitete destinacijskog lanca vrijednosti kroz diversifikaciju proizvoda i usluga, pružanje inovativnih i kvalitetnih sadržaja boravka gostiju te podizanje obujma i kvalitete smještajne i izvansmještajne ponude. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- Razvoj hotelske ponude
- Razvoj kamping ponude
- Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava
- Razvoj agroturizma
- Jačanje eno-gastro ponude
- Uređenje mjesta
- Zabavni i adrenalinski parkovi
- Turistifikacija zaštićenih prirodnih i povijesno-kulturnih resursa
- Sport, rekreacija i zdravlje: aktiviranje šumskih i vodenih resursa
- Ključne manifestacije

Mjere: ***Mjera IV.1: Razvoj hotelske ponude***

Cilj mjere: Izgradnja i unapređenje ponude hotela i sličnih kapaciteta na području Gorskog kotara

Opis: Analiza stanja u sklopu ovog dokumenta, nedvojbeno je dokazala kako Gorski kotar ima najmanji broj smještajnih kapaciteta, najnižu stopu njihove iskorištenosti, kao i najmanju razinu turističke potrošnje u odnosu na ostale promatrane klastere unutar PGŽ (vidjeti Situacijsku analizu). Hotelski smještaj donosi višu razinu kvalitete ponude unutar destinacija, ima prosječno više stope iskorištenosti kapaciteta u odnosu na ostale oblike smještaja, ali istovremeno iziskuje i viša početna ulaganja, odnosno generira značajno više operativne troškove. Za Gorski kotar bi povećanje broja hotelskih kapaciteta, bio kvalitetan iskorak u razvoju turizma, ali isključivo uz uvjet cjelogodišnjeg poslovanja i integracije s lokalnom zajednicom (mogućnosti lokalnog zaposlenja, korištenja lokalnih proizvoda i usluga). Postojeća situacija ukazuje na

značajan problem nedovoljnog marketinga i zajedničkog objedinjavanja postojećih atrakcija u svrhu aktivnog tržišnog nastupa, ali i stvaranja prepoznatljivog turističkog proizvoda koji bi bio primarni motiv dolaska u Gorski kotar i generator potražnje za turističkim uslugama. U tom smislu, postojeći i novi hotelski kapaciteti ne bi smjeli biti isključivo fokusirani na uslugu smještaja, već i na aktivno stvaranje motiva za posjet hotelu i destinaciji (za razliku od priobalja gdje destinacija sama po sebi osigurava sunce i more kao ključan motiv dolaska).

U skladu s time, mjerom se potiče izgradnja novog hotelskog smještaja (jedinice lokalne samouprave na području Gorskog kotara navele su dva planirana projekta do 2020. godine vezana uz hotelsku suprastrukturu: proširenje hotela Risnjak i kupnju devastiranog hotelskog objekta u Skradu; vidi izvještaj Situacijska analiza), koji bi osim smještajnih kapaciteta nudio tematizirane vanpansionske usluge (wellness sadržaji, sadržaji za sport i rekreaciju i sl.), ali i logistički i promotivno integrirao ponudu cijelog Gorskog kotara kao destinacije (izletnički posjeti prirodnim i kulturnim atrakcijama, tematski paketi, planinarske i biciklističke ture, itd.). Naglasak bi trebao biti na suradnji i komplementarnosti sa ostalim turističkim (i gospodarskim) subjektima u stvaranju šireg destinacijskog lanca vrijednosti, radije nego kreiranju zatvorenog sustava vlastitih usluga i resort-obliku turističke ponude. Neizostavan element uspješnosti ovakvog objekta je i snažna tržišna promocija i privlačenje interesa različitih ciljnih skupina putem iskorištavanja raznolikosti doživljaja koje Gorski kotar može ponuditi tijekom cijele godine (zimski/ljetni turizam). Povećanje potražnje i unapređenje atraktivnosti ponude cjelokupnog Gorskog kotara, a ne samo uže okolice, predstavlja ključnu ideju ovog projekta, stoga bi odabir lokacije hotela trebao prvenstveno ovisiti o potrebnim infrastrukturnim pretpostavkama i kapacitetima za nesmetano funkcioniranje takvog objekta (energetska mreža, priključci na kanalizacijsku mrežu, što manji zahvati u okolišu, itd.). Mjera podrazumijeva i poticanje izgradnje manjih obiteljskih hotela i sličnih objekata, ali i izgradnju turističko-lječilišnih kompleksa koji bi obuhvaćali i hotelske smještajne kapacitete. Kao poseban iskorak predlaže se stvaranje difuznih hotela kao tipa hotela karakteriziranog smještajem u geografski disperziranim pretežito starim, tradicijskim, povijesnim, ruralno-urbanim strukturama i građevinama, uređenim na tradicijski način. Osim posebnog turističkog doživljaja i dodane vrijednosti za goste, ovakvim projektima bi se doprinijelo revitalizaciji graditeljske baštine Gorskog kotara kroz obnovu i turističku valorizaciju zapuštenih građevina (eventualno i čitavih naselja) koja su trenutno u stanju propadanja.

Presudna za financijsku i ekonomsku održivost tih projekata je potpora javnog sektora u smislu prostornog planiranja, pružanja savjetodavnih usluga, pomoći pri aplikaciji na EU fondove, te posebno poticanje (kroz financijske i nefinancijske povlastice) onih projekata koji imaju visok udio korištenja postojećih lokalnih resursa (pri samom investiranju, ali i zapošljavanju, ostvarivanju poslovnih suradnji i slično) te koji implementiraju sustave okolišno odgovorne prakse.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, lokalna razvojna agencija PINS d.o.o., privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za projekte izgradnje hotela na području Gorskog kotara (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata i/ili pripreme potrebne dokumentacije)
- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijske potpore u razvojnoj i implementacijskoj fazi (savjetodavna pomoć, priprema projektne

dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama, pomoć u povezivanju i stvaranju partnerstava na lokalnoj razini itd.)

- Razvoj i provedba programa internog marketinga na području Gorskog kotara o poticajima na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i EU razini

Mjera IV.2: Razvoj kamping ponude

Cilj mjere: Izgradnja i unapređenje kvalitete kamping ponude na području Gorskog kotara

Opis: Zasnivajući svoju buduću tržišnu poziciju prije svega na izuzetno visokoj rentnoj vrijednosti lokacija i prirodnih resursa, kamping ponudi Gorskog kotara predstoji proces izgradnje kvalitetne kamping ponude te jasnog tržišnog profiliranja i tematiziranja. Iako trenutno gotovo nepostojeća, kamping ponuda u Gorskom kotaru najveći potencijal iskazuje prije svega u segmentu tematiziranih malih (obiteljskih) i srednjih kampova (boutique kampovi, obiteljski kampovi i kampovi u domaćinstvu) uključujući i ponudu različitih inovativnih oblika smještaja kao što su glamping objekti, luksuzno opremljene drvene kućice, kućice na drvetu i sl. Teme se vežu na izvorna obilježja i sadržaje Gorskog kotara tj. ono što ta destinacija nudi poput ekologije, sportskih i adrenalinskih sadržaja, gastronomije, kulture ili zabave prilagođenih ciljanim segmentima kupaca (poveznice s ostalim mjerama: Sport, rekreacija i zdravlje: aktiviranje šumskih i vodenih resursa, Zabavni i adrenalinski parkovi, Razvoj agroturizma, Jačanje eno-gastronomске ponude i Turistifikacija zaštićenih prirodnih i povijesno-kulturnih resursa). Izgradnja nove kamping ponude treba obuhvatiti i kampove sa specifičnim uslugama kao što su kamping odmorišta za vozila na proputovanju. Mjera obuhvaća i podržavanje razvoja inovativnih ljetnih kampova za djecu i mladež uspostavljanjem objekata koji pružaju široku i inovativnu paletu različitih usluga zabave, učenja, rekreacije i sporta u jednostavnim oblicima smještaja na izdvojenim lokacijama prilagođenih specifičnom segmentu potražnje.

Važan aspekt unapređenja kamping ponude i podizanja razine njezine međunarodne prepoznatljivosti uključuje i implementaciju sustava okolišno odgovorne prakse na svim razinama poslovanja te pripreme i realizacije investicija. Novu izgradnju stoga valja usmjeravati u već urbanizirane prostore, djelomično korištene turističke zone kao i devastirane lokacije (napuštene vojarne, industrijski pogoni i sl.).

U anketi vezanoj uz planirane projekte u funkciji razvoja turizma Gorskog kotara (vidi izvještaj Situacijska analiza, jedinice lokalne samouprave na području Gorskog kotara navele su dva projekta čija je realizacija planirana do 2020. godine: autokamp u Fužinama te kamp u Lokvama.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama)
- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata)
- Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima

Mjera IV.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava

Cilj mjere: Organizacijsko udruživanje i podizanje kvalitete smještaja i ostalih usluga u obiteljskim domaćinstvima u svrhu povećanja cjelogodišnje turističke potražnje na području Gorskog kotara

Opis: Problematika obiteljskog smještaja, opisana u točki 3.3 za područje priobalja, može se primijeniti na područje Gorskog kotara, uz obaveznu napomenu kako Gorski kotar u smislu primarne motivacije za dolazak gostiju, za razliku od priobalja, nema ključan proizvod koji je primarna motivacija za dolazak. U tom smislu je privlačenje potencijalnih gostiju u startu nešto teže, a izazovi poslovanja obiteljskog smještaja tiču se i nešto viših troškova održavanja smještajnih kapaciteta (klimatski uvjeti), te potrebe da stvore značajnu dodanu vrijednost za gosta, u odsutnosti sunca i mora kao primarnog faktora za dolazak. Rasprostranjenost oznaka 'Kvarner Family' i pripadajućih podbrendova pokazuje kako su dionici svjesni važnosti podizanja kvalitete i ostvarivanja prepoznatljivosti, no komponenta kombiniranja usluga smještaja s ponudom komplementarnih turističkih usluga (prehrana s naglaskom na lokalnu gastronomiju, zabava i rekreacija, posjet kulturnim i prirodnim znamenitostima) nije razvijena. Stvaranje takvih konkurentnih turističkih paketa posebno je otežana činjenicom da na području Gorskog kotara ne djeluje niti jedna turistička agencija, a nepovoljna starosna i obrazovna struktura vlasnika obiteljskog smještaja dodatno otežava napore usmjerene promotivnim aktivnostima, korištenju suvremenih online rezervacijskih servisa, društvenih mreža, te apliciranju za korištenje poticaja. Uz kontinuirano odseljavanje mladih i obrazovanih ljudi u veće gradove, teško je formirati kritičan društveni kapital za uvođenje promjena i modernizacije pristupa turizmu od strane vlasnika obiteljskog smještaja.

Imajući u vidu sve navedeno, osim implementacije generalnih mjera operativne strategije (vidjeti mjere operativne strategije Upravljanje kvalitetom, Upravljanje procesima, Marketing, Razvoj ljudskih potencijala, Razvoj javne turističke infrastrukture s posebnim naglaskom na prometnu infrastrukturu), potrebne su i specifične mjere prilagođene problematici Gorskog kotara. Zato se kao doprinos kreiranju održivog zaposlenja u goranskom turizmu i ostvarivanja kvalitetne cjelogodišnje ponude, predlaže stvaranje integralnih hotela kao oblika udruživanja vlasnika privatnog smještaja, ugostitelja i ponuđača drugih turističkih usluga u jedinstveni organizacijski oblik s profesionalnim zaposlenicima, zajedničkim uslugama recepcije, računovodstva, opće nabave te zajedničkom promocijom i nastupom na tržištu. Zainteresiranim lokalnim dionicima bi u formiranju ugovora o međusobnoj suradnji, te odabiru i registriranju adekvatnog pravno-organizacijskog oblika putem kojeg će integralni hotel djelovati, od pomoći trebala biti lokalna i regionalna javna uprava, turističke zajednice i razvojna agencija kao info-točke i savjetodavna pomoć. Također, može se razmotriti mogućnost korištenja postojećih prostora lokalnih turističkih zajednica za potrebe formiranja zajedničke recepcije, tamo gdje je to moguće i održivo u smislu stvaranja dodane vrijednosti korištenjem postojećih resursa.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Lokalna razvojna agencija PINS d.o.o., sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici u sferi obiteljskog smještaja, ugostiteljstva i ostalih usluga

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata) za unapređenje kvalitete postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja, kao i udruživanja u integralne hotele

- Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijske potpore u razvojnoj i implementacijskoj fazi (savjetodavna pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama, pomoć u povezivanju itd.)
- Provedba kontinuiranog i izravnog informiranja o raspoloživim poticajima, promjenama zakona, mogućnostima promoviranja i slično
- Informiranje svih dionika o prednostima, pravilima i opcijama udruživanja u integralne hotele
- Pomoć u prijavi za EU financiranje (ruralni turizam)

Mjera IV.4: Razvoj agroturizma

Cilj mjere: Rast i obogaćivanje ponude agroturizma u Gorskom kotaru

Opis: Primjena načela agroturizma kao rastućeg tržišnog segmenta otvara vrata u stvaranju novih iskustva poljoprivrednog i seoskog života za posjetitelje i goste. Popularnost takve vrste turizma u svijetu te dobra prometna povezanost i dostupnost Gorskog kotara predstavlja priliku razvoja agroturizma budući da posjeduje prirodne karakteristike i tradicijsko bogatstvo seoskog života koji su ključni u privlačenju turista tog turističkog segmenta. Valorizirajući specifičnosti lokalnih zajednica u sklopu vlastitog poljoprivrednog projekta potiče se uključivanje u poduzetnički pothvat za stvaranje i otvaranje većeg broja agroturizma (u Nacionalnom katalogu 'Ruralni turizam Hrvatske' trenutno su navedena samo četiri agroturizma u Gorskom kotaru, a na web portalu ruralna.hr nalazi se još dodatnih pet), čime se potiče samozapošljavanje i oživljavanje zanemarenih starih zanata.

Širenjem ponude postojećih objekata podiže se kvaliteta postojeće ponude u sklopu seoskog i ruralnog turizma (vidi mjere operativne strategije: Upravljanje kvalitetom). Netaknuta priroda i razgranate mogućnosti korištenja blizine zaštićenog krajolika predstavlja neiskorišteni potencijal stvaranja atraktivne turističke ponude, posebice uključivanjem dodatnih sadržaja ruralnog turizma kao što su planinarenje, lov, konjaništvo, ribolov, folklor, berba šumskih plodova i sl. Usmjerenje ulaganja ide u smjeru razvitka agroturizma za unapređenje područja bogatog povijesnim, kulturnim i tradicijskim vrijednostima. Rastom i razvojem seoskog turizma potiče se plasman eko poljoprivrednih i autohtonih proizvoda, oživljavajući tradicijske vrijednosti.

Poticaji se usmjeravaju dionicima zbog podizanja svijesti o važnosti i prilikama seoskog i ruralnog turizma te zbog njihove važnosti u održivom razvoju i podrške malih zajednica, ali i poduzetnicima u razvoju i dobivanju certifikata o kontroli kvalitete i ekološkog certifikata. Edukacijom i stjecanjem znanja i vještina pružatelja usluge (vidi mjere operativne strategije: Razvoj ljudskih potencijala) te pružanju potpore u prijavi na EU natječaje, otvaraju se nove mogućnosti plasiranja ponude na međunarodnom tržištu s posebnim naglaskom na webmarketingu (vidi mjere operativne strategije: Marketing). Upravljanjem kvalitetom potiče se aplikacija međunarodnih standarda (EuroGites) te propisanih uvjeta i kategorija/kategorizacije objekata koje pružaju usluge smještaja.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, LAG Gorski kotar, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama)

- Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata pokretanja agroturizma, poticaji na samozapošljavanje, započinjanje poduzetničkog pothvata)
- Podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja seoskog turizma, izobrazba i upoznavanje ponuditelja s primjerima dobre prakse
- Osmišljavanje i uspostavljanje dana otvorenih vrata agroturizma i ostalih manifestacija s naglaskom na ponudu seoskih gospodarstva
- Pomoć u prijavi za EU financiranje (ruralni turizam)

Mjera IV.5: Jačanje eno-gastronomske ponude

Cilj mjere: Rast i razvoj djelatnosti pripreme i usluživanja hrane i pića te povećanje plasmana autohtonih proizvoda kroz turističko-ugostiteljske objekte, manifestacije i distribuciju u specijaliziranim trgovinama i prodavaonicama

Opis: Zbog prepoznate kvalitete prirodnih resursa Gorskog kotara, ponuda pića i gastronomije predstavljaju važan element obogaćivanja turističkog lanca. Eno-gastro ponuda čini utjecajan faktor prepoznatljivosti kroz etabliranje restoranske ponude. Diversifikacijom i razvojem regionalnih proizvoda, otvara se mogućnost stvaranja zdrave, eko i organske brendirane gastronomije. Na taj se način unaprjeđuje gastronomsko iskustvo, posebice razvojem regionalnog autohtonog menija kao polazišta u stvaranju prepoznatljivosti ponude.

U jačanju te podizanju razine kvalitete eno i gastro ponude potrebno je povećati broj autohtonih restorana, kao i događaja i manifestacija koji promoviraju gastro ponudu Gorskog kotara. Tematske ceste i kušaonice pridonose plasmanu i prodaji likera, dok se za pića lokalnog karaktera potiče razvoj i distribucija u hotelima, trgovinama i prodavaonicama. Radionice na temu gastronomije osiguravaju interaktivno djelovanje gostiju u stvaranju povezanosti s destinacijom, dok suradnja s ugostiteljima i kuharima potiče inovacije u gastronomiji s autohtonim proizvodima. Povezanost između ponude i potražnje potiče se ostvarivanjem tržnica, specijaliziranih trgovina i distribucijom u trgovačkim lancima. Raznovrsnost ponude proizlazi iz kombinacija kultura i bogate tradicije, gdje se susreću goranska i primorska te austrougarska kuhinja s utjecajem venetske države. Potiče se autentičnost ponude i prodaje začinskog i ljekovitog bilja, raznih biljnih pripravaka, dok se u kulinarstvu valoriziraju jela od divljači, gljiva, šumskih plodova i meda kroz razvoj regionalnih brendova 'Kvarner Food' i 'Kvarner Gourmet'. Razina prepoznatljivosti i distribucije povezane su s mjerama operativne strategije Marketing te mjerom Ključne manifestacije, a razvoj bio i organskih proizvoda su u okviru prioriteta Razvoj zelenog gospodarstva, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, LAG Gorski kotar, udruženja ugostitelja, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Financijska i nefinancijska potpora razvoju autohtone gastro ugostiteljske ponude
- Financijska i nefinancijska potpora organizaciji gastro manifestacija/festivala
- Povećanje komunikacijskih aktivnosti u cilju predstavljanja gastro ponude Gorskog kotara
- Uspostavljanje lokacija za tržnicu i trgovine na području Županije na kojima bi se autohtoni proizvodi predstavljali i komercijalizirali

Mjera IV.6: Uređenje mjesta

Cilj mjere: Podizanje ambijentalnosti mjesta u Gorskom kotaru

Opis: Vizualna prepoznatljivost nekog prostora predstavlja jednu od ključnih komponenti za gradnju prepoznatljivosti na turističkom tržištu. Uređene destinacije zajedno s njihovim prirodnim okruženjem i vizurama stvaraju ambijentalnost lokaliteta i pridonose kvaliteti doživljaja turista ali, prije svega, kvaliteti života lokalnog stanovništva. Gorski kotar je najšumovitiji hrvatski kraj u kojem gotovo u cijelosti prevladava crnogorična šuma. Takvo obilježje prostora i klima uvelike su utjecali na način života i uvjetovali način gradnje naselja. Specifičnost tradicije goranskih kuća je u tome što se tradicionalno koristila kombinacija kamena i drva budući da crnogorično drvo, meko i osjetljivo na vlagu (jela, smreka), nije bilo prikladno za gradnju cijelih kuća. Oštre zime u povijesti su uvjetovale male prozore, strme krovove te spajanje gospodarskih (štale, spremišta za sijeno) i stambenih sadržaja pod jedan krov. Tipična goranska arhitektura stoga se u potpunosti razlikuje od bližih primorskih mjesta i njihovih vizura.

Njegujući nasljeđe i autentičan 'duh mjesta' ova mjera predstavlja proces sagledavanja i razrade ključnih odrednica uređenja mjesta u Gorskom kotaru. Podjednako se odnosi i na javne i na privatne objekte i površine. Riječ je o obnovi zapuštenih zgrada, kuća, njihovih fasada i uređenju okućnica. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti signalizaciji, rasvjeti i oglašavanju u prostoru jer ovi elementi, s obzirom na dimenzije, oblike i boje, mogu narušiti ili pridonijeti cjelokupnoj vizuri i doživljaju određenog prostora. Isto tako, važno je posvetiti pažnju opremanju prostora u kojima se zadržavaju posjetitelji (ugostiteljski objekti, trgovine, parkovi, trgovi, galerije), i to sa aspekta funkcionalnosti (uređen pristup, mogućnost odmora, osiguranje zaštite od sunca i sl.) kao i sa aspekta estetike (lokalni tradicijski materijali, korištenje tradicijske šindre kao pokrova, oblikovanje). Kad je riječ o privatnim prostorima potrebno je kontinuirano osigurati poticaje (savjetodavne, edukativne ili financijske naravi) kako bi se pomagalo u očuvanju kulturološkog nasljeđa u gradnji, odnosno oblikovanju i opremanju građevina, okućnica i vrtova.

Do 2020. godine jedinice lokalne samouprave na području Gorskog kotara (vidi izvještaj Situacijska analiza) planiraju brojne projekte uređenja mjesta i podizanja kvalitete života lokalnog stanovništva usmjerene i na povećanje njihove turističke atraktivnosti uključujući uređenja trgova i parkova, iluminaciju, parkirališta te specifičnih lokaliteta (Brod Moravice, Vrbovsko, Delnice, Fužine, Lokve, Ravna Gora, Skrad, Mrkopalj).

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Gradovi i općine u suradnji sa sustavom turističkih zajednica

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, TZ Kvarnera, privatni poduzetnici, javne institucije

Vremenski obuhvat: 2017. – 2020.

Aktivnosti:

- Inventarizacija raspoloživih javnih površina koje je potrebno urediti ili staviti u javnu funkciju
- Definiranje prioriteta lokacija te razrada koncepta najbolje uporabe tj. prikladnih sadržaja s procjenom troškova
- Razrada modela financiranja uključujući mogućnost javno-privatnog partnerstva
- Uspostava sustava poticanja poduzetnika (tehnička pomoć, savjetodavna pomoć, financijska pomoć i sl.)
- Program edukacije i provedba te uspostava sustava stalne tehničke i savjetodavne pomoći u gradnji ili obnovi privatnih objekata i površina

Mjera IV.7: Zabavni i adrenalinski parkovi

Cilj mjere: Izgradnja i unapređenje kvalitete ponude zabavnih, adrenalinskih i tematskih parkova na području Gorskog kotara

Opis: Zasnivajući svoju tržišnu poziciju prije svega na raznolikim, očuvanim i izuzetno lijepim prirodnim resursima, Gorski kotar ima iznimnu mogućnost izgradnje adrenalinske i zabavne destinacije. Pored zadržavanja i nadogradnje postojeće ponude (tri adrenalinska parka i jedan zabavni park), prostorne mogućnosti dozvoljavaju i aktiviranje novih lokacija. Nadogradnja postojeće i stvaranje nove atrakcijske osnove u vidu zabavnih, adrenalinskih i tematskih parkova u funkciji je generiranja dodatnih motiva dolazaka (naročito poticanje izletničke potražnje) te povećanja turističke potrošnje. Izbor novih prioriteta lokacija za razvoj zabavnih, adrenalinskih i tematskih parkova zasniva se na kriterijima kao što su prometna dostupnost, mogućnost korištenja kroz duže vremensko razdoblje tijekom godine, raspoloživost zemljišta u javnom vlasništvu i sl. Takvi parkovi trebaju se sadržajno diferencirati kako bi se stvorio sustav međusobno komplementarnih sadržaja i uspostavila relativno uravnotežena ponuda parkova posvećenih obitelji s djecom (zabavni i tematski parkovi), ali i onima željnih adrenalina (adrenalinski parkovi).

Važan aspekt unapređenja ponude adrenalinskih, zabavnih i tematskih parkova uključuje i implementaciju mjera sigurnosti i primjerene opremljenosti te pripreme i realizacije investicija. Mjera obuhvaća i podržavanje razvoja inovativnih sportskih natjecanja za djecu i mladež uspostavljanjem sadržaja koji pružaju široku i inovativnu paletu različitih usluga zabave, učenja, rekreacije i sporta na izdvojenim lokacijama prilagođenih specifičnom segmentu potražnje. Novu izgradnju valja usmjeravati u već za to planirane prostore te u atraktivne neiskorištene površine i naslijeđene atraktivne 'objekte'. U tom smislu (vidi izvještaj Situacijska analiza), već se u ovom trenutku na području Gorskog kotara (Fužine) planiraju dva projekta u izgradnju tematskog (*Roswell City*, na temu ostavštine sa snimanja filma *Winnetou*) te adrenalinskog parka (Adrenalinski centar Vrata).

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje kriterija za valorizaciju razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih i adrenalinskih parkova
- Valorizacija razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih i adrenalinskih parkova polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija
- Izrada liste prioriteta lokacija za razvoj tematskih i adrenalinskih parkova za predstavljanje potencijalnim investitorima
- Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja razvoja tematskih i adrenalinskih parkova na lokacijama od interesa Županije

Mjera IV.8: Turistifikacija zaštićenih prirodnih i povijesno-kulturnih resursa

Cilj mjere: Povećanje turističke aktivnosti u Gorskom kotaru

Opis: Zaštićeni prirodni i kulturno-povijesni resursi u Gorskom kotaru predstavljaju temeljne turističke atrakcije koje mogu snažnije pokrenuti turističku aktivnost ovog prostora. Kad je riječ o prirodnim, uz NP Risnjak koji predstavlja ključnu atrakciju, pod različitim drugim režimima zaštite u ovom se prostoru nalaze i druge poput Bijelih i Samaritanskih stijena, Vražjeg prolaza i Zelenog vira, Japleškog vrha, park-šume Golubinjak, Kamačnika, Špilje Lokvarke. S druge strane, o kulturnoj baštini Gorskog kotara svjedoče brojni spomenici kulture (Dvorac Zrinsko-Frankopanski u Severinu na Kupi, Kaštel Petra Zrinskog u Čabru, Kaštel Zrinski, Kasnoantički limes u Prezidu u drugi), crkve i kapelice, zavičajne i etnografske zbirke. Pojedine atrakcije mogu se posjetiti, ali uglavnom uz prethodne najave, individualno i često bez tematski organiziranih tura i programa. Ovom se mjerom želi podignuti razina dostupnosti atrakcija turističkoj potražnji kako u 'fizičkom' smislu tako i u organizacijskom i marketinškom smislu. Poseban je naglasak na podizanju njihove prepoznatljivosti i dostupnosti te povezivanju u pakete, odnosno, konkretne tematizirane turističke ture kojima bi se aktivnije nudile na turističkom tržištu. Preduvjet za turistifikaciju zaštićenih prirodnih i kulturno-povijesnih resursa je provedba aktivnosti koje se odnose na održivost razvoja ovog kraja, a one su obuhvaćene u temama zaštite okoliša, uspostavi sustava praćenja nosivog kapaciteta za zaštićena prirodna područja, unapređenju turističke signalizacije i interpretacije, educiranosti lokalnog stanovništva o mogućnostima turističkog razvoja kao i općenito unapređenju marketinških aktivnosti. Aktiviranje prirodnih i kulturnih resursa, njihovo uređenje i tematsko umrežavanje/povezivanje omogućilo bi produžen, edukativan i zabavan boravak različitim segmentima potražnje.

Do 2020. godine jedinice lokalne samouprave planiraju niz projekata uređenja u sferi prirodne i kulturne baštine usmjerenih na razvoj turizma Gorskog kotara (vidi izvještaj Situacijska analiza):

- Brod Moravice: uređenje interijera zavičajne zbirke Kolarice, uređenje kuće Delač, uređenje vidikovaca (Kavranova stijena, Orlova stijena, Parag), info punkt
- Čabar: ski poligon Rudnik
- Delnice: Etnografski muzej, preuređenje kaštela Zrinskih (u suradnji s Prirodoslovnim muzejom Rijeka)
- Fužine: turistička signalizacija
- Lokve: izgradnja i uređenje pratećih objekata uz špilju Lokvarka, uređenje šetnice oko jezera
- Ravna Gora: izgradnja eko i etno muzeja, razvoj povijesnih putova i cesta, Dom kulture Ravna Gora, uređenje društvenog doma Goranka
- Skrad: popravak doma Rogi
- Vrbovsko: uređenje etno kuće Mance, uređenje kanjona i centra za posjetitelje Kamačnik, uređenje šetnice uz rijeku.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave Gorskog kotara

Ostali dionici: Ministarstvo kulture, Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, Hrvatske vode, Hrvatske šume

Vremenski obuhvat: 2017. – 2020.

Aktivnosti:

- Odabir prioriteta atrakcija
- Izrada studije koncepta najbolje uporabe te izrada analize troškova i koristi za izabrane atrakcije
- Razrada upravljačko-poslovnog modela za odabrane atrakcije
- Realizacija (projekti, imovinsko-vlasnički odnosi, dozvole, natječaj, izgradnja, ljudski resursi, marketing i dr.)

Mjera IV.9: Sport, rekreacija i zdravlje: aktiviranje šumskih i vodenih resursa

Cilj mjere: Obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti Gorskog kotara integriranim turističkim proizvodima sporta i zdravlja

Opis: Gorski kotar je već u 19., a posebice sredinom 20. stoljeća zapažen kao destinacija planinskog (klimatskog) lječilišnog turizma, a aktivno ili pasivno sudjelovanje u sportovima ili sportskim aktivnostima, u kombinaciji s jedinstvenim obilježjima prirodnih i sportskih resursa u Gorskome kotaru, turistima može pružiti izvanredna iskustva i doživljaje. Uz razvoj destinacijske smještajne ponude, uspostavljanje sustava turističkih doživljaja prilagođenih očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata (sport i zdravlje!) važan je čimbenik u povećanju, kako ukupnog turističkog prometa, tako i dnevne turističke potrošnje.

Mjera obuhvaća izgradnju/uspostavu mreže sportsko-rekreacijskih i zdravstvenih sadržaja na području Gorskog kotara kojom bi se, na učinkovit način, koristili raspoloživi prirodni i infrastrukturni resursi. Upravo šumski i vodeni resursi (rijeke i jezera) čine Gorski kotar izvornim i drugačijim u odnosu na obalu i priobalje te predstavljaju atrakcijsku osnovu koja mora biti jedna od glavnih poluga razvoja turizma ovog klastera. Turistifikacija (vođena isključivo na održivim osnovama) i kreiranje turističkih proizvoda vezanih uz šumske i vodene resurse nemoguće je bez koordinacije dionika razvoja turizma i Hrvatskih šuma d.o.o., HEP d.d. i Hrvatskih voda, koji su kao glavni upravitelji resursa ujedno identificirani i kao glavni 'kočničari' stavljanja šuma i voda u funkciju razvoja turizma Gorskog kotara. Stoga mjera predviđa formiranje zajedničkog koordinacijskog tijela (Primorsko-goranska županija, turističke zajednice Gorskog kotara i Kvarnera, Hrvatske šume d.o.o., HEP d.d. i Hrvatske vode) koje će omogućiti operacionalizaciju turističkih aktivnosti u šumama, na jezerima i rijekama Gorskog kotara.

Uz ostvarenje ovih pretpostavki, u cilju optimalne iskoristivosti raspoloživih resursa, ponuda se prioritetno usmjerava prema neurbaniziranim prostorima odnosno *outdoor* aktivnostima kako bi područje Gorskog kotara postalo svojevrsno 'otvoreno zeleno igralište' za korisnike svih dobni skupina. Razvoj sportske i sportsko-rekreacijske ponude primarno podrazumijeva sadržaje poput biciklizma, planinarenja i hodanja, sportskog ribolova, vožnje kajakom/kanuom/čamcem, raftinga, sportskih priprema te zimskih sportova uz primjenu tehnologije 'čuvanja' snijega (skijanje, skijaško trčanje, biatlon, sanjkanje, različite 'škole' i slično u razmjerima regionalne destinacije). Aktiviranjem trenutno neiskorištenih vodenih resursa (jezera!), posjetiteljima bi se omogućilo i kupanje odnosno plivanje. Kada je riječ o sportskim priprema, radi prirodnih ograničenja i izuzetne konkurencije u okruženju, Gorski kotar nužno ostaje u razmjerima regionalne destinacije, ali može razvijati specijaliziranu ponudu za višestranu, bazičnu ili specifičnu pripremu u pojedinim sportovima. Također, turističko-lječilišni kompleksi bi, svojom smještajnom te pratećom lječilišnom i sportskom ponudom koja bi se lako integrirala u destinaciju, također pridonosili promociji aktivnog odmora i zdravlja kao ključnih proizvoda i svojevrsnog regionalnog brenda koji će pridonijeti stvaranju pozitivnog imidža i tržišne prepoznatljivosti Gorskog kotara.

Ovu je mjeru nužno promatrati u zajedničkom kontekstu s nizom aktivnosti na županijskoj razini i razini pojedinih jedinica lokalne samouprave. Stvaranje lanca vrijednosti integriranih turističkih proizvoda sporta i zdravlja nije moguće provesti bez osnovnih infrastrukturnih pretpostavki poput primjerice planinarskih/pješačkih i biciklističkih staza, skijališta/sanjkališta (vidi mjere operativne strategije: Razvoj javne turističke infrastrukture s posebnim naglaskom na prometnu infrastrukturu), pratećih smještajnih kapaciteta (hotela, planinarskih domova itd.; vidi mjere iz područja usluga ugostiteljstva), adrenalinskih parkova (vidi mjeru: Zabavni i adrenalinski parkovi) te definiranja ključnih sportskih manifestacija (vidi mjeru: Ključne manifestacije u okviru ovog poglavlja). Konačno, mjera obuhvaća i nužne pomake u sferi uspostavljanja

sustava financijskih poticaja, unapređenje kvalitete i diseminacije informacijskih sadržaja i usluga te sustava turističke interpretacije (povezano s mjerama operativne strategije: Razvoj javne turističke infrastrukture s posebnim naglaskom na prometnu infrastrukturu) koji mogu pozitivno utjecati kako na razinu korištenja tako i na zadovoljstvo sportskom i zdravstvenom ponudom u Gorskom kotaru. Kako se ne bi ugrozio postojeći raspoloživi razvojni prostor potrebno je podizati razinu svijesti dionika o važnosti očuvanja prirodne baštine te istovremeno podizati razinu znanja i vještina pružatelja usluga (vidi mjere operativne strategije: Razvoj ljudskih potencijala).

Do 2020. godine jedinice lokalne samouprave planiraju niz projekata uređenja/izgradnje sportskih i rekreacijskih sadržaja usmjerenih na razvoj turizma Gorskog kotara (vidi izvještaj Situacijska analiza):

- Delnice: izgradnja rekreacijske zone – centra za pripremu sportaša
- Fužine: uređenje skijalište Jelenča
- Lokve: uređenje penjališta u Park šumi Golubinjak, izgradnja i uređenje Nacionalnog sanjkaškog centra, uređenje sanjkališta Špičunak, uređenje ribičke rivijere
- Ravna Gora: izgradnja Sportskog centra Suhi vir (I faza- uređenje sanjkališta)
- Vrbovsko: izgradnja skijališta Bijela kosa, uređenje riječnih kupališta Gora.

Područje obuhvata: Cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica Gorskog kotara, sportski klubovi i savezi, Goranski sportski centar d.o.o., privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Utemeljenje koordinacijskoga tijela koje će omogućiti operacionalizaciju turističkih aktivnosti u šumama, na jezerima i rijekama Gorskog kotara (Primorsko-goranska županija, turističke zajednice Gorskog kotara i Kvarnera, Hrvatske šume d.o.o., HEP d.d. i Hrvatske vode)
- Osmišljavanje integriranih proizvoda sporta i zdravlja
- Utvrđivanje prioriteta lokacija za izgradnju sportsko-rekreativnih i/ili zdravstvenih sadržaja
- Provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti izgradnje sadržaja ponude na izabranim lokalitetima
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija
- Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (osnivanje, komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata, subvencija za korištenje šumskoga i vodenog resursa u turističke svrhe) za pružanje usluga u sportskom, sportsko-rekreacijskom i zdravstvenom turizmu
- Razvoj i provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja sportskog i zdravstvenog turizma o važnosti zaštite šumskih i vodenih resursa
- Unapređenje komunikacijskih aktivnosti

Mjera IV.10: Ključne manifestacije

Cilj mjere: Obogaćivanje turističkog lanca vrijednosti Gorskog kotara specifičnim turističkim manifestacijama

Opis: Manifestacije i različita tematizirana događanja ne samo da značajno obogaćuju ponudu pojedine destinacije već često mogu izravno utjecati na njezinu promociju i definiranje njezinog imidža. To je naročito naglašeno kod manje razvijenih turističkih

destinacija poput Gorskog kotara koje nemaju razvijen dominantni proizvod. Rezultati analize na razini turističkog klastera Gorski kotar (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine, Situacijska analiza) ukazuju na postojanje značajnijih manifestacija različitih tematskih sadržaja, važnosti i turističke spremnosti. Posebno se ističu sportske i sportsko-rekreativne, gastro, kulturne i vjerske manifestacije koje su uglavnom srednje razine spremnosti za turističko korištenje.

Mjerom se uspostavlja okvir za intenziviranje aktivnosti događajnog turizma organizacijom specijaliziranih atraktivnih manifestacija koje imaju snagu predstavljati motiv putovanja te generirati tržišnu prepoznatljivost na širem regionalnom tržištu. U tom smislu, izrada katastra/kataloga manifestacija na području Gorskog kotara nužna je kako bi se najatraktivnije manifestacije sličnog sadržaja mogle povezati i zajednički nastupati na tržištu tijekom dužeg vremenskog razdoblja (na određeni način to već i postoji kroz sportsku manifestaciju poput Sanjkaškog kupa Gorskog kotara ili gastro manifestaciju poput Plodova gorja). Ovaj proces izravno je povezan s unapređenjem eno-gastronomske (vidi mjeru: Jačanje eno-gastronomske ponude), sportske (vidi mjeru: Sport, rekreacija i zdravlje) i kulturne (vidi mjeru: Umrežavanje postojećih kulturnih resursa) ponude te podizanjem prepoznatljivosti (mjere operativne strategije: Marketing). Također, mjera obuhvaća i aktivnosti organizacije i potpore organizaciji manifestacija kao i unapređenja kvalitete i diseminacije informacijskih sadržaja i usluga.

Područje obuhvata: cijelo područje Gorskog kotara

Nositelj/koordinator: Gradovi i općine u suradnji sa sustavom turističkih zajednica

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, sportski klubovi i savezi, kulturne udruge, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada i kontinuirano ažuriranje jedinstvenog katastra/kataloga manifestacija na području Gorskog kotara (prvenstveno u svrhu interne koordinacije i suradnje)
- Povezivanje i objedinjavanje tematski sličnih atraktivnih manifestacija pod zajedničkim marketinškim imenom
- Financijska i nefinancijska potpora organizaciji manifestacija (subvencija troškova, sponzoriranje, tehnička pomoć, medijatorske usluge prema različitim institucijama i trgovačkim društvima i sl.)
- Unapređenje komunikacijskih aktivnosti

3.5. Razvoj javne turističke infrastrukture

Cilj: Podizanje sadržajnosti i kvalitete turističkog boravka i iniciranje razvoja novih turističkih proizvoda

Polazište: Razina razvijenosti turističke infrastrukture ukazuje na generalnu razvijenost turizma neke destinacije te čini temeljne pretpostavke za širenje palete turističkih proizvoda i podizanje kvalitete cjelokupnog lanca vrijednosti. Turistička infrastruktura nužna je za valorizaciju resursa i atrakcija, odnosno, njihovo korištenje u turističkoj ponudi. I sa strane potražnje, odnosno, u kreiranju doživljaja jedan je od glavnih činitelja zadovoljstva posjetitelja boravkom, kako u aspektu kvalitete informacija tako i u aspektu motiva dolazaka, bilo da se radi o 'turistificiranosti' prirodnih i kulturnih atrakcija, njihovoj povezanosti, mogućnostima obilaska, dostupnosti, tematiziranosti, mogućnosti rekreacije i sporta i sl.

SWOT analiza Kvarnera ukazala je na sezonalnost turističkog prometa kao ključnu slabost regije što izravno ukazuje na manjkavost turističke infrastrukture, posebice za razvoj turističkih proizvoda izvan glavne sezone. Također, i prostorna i vremenska distribucija, kao nedostatak, govori o potrebi jačeg razvoja turističke infrastrukture u prostorima koji imaju slabiju turističku aktivnost. Uz to, analiza slabosti pojedinih klastera Primorsko-goranske županije ukazala je na nedovoljno korištenje prirodnih i kulturnih resursa u turizmu i time posredno na nedostatnu javnu turističku infrastrukturu koja bi to ubrzala. U svim jedinicama lokalne samouprave u predstojećem se razdoblju planira niz projekata iz domene javne turističke infrastrukture. Najviše je riječ o šetnicama, ulaganjima u sportsku infrastrukturu, pješničkim i biciklističkim stazama, uređenima obale i plaža, tematskim cestama, TIC-evima, projektima iz domene uređenja destinacija.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine⁸, prepoznajući problem nedovoljne informiranosti gostiju i potrebe veće disperzije potražnje, posebno naglašava važnost unapređenja sustava informiranja gostiju. Također, predviđa regionalne/lokalne programe efikasnog upravljanja plažama, program turističkog korištenja zaštićenih prirodnih područja, a za održivost i unapređenje destinacijskog proizvoda govori u smjeru razvoja specifičnih sadržaja gdje, među ostalim, naglašava razvoj kongresne ponude. Razvoj turističke infrastrukture u Primorsko-goranskoj županiji, s obzirom na njene resurse i potencijale, usklađen je s ovim ključnim nacionalnim dokumentom.

Opis: Ova strategija podrazumijeva razvoj i ulaganje u infrastrukturu, kako postojeću tako i gradnju nove. U funkciji je podizanja kvalitete postojećih proizvoda kao i iniciranje novih i inovativnih kroz aktiviranje dosad neiskorištenih kulturnih i prirodnih resursa. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- Unapređenje kvalitete plažnog prostora i tematiziranje plaža
- Staze, putovi, šetnice i tematske rute
- Panoramske žičare
- Unapređenje sustava informiranja gostiju
- Uređenje izletišta

Mjere: ***Mjera V.1: Unapređenje kvalitete plažnog prostora i tematiziranje plaža***

Cilj mjere: Integralno upravljanje plažama te zaštita i valorizacija plažnog prostora

Opis: Plaže su jedan od najznačajnijih obalnih resursa s velikim rekreacijskim i gospodarskim potencijalom u turizmu. Tijekom sezone u središtu su zanimanja turista te tako najčešće čine prostor koji se najviše koristi u destinacijama. Kao i u cijeloj Hrvatskoj i u Primorsko-goranskoj županiji jedan su od ključnih motiva dolaska turista pa je stoga nužno podizati njihovu atraktivnost uz istovremenu brigu o dugoročnoj održivosti i zaštiti. Da bi to bilo moguće ključno je uspostaviti kvalitetan sustav upravljanja plažnim prostorom. Danas se upravljanje odvija temeljem planova upravljanja pomorskim dobrom koji donosi lokalna samouprava na način da izdaje koncesijska odobrenja (ili upravlja pomoću svojih komunalnih društava) iako je posljednjih godina vidljiv trend preuzimanja koncesija JLS-a od regionalne samouprave. Prema Regionalnom programu uređenja i upravljanja morskim plažama⁹ Primorsko-goranska županija raspolaže s 406 plaža koje su planirane važećim dokumentom prostornog uređenja. U viziji razvoja plažnim područjima govori se da će „Primorsko-goranska županija postati jedna od najjačih destinacija plažne ponude na Mediteranu do 2020. godine.“ Do 2020. godine planira se tematizirati 20 % morskih plaža. Iako se, kada je riječ o ovom resursu, može govoriti

⁸ NN 55/13

⁹ Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (2015). Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije, Opatija.

o visokoj i raznolikoj atrakcijskoj osnovi koja je rezultat razvedenosti prostora, čistoće mora, sigurnosti i dostupnosti, postoje brojni elementi koje je potrebno unaprijediti. Oni se ponajviše odnose na infrastrukturne zahvate poput pristupa, parkinga i sanitarno-higijenskih uvjeta, ali i niza neiskorištenih mogućnosti vezanih uz podizanje kvalitete ugostiteljske ponude, uvođenje različitih rekreativnih sadržaja, kao i jače profiliranje ponude prema određenim ciljnim skupinama gostiju. Izazov predstavlja i sezonsko obilježje turizma na Kvarneru koje rezultira sve izraženijim problemima gužvi i buke u špici sezone, čime plaže u pojedinim destinacijama gube dio svoje atraktivnosti.¹⁰ Ovom se mjerom želi unaprijediti kvaliteta plaža na Kvarneru intenziviranjem aktivnosti na regionalnoj i lokalnoj razini na način da jedinice lokalne samouprave definiraju svoje potrebe, izrade i provedu planove upravljanja plažama uz organizacijsku, savjetodavnu (te moguću i financijsku) podršku regionalne razine. U tom se smislu mjera nadovezuje na niz planiranih projekata uređenja plaža koje jedinice lokalne samouprave (projekte je navelo 11 jedinica gradova i općina) planiraju provesti do 2020. godine (vidi izvještaj Situacijska analiza).

Područje obuhvata: plažni resursi zapadnog i istočnog priobalja¹¹, Grada Rijeke, otoka Krka, Cresa, Lošinja i Raba

Nositelj/koordinator: Jedinice lokalne samouprave u suradnji s Primorsko-goranskom županijom

Ostali dionici: Privatni investitori, sustav turističkih zajednica

Vremenski obuhvat: 2017. – 2020.

Aktivnosti:

- Verifikacija Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije na razini jedinica lokalne samouprave
- Analiza potrebe proširenja plažnog prostora i/ili tematiziranja novih plaža
- Definiranje politike jedinica lokalne samouprave o traženju/dobivanju koncesija za najvažnije destinacijske plaže, kao i politike izdavanja koncesijskih odobrenja
- Izrada operativnih planova uređenja plaža na lokalnim razinama (s uključenim arhitektonsko-urbanističkim rješenjima) sukladno prioritetima
- Unapređenje dostupnosti plaža kopnenim i morskim putem (putokazi, organizacija parkinga, organizacija javnog prijevoza)
- Izrada plana promocije 'plaža Kvarnera'

Mjera V.2: Staze, putovi, šetnice i tematske rute

Cilj mjere: Unaprijediti sustav obilaska za ne motorni promet u ruralnom i urbanom prostoru, te posebno na zaštićenim prirodnim područjima, koji obuhvaća pješačke putove i staze, biciklističke putove i itinerere, 'zelene putove' te ostale staze i putove.

Opis: Ova mjera odnosi se na sustave ne motornog kretanja koje koriste posjetitelji i domicilno stanovništvo, prije svega radi rekreacije, odmora i oporavka (zdravlja), sporta, dokoličarske edukacije, zadovoljstva i sličnih motiva. Dio prometne infrastrukture ovog sustava odnosi se na užu destinaciju (grad, mjesto) i obogaćivanje njezinog turističkog proizvoda, bilo da se radi o povezivanju ili lakšoj dostupnosti turističkih atrakcija u destinaciji ili tek o komunikacijskoj prometnici koja pruža alternativu korištenju osobnog motornog vozila. Drugi dio infrastrukture ovog sustava obuhvaća pravce/itinerere koji imaju pretežno širi teritorijalni obuhvat i zapravo mogu samostalno ili u kombinaciji s drugim takvim sličnim putovima,

¹⁰ Prema analizi prethodno spomenute studije ovaj je problem posebno istaknut na području Kraljice, Bakra, Dobrinja, Malinske-Dubašnice

¹¹ Zapadno priobalje uključuje područje Općine Mošćeničke Drage, Općine Lovran i Grada Opatije, a istočno priobalje Općinu Kostrenu, Grad Bakar, Grad Kraljevicu, Grad Crikvenicu i Grad Novi Vinodolski

stazama ili šetnicama (primjerice tematske rute ili pravci), predstavljati zaseban motiv dolaska na određeno područje. Dio prometnih kretanja po ovom sustavu odvija se na posebno uređenim prometnicama namijenjenim samo za ne motorni promet, ali se dio tih kretanja, primjerice biciklista, odvija i na cestama s motornim prometom, pa se takvi pravci/itinereri određuju primarno na cestama (županijskim, lokalnim) s manjim prometnim opterećenjem. Pojedine vrste prometnica u ovom sustavu se klasificiraju, ujednačuju im se rješenja uređenja i opremanja, načini obilježavanja, a primjenjuju se nove, prije svega 'zelene', tehnologije njihove izgradnje i opremanja itd.

Primorsko-goranska županija jedna je od županija Hrvatske s najbogatijom mrežom takvih prometnica, s više od 5.200 km biciklističkih staza, šetnica, poučnih staza, planinarskih putova i drugih pješačkih staza. Stav je dionika u turizmu Županije da je važnost ove vrste ponude vrlo velika (ocjena viša od 5 na skali od 1 do 6), ali je kvaliteta te ponude ocijenjena s tek nešto višom ocjenom od 4, što otvara prostor za njezino unapređenje. To podrazumijeva široku paletu aktivnosti, od izgradnje novih do uređenja postojećih prometnica, a što uključuje trasiranje, izradu odgovarajućih podloga za kretanje, opremanje takvih prometnica popratnim sadržajima različite vrste, odgovarajuće obilježavanje te izradu promotivnih materijala. Pri tome opravdano je ustvrditi da, unatoč brojnim mogućnostima, nije dovoljno izgrađena mreža tematskih cesta (primjerice, na Lošinju, Rijeci s riječkim prstenom i Opatijskoj rivijeri ih uopće nema, na Cresu je jedna 'Cesta meda', na crikveničkom području su dvije, a najviše ih je na Krku – 7, itd.). Ipak, posebno po kvaliteti i važnosti valja izdvojiti tematsku cestu Lujzijana, kao i trasu Putevima Frankopana koja predstavlja jedan od važnijih projekata kulturnog turizma do 2020. godine za više jedinica lokalne samouprave.

U Županiji postoji niz planova za unapređenje sustava ne motornog kretanja gotovo na svim dijelovima njenog prostora, koji su u različitim fazama realizacije – neke su tek ideja, a druge su pred ostvarenjem. Do 2020. godine 17 jedinica lokalne samouprave planira niz projekata uređenja/tematiziranja šetnica, pješačkih i biciklističkih staza te planinarskih puteva (vidi izvještaj Situacijska analiza). Da bi se raspoloživa sredstva optimalno alocirala na planirane projekte, nužno je ustvrditi prioritete realizacije.

Za biciklističke pravce treba, uz izgradnju biciklističkih cesta i staza te organizaciju 'bike friendly' javnog prijevoza, uvažiti i ostale odrednice Strategije razvoja turizma Hrvatske do 2020., koje su detaljno opisane u Akcijskom planu cikloturizma, kao i odrednice Pravilnika o biciklističkoj infrastrukturi. Imajući na umu najnovije trendove u cikloturizmu, valja voditi računa o mogućnostima korištenja/punjenja električnih bicikala, ali i pružanja usluga ugostiteljskih usluga u specijaliziranim objektima. Nadalje, za planinarske putove treba koristiti Norme komisije za planinarske putove HPS itd. Posebnu pažnju valja usmjeriti na europske pješačke putove E6 i E12, te međunarodnu biciklističku europsku rutu EuroVelo 8, koji prolaze kroz ovu Županiju.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Jedinice lokalne samouprave

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, TZ, planinarska društva, biciklističke udruge, ministarstva (turizma, poljoprivrede i šumarstva, zaštite okoliša i prirode itd.), NP Risnjak i PP Učka, RSRTC Platak, hotelska i ugostiteljska poduzeća, OPG-ovi itd.

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Detaljnija analiza postojećeg sustava staza, šetnica i putova na svim područjima Županije

- Definiranje potreba/prioriteta unapređenja postojećih i izgradnje novih staza/puteva/šetnica
- Definiranje plana operacionalizacije na razini jedinica lokalne samouprave (aktivnosti, nadležnost i financiranje)
- Izrada investicijskih studija/studija koristi i troškova, posebice ukoliko se očekuje sufinanciranje iz EU sredstava (primjerice 'zeleni putovi')
- Osiguranje izvora financiranja
- Realizacija izgradnje/uspostave staza/puteva/šetnica
- Razvoj i operacionalizacija projekta staza i šetnica bez barijera

Mjera V.3: Panoramske žičare

Cilj mjere: Unapređenje destinacijske ponude razvojem nove turističke atrakcije

Opis: Žičare su prijevozna sredstva koja osiguravaju pristup planinarskim i skijaškim rutama ili nekim drugim atrakcijama i u pravilu predstavljaju privlačni faktor za turiste. Tehnologija izrade žičara danas je razvijena pa ih brojne gradske destinacije kao i jedinstvena prirodna područja uvode kao 'nove' atrakcije. Prednosti im se očituju u tome što gotovo nisu ovisne o klimi i vremenskim uvjetima, mogu se prilagoditi različitim terenima i ekološki su prihvatljive. Gostima nude ugodan i opuštajući doživljaj, jedinstvene vizure i poglede na atrakcije u destinacijama i okruženju. U tom smislu je Prostorni plan Primorsko-goranske županije utvrdio da pet žičara predstavljaju građevine od interesa za Županiju, i to: žičara Učka, žičara Trsat, žičara Grobničko polje – SC Platak, žičara Skrad – Zeleni Vir, turistička žičara Baška.

U okviru povezivanja obale i gorja Županije žičarom, u fokusu je žičara Medveja – Učka. Županija je 2010. godine ušla u osnivanje tvrtke »Žičara Učka«, a do sada je napravljena studija utjecaja na okoliš, izrađen je idejni projekt te je izdana lokacijska dozvola. Ukupna duljina trase iznosi 4.700 metara, kapacitet kabine je 60 osoba, početna postaja je u Medveji, a završna na Vojaku, na Učkoj. Projekt je u drugoj fazi realizacije koja uključuje rješavanje imovinsko-pravnih odnosa na trasi, polaznoj i završnoj stanici te lokaciji pratećih objekata. Slijedi podnošenje zahtjeva za stjecanje prava građenja žičare, izrada izvedbene projektno-tehničke dokumentacije, podnošenje zahtjeva za dozvolu gradnje žičare, polazne i završne stanice te pripadnog restorana.

U Županiji postoji nekoliko skijaških vučnica i sjedežnica, primjerice: na Platku je 5 vučnica s ukupnim kapacitetom 2.000 osoba na sat i jedna dvosjedežnica kapaciteta 900 osoba na sat, zatim jedna vučnica u Begovom Razdolju, u Mrkoplju na terenima Čelimbaše je vučnica 720 m te vučnica dužine 400 m koja se penje na Klobučarev vrh (1215 m), a jednosjedežnica na Petehovcu iznad Delnica izgrađena 60-ih, srušena je 90-ih godina itd. Postoji niz planova obnove i izgradnje takvih žičara u Županiji na postojećim i novim skijalištima (Jelenča i Plase na području Općine Fužine, Suhi Vrh na području Općine Ravna Gora, Veliko Selce na području Općine Skrad, Suhe Rečine u općini Lokve itd.), a prisutna je i ideja o izgradnji žičare Grobničko polje - Platak. Najizglednija u ovom planskom razdoblju je obnova i povećanje kapaciteta vučnice Čelimbaša. Za sada nema planova za obnovu jedno-sjedežnice ili neke druge vrste žičare za Petehovac, koja bi zasigurno doprinijela većoj turističkoj atraktivnosti Delnica.

Županija i jedinice lokalne samouprave izdvojile su sljedeće važne planirane privatne i javno-privatna investicije u žičare za razdoblje od 2016. do 2020. godine:

- Žičara Učka (razvoj projekta Županija)
- Žičara Grobničko polje – Platak
- Žičara Čelimbaša/Mrkopalj (razvoj projekta Županija/RH).

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s odabranim jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, PP Učka, Žičara Učka d.o.o., hotelska i ugostiteljska poduzeća itd.

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Valorizacija tržišnog potencijala resursno-atraksijske osnove za izgradnju panoramskih žičara
- Valorizacija postojećih planova za izgradnju novih i obnovu postojećih žičara
- Izrada dugoročnog (4-5 godina) plana realizacije projekata na temelju analize potreba i mogućnosti s prijedlogom prioriteta
- Izrada projektne dokumentacije (uključujući i studije troškova i koristi i/ili studija tržišne održivosti i financijske isplativosti)
- Pribavljanje dozvola
- Osiguranje financijskih izvora
- Realizacija

Mjera V.4: Unapređenje sustava informiranja gostiju

Cilj mjere: Uspostava kvalitetne županijske mreže info centara i jedinstvenog sustava interpretacije

Opis: Info centri, kao fizičke lokacije na kojima se turistima pružaju informacije, imaju vitalnu važnost za ukupni turistički doživljaj i zbog toga je njihova uloga u ukupnom destinacijskom menadžmentu izuzetno bitna. Integrirani zajedno s drugim potencijalnim pružateljima/izvorima informacija trebaju činiti dio ukupne destinacijske strategije informiranja turista. Dobra strategija informiranja gostiju podrazumijeva sagledavanje potrebnih vještina kadrova, odabir dobrih lokacija, osmišljavanje kvalitetne promocije te kontinuirano razvijanje partnerstva. Kad je riječ o info centrima na Kvarneru važno je jasno definirati potrebnu mrežu kao i ulogu pojedine lokacije unutar te mreže, npr. 'centar dobrodošlice' tj. glavni centar u regiji (tzv. 'hub'), 'ulazni' info centri – u zračnoj luci, glavnim autobusnim i željezničkim kolodvorima, cestovnim 'portama', 'destinacijski centri', 'lokalni TIC-evi', info-centri unutar nekog drugog prostora (npr. shopping centara, većih muzeja – manji uredi u kojima se mogu dijeliti prostor i osoblje) te potencijalni 'mobilni info centri' (informatori na ulicama i mobilne aplikacije), ukoliko se za to pokaže potreba. Dalje, za svaki info centar važno je definirati stalan razvoj novih usluga, proaktivno pružanje informacija, prilagodba radnog vremena, praćenje mogućnosti novih tehnologija, jačanje partnerstva s drugim pružateljima informacija, kontinuirano promišljanje o načinima informiranja što šireg kruga publike te razvijanje pristupa kroz 'uslugu osobnog kontakta'. Uz kvalitetnu mrežu info centara važan aspekt informiranja gostiju predstavlja jedinstveni i standardizirani sustav interpretacije prirodnih, kulturnih i drugih vrsta atrakcija. Informacije o atrakcijama potrebno je prezentirati na jednostavan i zanimljiv način s jasnom istaknutom porukom o posebitosti/vrijednosti. Standardizirana interpretacija važna je za sinergijsko djelovanje aktivnosti informiranja i pridonosi cjelokupnom doživljaju, posebice individualno organiziranih obilascima. Ova mjera podrazumijeva osmišljavanje sustava cjelokupnog sustava info centara i interpretacije u funkciji iskazivanja dobrodošlice, podizanja razine informiranosti gostiju, edukaciju gostiju te poticanje na kretanje po Županiji. Drugi dio ove mjere predstavlja definiranje jedinstvenog sustava turističke interpretacije kulturnih i prirodnih turističkih atrakcija kojom bi se primjenom suvremenog i prepoznatljivog standarda na što bolji način informiralo turiste. U tom smislu, mjeru je potrebno povezati s planiranim projektima jedinica lokalne samouprave u izgradnju info punktova (Brod Moravice), centara za

posjetitelje (Vrbovsko, Kraljevica, Cres), interpretacijskih centara (Mošćenička Draga, Kraljevica, Viškovo) te turističke interpretacije (Fužine, Čavle).

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Županije

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera u suradnji Primorsko-goranskom županijom

Ostali dionici: Jedinice lokalne samouprave i sustav turističkih atrakcija

Vremenski obuhvat: 2017. -2020.

Aktivnosti:

- Definiranje sustava informiranja turista na razini Županije (s određivanjem broja centara, lokacija i prioriteta)
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu
- Razrada koncepta infocentara i infopunktova: vrste, uređenje/opremanja centara, eventualno tematiziranja centara
- Izrada rješenja interpretacije kulturnih i prirodnih atrakcija (jedinstvena primjena materijala, načina prezentacije informacija (okvirni sadržaj, jezične varijante i dr.)
- Razrada i realizacija destinacijskih wi-fi točaka
- Razvoj i primjena sustava diseminacije informacija u svakom centru/info punktu za svaku razinu destinacija (županije, grad, općina, mjesto)
- Osposobljavanje djelatnika
- Realizacija izgradnje novih i osuvremenjivanja infopunktova i centara za posjetitelje/interpretacijskih centara

Mjera V.5: Uređenje izletišta

Cilj mjere: Uspostavljanje novih atrakcija i bolja valorizacija atraktivnih prostora Županije

Opis: Izletišta najčešće podrazumijevaju uređene, od gužve i buke izdvojene prostore u kojima je moguća rekreacija, druženje, opuštanje i višesatni sadržajni boravak. Da bi se to osiguralo potrebno je uzeti u obzir različite elemente koji se tiču njihove dostupnosti i atraktivnosti. Dostupnost uključuje kvalitetnu signalizaciju, promet u mirovanju, sigurnost, a atraktivnost mogu činiti tematizirane šetnice, piknik zone, klupe, sportsko-rekreacijski sadržaji na otvorenom ili zatvorenom prostoru, vidikovci, kvalitetna lokalna gastronomska ponuda, sanitarije, atraktivna interpretacija, trgovine suvenirima, dobro osmišljeni promocijski materijali i informacije. S obzirom na očuvan, raznolik i atraktivan prirodni okoliš u Županiji, kroz dodatno uređenje i tematiziranje postojećih te uspostavljanje nekoliko novih profiliranih izletišta podigla bi se razina kvalitete boravka turista na odmoru, ponajviše privučenih obalom i plažama, te intenzivnije privlačila lokalna i regionalna izletnička potražnja. Takvi izletnički punktovi mogli bi postati dobra 'protuteža' proizvodu 'sunca i mora' nudeći sadržajni boravak u zelenom, hladnijem i ugodnom ambijentu Gorskog kotara ili obroncima Učke, netaknutim i očuvanim vizurama unutrašnjosti otoka ili nekim drugim atraktivnim lokacijama. Također, bila bi i u funkciji širenja sezone privlačeći goste specifičnim temama (npr. ribolov, šumski plodovi, jesen, branje otočnog bilja i sl.) tijekom proljetnih i jesenskih mjeseci. Mjeru je potrebno povezati s brojnim planiranim projektima jedinica lokalne samouprave u uređenje lokaliteta prirodne baštine (npr. kanjon Kamačnik, Park šuma Golubinjak, jezera Gorskog kotara, poučne i eko staze na području otoka Krka, kompleksi šuma na Rabu, biciklistička transverzala Apsyrtides).

Područje obuhvata: Cjelokupno područje Kvarnera s naglaskom na područja Gorskog kotara i unutrašnjosti otoka.

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija i jedinice lokalne samouprave

Ostali dionici: TZ Kvarnera, Regionalna razvojna agencija, Hrvatske šume, Hrvatske vode, PP Učka, privatni investitori

Vremenski obuhvat: 2017. – 2020.

Aktivnosti:

- Izrada baze postojećih izletišta i utvrđivanje njihovog potencijala
- Utvrđivanje potrebe za uspostavu novih izletničkih zona po subregijama
- Određivanje prioriternih lokaliteta za uređenje izletišta
- Izrada koncepta najbolje uporabe za odabrane lokacije s razradom modela upravljanja (javno i privatno)
- Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih lokacija
- Osiguranje izvora financiranja
- Realizacija
- Intenziviranje promocije izletišta

3.6. Razvoj turističke prometne infrastrukture

Cilj Unapređenje unutarnje i vanjske prometne dostupnosti Županije te podizanje kvalitete prometne usluge.

Polazište: Prijevoz, odnosno u širem smislu promet, sastavni je dio turizma. Prijevoz je nužan, iako ne i dovoljan, uvjet za razvoj turizma na nekom području jer omogućuje susret ponude i potražnje u turizmu. Vanjska prometna dostupnost omogućuje dolazak do turističkog odredišta, a unutrašnja prometna dostupnost omogućuje dolazak do pojedinih turističkih atrakcija i drugih sadržaja u destinaciji (uže i šire shvaćenoj), odnosno turističku mobilnost u destinaciji. Prometnu dostupnost ne čini samo mogućnost dolaska od izvorišta do odredišta putovanja nekim prijevoznim sredstvom, nego niz činitelja kao što su: vrijeme putovanja, sigurnost putovanja, cijena prijevoza, mogućnosti alternativnih prijevoza, sadržaji u funkciji putovanja, odnosno udobnost putovanja, učestalost polazaka javnog prijevoza itd. Načelno, pod pretpostavkom slične turističke atraktivnosti i udaljenosti od emitivnih tržišta, destinacije koje imaju bolju prometnu dostupnost imaju bolje uvjete za turistički razvoj. Prijevoz može biti i posebna atrakcija koja unapređuje turistički proizvod destinacije, a u pojedinim slučajevima doživljaj prijevoza može biti i glavni motiv odlaska na turističko putovanje.

Primorsko-goranska županija, iako prometno dostupna (cesta, željeznica, zrak, more) pod razmjerno prihvatljivim uvjetima ima prostora za unapređenje i vanjske i unutarnje prometne dostupnosti, ali i za kreiranje prijevoza kao turističke atrakcije. Županija je prostorno heterogena (obala, gorje, more, otoci) i stoga je njezina prometna dostupnost vrlo zahtjevna. Posebno se to odnosi na unutarnju prometnu dostupnost, koja bi, pod prihvatljivim uvjetima s obzirom na svrhe putovanja, trebala osigurati dobru prometnu povezanost cjelokupnog područja Županije, što danas nije odgovarajuće riješeno. Takva povezanost znatne krajobrazne i sadržajne različitosti na relativno malom prostoru koja bi bila dostupna svim posjetiteljima stvorila bi zamjetnu komparativnu prednost u ponudi. Time se utječe na povećanje atraktivnosti dolaska i boravka turista u Županiji, a istodobno se olakšava prometna dostupnost i lokalnim stanovnicima.

Primorsko-goranska županija je primarno tzv. auto-destinacija, a njezini ostali prometni kapaciteti u putničkom prometu (aerodromska, željeznička i pomorska infrastruktura) nisu dovoljno iskorišteni, prvenstveno za dolazak turista u Županiju, ali i na lokalnoj razini. U tom smislu postoji niz različitih mogućnosti koje bi takvo stanje mogle promijeniti, a dobar se dio odnosi na marketing i prilagodbu prometne

usluge. Uz to, ovom se razvojnom strategijom predlažu unapređenja postojeće i uvođenje nove prometne ponude na području Županije.

Opis: Prioritetna strategija podrazumijeva sustavno poticanje poboljšanja vanjske i unutarnje prometne dostupnosti i to putem izgradnje nove prometne infrastrukture te uvođenjem različitih načina poboljšanja prometne usluge/ponude. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- 'Hop on - hop off' linije
- Inter i intra destinacijsko povezivanje morem
- Zračni promet
- Cestovna prometna dostupnost
- Turistički putnički prijevoz željeznicom

Mjere: Mjera VI.1: 'Hop on - hop off' linije

Cilj mjere: Unaprijediti sustav javnog turističkog prijevoza unutar pojedinih područja Županije

Opis: Osiguranje turističke mobilnosti javnim prijevozom koji radi na principu 'hop on hop off' prisutan je u većini europskih i drugih svjetskih turističkih destinacija na kojima boravi veći broj turista. Cijena takvog prijevoza je u pravilu stimulativna, vrijedi 24 sata, a uključuje brojne dodatne pogodnosti (popuste na ulaznice u muzeje, kazališta, korištenje drugih sredstava javnog prijevoza, popuste u nekim trgovinama i sl.). Takve linije u pravilu su autobusne, ali princip se može koristiti i za, primjerice, vodeni prijevoz gdje to prilike omogućuju. U ovu kategoriju prijevoza mogu se uvrstiti i tzv. auto vlakovi, koji su česti na našoj obali. Nastoji se da takav prijevoz koristi 'zeleno' gorivo kad god je to moguće.

Iako je Hrvatska, a posebno Primorsko-goranska županija, primarno auto-destinacija, problem parkiranja (slobodna mjesta i lokacija parkirališta) te cijene parkiranja na nekim područjima Županije stvaraju veliki problem posjetiteljima, pa se takve linije javnog prijevoza javljaju kao dobro rješenje za prometnu dostupnost pojedinih turističkih atrakcija, ali su i doprinos smanjenju prometnih gužvi te zaštiti okoliša. Posebice jer je i postojeća mreža lokalnog javnog prijevoza nedovoljno razvijena. Uzimajući u obzir širu društvenu i gospodarsku korist, takve linije ne moraju uvijek biti potpuno i neposredno isplative, odnosno tamo gdje je to opravdano mogu se dijelom i sufinancirati od strane lokalne samouprave (što je, primjerice, najčešći slučaj s gradskim prijevozom).

U Županiji postoji samo jedna 'hop on - hop off' autobusna linija, koja vozi na relaciji Opatija-Rijeka-Opatija, ima 5 polazaka dnevno, jedan ciklus traje 2 sata, na liniji je šest stanica, a operativna je tijekom ljeta. Područja koja bi mogla biti pogodna za uvođenje i drugih takvih linija, ali i općenito unapređenja lokalnog prijevoza, u Županiji su prije svega otok Krk, ali i Crikvenička i Vinodolska rivijera (s neposrednim zaleđem) te otoci Cres i Lošinj, što bi se trebalo ustvrditi odgovarajućim studijama i projektima. Na ovim linijama važno je omogućiti i prijevoz bicikala.

Grad Krk do 2020. godine planira uspostaviti gradsku liniju *City tour Krk*.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Gradovi i općine

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, Autotrolej i Autotrans iz Rijeke, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Analiza potreba uvođenja 'hop on - hop off' linija na pojedinim područjima Županije
- Razrada prioriternih prometnih pravaca i itinerera
- Razmatranje ekonomske opravdanosti prioriternih prometnih pravaca/itinerera
- Uspostavljanja prikladnog sustava financijskog poticanja
- Izbor koncesionara
- Realizacija

Mjera VI.2: Inter i intra destinacijsko povezivanje morem

Cilj mjere: Unaprijediti prometnu povezanost obalnih i otočkih destinacija unutar Županije te Županije s okolnim priobalnim županijama morskim putem.

Opis: Najveći broj turističkih destinacija Županije nalazi se uz more te ima luku ili lučicu pogodnu za prihvat putničkih brodova različite vrste i veličine (na području Županije su 104 luke otvorene za javni promet). Budući da je more plovni put, preduvjeti za povezivanje takvih destinacija morskim putem postoje, ali nisu iskorišteni u mjeri u kojoj bi to mogli biti. Trajektne i brze putničke brodske veze kopna s otocima, kapacitetima i učestalosti plovidbe uglavnom zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva i mnogobrojnih turista na tim relacijama, ali izvan tog sustava postoji mnogo mogućnosti za unapređenje pomorskog prometnog povezivanja unutar Županije te sa širim okolnim područjem.

Državne trajektne linije koje postoje na području Županije su: Valbiska-Merag, Stinica-Mišnjak, Valbiska-Lopar i Brestova-Porozina, a državne brodske linije su: Mali Lošinj-Srakane-Unije-Susak te Mali Lošinj-Mrtvaška-Mali Lošinj. Državne brzobrodske linije su: Mali Lošinj-Ilovik-Susak-Unije-Martinšćica-Cres-Rijeka te Novalja-Rab-Rijeka, a dužobalna i međužupanijska linija koja povezuje područje Primorsko-goranske županije s ostalim područjima u jednu integralnu cjelinu je Rijeka-Split-Stari Grad-Korčula-Dubrovnik-Bari. Postoji i međužupanijska brodska linija Mali Lošinj-Premuda-Silba-Olib-Ist-Zadar. Postojeće linije opslužuje nacionalni brodar Jadrolinija d.o.o, osim linije Jablanac-Mišnjak na kojoj prometuje Rapska plovidba d.d., koja održava i međužupanijsku liniju između Raba i Luna.

Brodska međudestinacijska povezanost na području Kvarnera ne zadovoljava. U 2016. godini prekinuta je brza – katamaranska – linija Zadar – Lošinj – Pula, a veze između kvarnerskih otoka gotovo da ne postoje (izuzev veza Valbiska – Merag i Valbiska Lopar).

Upravni odjel za pomorsko dobro, promet i veze obavio je razgovore s jedinicama lokalne samouprave o potrebama pomorskog povezivanja na županijskoj razini. S tim ciljem izrađena je Studija opravdanosti uvođenja županijskih i lokalnih brodskih linija s prijedlogom mreža povezivanja Kvarnerskih otoka međusobno i s kopnom Primorsko-goranske i susjednih županija te studija Tehničko-tehnoloških preduvjeta održavanja prioriternih cjelogodišnjih i sezonskih brodskih linija županijskog i lokalnog značaja s modelom financijskog praćenja uvođenja i održavanja linija.

Linija Baška–Senj podržana je od strane Ličko-senjske županije, Grada Senja i Općine Baška uz mogućnost uključivanja i Općine Lopar, što omogućuje uspostavu linije Lopar–Baška–Senj. Pokrenute su aktivnosti na uvođenju i drugih pomorskih linija, primjerice, između Omišlja i Opatije te Selca i Crikvenice, zatim linije Crikvenica–Dramalj–Jadranovo i Crikvenica–Šilo itd. Osim ovih, postoji još niz mogućnosti za uspostavu sezonskih, turističkih brodskih linija, manjeg kapaciteta, kojima bi se osigurala veća mobilnost posjetiteljima Županije čime bi se unaprijedila atraktivnost turističkog boravka na njezinom području. Potrebno je međutim posebnu pozornost posvetiti i sagledavanju mogućnosti bolje – turističke – međusobne povezanosti Kvarnerskih otoka, barem u razdoblju svibanj - listopad.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija (i okolne primorske županije)

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Jadrolinija d.o.o., Lučke uprave, Rapska plovidba d.d., Agencija za obalni linijski promet, privatni poduzetnici i prijevoznici itd.

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Nastavak planiranih aktivnosti na realizaciji prijedloga iz Studije opravdanosti uvođenja županijskih i lokalnih brodskih linija s prijedlogom mreža povezivanja kvarnerskih otoka međusobno i s kopnom Primorsko-goranske i susjednih županija te Studije Tehničko-tehnoloških preduvjeta održavanja prioritetnih cjelogodišnjih i sezonskih brodskih linija županijskog i lokalnog značaja s modelom financijskog praćenja uvođenja i održavanja linija
- Ponovno pokretanje postupka iskazivanja interesa među jedinicama lokalne samouprave za uspostavu županijskih i među županijskih brodskih linija – godišnjih i sezonskih, s posebnim naglaskom na međusobno povezivanje Kvarnerskih otoka

Mjera VI.3: Zračni promet

Cilj mjere: Unaprijediti prometnu povezanost Županije sa ostalim područjima Hrvatske i inozemstva zračnim prijevozom te unutar Županije, posebno otoka hidro avionima i malim zrakoplovima

Opis: Područje Primorsko-goranske županije uvedeno je u mrežu zračnog prometa 1930. godine. Aerodrom je tada bio na Sušaku. Kasnije je otvoren aerodrom Grobnik, koji je svojim fizičkim karakteristikama (dužinom uzletno-sletne staze i ograničenjima u zaštitnim površinama) zadovoljavao prometne potrebe do pojave turboblaznih zrakoplova na našim prostorima. Aerodrom Grobnik je, nakon što se prestao koristiti za javni zračni promet, ostao u funkciji sportskog aerodroma koji je kasnije i dograđen sa sadržajima za održavanje auto-moto trka. Nova zračna luka za prihvat modernih turboblaznih zrakoplova izgrađena je na otoku Krku 1970. godine u vrijeme naglog rasta zračnog prometa u Hrvatskoj. ZL Rijeka izgrađena je i opremljena za prihvat i otpremu domaćeg i međunarodnog prometa, s operativnim površinama i putničkom zgradom za oko 200 tisuća putnika godišnje, ali taj promet nikada nije dosegla (godine 2015. imala je oko 137 tisuća putnika). Danas ZL Rijeka ima direktne (redovne i charter) letove u 17 europskih zemalja, a te letove održava, osim Croatia Airlinesa, više inozemnih zrakoplovnih kompanija, od kojih je dio niskotarifnih kao što su Germanwings, Ryanair i drugi. Prema iskustvima drugih zračnih luka, za pokriće troškova eksploatacije potrebno je ostvariti od 300 do 400 tisuća putnika godišnje. Radi boljeg povezivanja otoka Cresa i Lošinja s Hrvatskom i svijetom, a prvenstveno zbog turizma (otoci Cres i Lošinj su 80-ih godina zajedno imali preko 300 tisuća turista godišnje), izgrađeno je 1985. godine na Lošinju zračno pristanište za prihvat zrakoplova s kratkim uzlijetanjem i slijetanjem (STOL). Pristanište ima uzletno-sletnu stazu dužine 900 m, planiranu za prihvat kritičnog zrakoplova DASH-7. Potrebna projektna dokumentacija za produženje poletno-sletne staze na 1260 m je izrađena. Na otoku Unije uređen je prostor pašnjaka u travnati aerodrom za male zrakoplove, koji je zbog problema oko vlasništva zemljišta već dvije godine izvan funkcije. Suradnja Grada Rijeke i avioprijevoznika European Coastal Airlines – ECA, tvrtke sa sjedištem u Splitu, koja već povezuje brojne destinacije diljem Hrvatske te leti prema dvije destinacije u Italiji, rezultirala je i uvođenjem linija na Kvarneru (Novalja-Split, Novalja-Rijeka, Rijeka-Rab, ZL Rijeka-Ancona, a u pripremi su i druge destinacije, primjerice Rijeka-Lošinj i Rijeka-Cres). Iako ECA po svojim standardima leti iz luke u luku, po potrebi turiste preuzima i na

aerodromima. Mrežu obuhvaćenih destinacija valja i dalje širiti pri čemu se kao primarna destinacija nameće Zračna luka Rijeka, kako bi se dodatno povećala njezina atraktivnost kao dolazno/odlazne luke.

Postojeća infrastruktura zračnog prometa u Županiji nije dovoljno iskorištena, unatoč potencijalima koji su nedvojbeno identificirani nizom raznih studija i projekata. Da bi se ti potencijali ostvarili potrebno je, prije svega, motivirati zrakoplovne kompanije da u većoj mjeri koriste postojeću županijsku infrastrukturu za zračni promet, odnosno da uvedu nove linije. Naime, u postojećem stanju znatan dio zrakoplovne potražnje koji se odnosi na Županiju ostvaruje se preko drugih zračnih luka u okruženju, prije svega ZL Brnik Ljubljana te ZL Trst Ronchi Dei Legionari. Postoje različite metode kojima bi se mogli privući zračni prijevoznici, ali i pojedinci, na korištenje aerodroma u Županiji, od, primjerice, cjenovne politike do tzv. udruženog marketinga, a u interesu lokalnog stanovništva neke se lokalne linije (primjerice Susak-Mali Lošinj) mogu sufinancirati. Unapređenje infrastrukture za zračni prijevoz također je dio aktivnosti usmjeren na povećanje atraktivnosti ponude za zračne prijevoznike i druge korisnike zračnog prometa Županije. Modernizacija zračne luke Rijeka u iznosu od 150 milijuna kuna nominirana je od strane Županije kao investicija do 2020. godine u nadležnosti Republike Hrvatske, dok je projekt rekonstrukcije i proširenja piste Zračnog pristaništa Mali Lošinj, kao privatni poduzetnički poduhvat, u planiranom iznosu ulaganja od oko 260 milijuna kuna uvršten na listu strateških investicijskih projekata Republike Hrvatske.

Konačno, unapređenje tržišne pozicije Zračne luke Rijeka, a u budućnosti i Zračnog pristaništa Mali Lošinj, podrazumijeva proširenje mreže stanica redovne autobusne linije koja servisira Zračnu luku (povezivanje s prometnim čvorištima kao što su Omišalj, Kraljevica i sl.)

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s Ministarstvom pomorstva, prometa i infrastrukture RH

Ostali dionici: Turističko gospodarstvo, zrakoplovne kompanije i pojedini aerodromi, pojedini stručnjaci i institucije za zračni prijevoz, ekonomiku poslovanja i turizam itd.

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Unapređenje ukupne ponude zračne luke Rijeka:
 - Rekonstrukcija i proširenje putničke zgrade
 - Rekonstrukcija i proširenje platforme za parkiranje zrakoplova i rekonstrukcija uzletno sletne staze
 - Izgradnja sadržaja za skladištenje i manipulaciju robe koja se prevozi zračnim putem u poslovnoj zoni
 - Dogradnja i rekonstrukciju postojećih staza za voženje (rulanje)
- Dogradnja zračne luke na Malom Lošinju (rekonstrukcija i proširenje piste)
- Jačanje autobusne povezanosti Zračne luke Rijeka s relevantnim cestovnim čvorištima odnosno turističkim destinacijama
- Umrežavanje i lobiranje za veće korištenje postojećih putničkih zračnih luka
- Uspostava 'mrežnog marketinga' radi privlačenja novih zrakoplovnih (low-cost) kompanija i letova prema novim destinacijama
- Ispitati potrebe/društvene opravdanosti izgradnje drugih zračnih luka (osobito na Rabu koja je, prema Prostornom planu Primorsko-goranske županije, određena kao jedna od građevina zračnog prometa od važnosti za Županiju)

Mjera VI.4: Cestovna prometna dostupnost

Cilj mjere: Unaprijediti cestovnu prometnu dostupnost na području Županije i time joj povećati atraktivnost za dolazak i boravak gostiju.

Opis: U Županiji je najzastupljeniji način dolaska turista cestovni prijevoz – njime u Županiju, tijekom 4 ljetna mjeseca, dolazi više od 97 % turista koji ostvaruju noćenje. Cestovna mreža je stoga presudna za turistički razvitak Županije – kako ona magistralna, važna za prometnu dostupnost Županije i njezinih turističkih destinacija iz drugih područja Hrvatske i gravitirajućeg inozemstva (vanjska prometna dostupnost), tako i ona kapilarna, koja omogućuje povezanost pojedinih sadržaja unutar uže turističke destinacije i njezinog neposrednog okruženja (unutarnja prometna dostupnost). Za Primorsko-goransku županiju važan je i tranzitni cestovni promet, budući da preko njezinog područja prolaze svi oni koji s graničnih prijelaza kod Rijeke i Umaga putuju u odredišta južno od ove Županije, i time dodatno opterećuju cestovne pravce pogoršavajući stanje na cestama, posebno tijekom ljeta kad su gužve najveće.

Županija je nadležna za županijske ceste na svojem području, a lokalne zajednice za lokalne i nerazvrstane ceste. Za glavnu magistralnu cestovnu mrežu (državne ceste i autoceste) od najveće važnosti za zemlju nadležna je država.

U Županiji postoji nekoliko prometnih problema vezanih uz cestovnu mrežu:

- uz državnu cestovnu mrežu, odnosno uz autoceste, vezan je problem izgradnje druge cijevi tunela Učka, izgradnje dijela autoceste A8 od tog tunela do spoja/čvora kod Rijeke na A7 i A6, te izgradnja autoceste Križišće – Žuta Lokva (A7); kad se izgradi taj sustav autocesta oko Rijeke, smanjit će se pritisak tranzitnog prometa na riječku obilaznicu pri čemu bi već i danas trebalo koristiti raspoložive mogućnosti za povećanje njezine propusne moći;
- problem uskog prometnog grla kod Krčkog mosta u turističkoj sezoni može se riješiti izgradnjom novoga, čime bi se povećala propusna moć tog dijela državne ceste D102, pri čemu treba sagledati mogućnost proširenja propusne moći ceste do Valbiske;
- dio Jadranske magistrale na dionici Senj – Stinica izložen je jakim naletima bure koji rezultiraju njezinim zatvaranjem za autobuse, kampere i motocikle u prosjeku 50 dana godišnje što nalaže potrebu unapređenja sigurnosti, prije svega postavljanjem sustava burobrana;
- gotovo u pravilu sve turističke destinacije (gradovi i mjesta) na području Županije imaju prometnih problema u turističkoj sezoni – od nedovoljnih kapaciteta cesta (propusne moći) koje ne mogu odgovarajuće servisirati veliku prometnu potražnju koju generira turizam u ljetnom razdoblju, često neodgovarajućeg vođenja prometa i nedovoljne ili neprimjerne prometne i turističke signalizacije, do problema s prometom u mirovanju koji nigdje nije odgovarajuće riješen;
- nerijetko se javljaju i problemi s održavanjem kolnika na manje važnim cestama, a nema sumnje da bi tzv. kapilarna mreža cesta ponegdje trebala biti gušća.

U sljedećem planskom razdoblju bilo bi poželjno razmotriti mogućnosti unapređenja dostupnosti otoka Raba izgradnjom mosta.

Županija s lokalnim zajednicama može neposredno utjecati na probleme vezane uz svoju nadležnost, a to su županijske i lokalne ceste (primjerice, izgradnja zaobilaznice Mostići – Donje selo, rekonstrukcija nerazvrstane ceste Pub - Rub, proširenje ceste za Zeleni vir itd. u Gorskom kotaru, ili pak uređenje ceste Jezero – Hotel Beli Kamnik na Krku, zatim uređenje cesta Osor – Punta Križa, Nerezine – Osor i Porožina – Beli na Cresu itd.), odnosno problemi prometa (ne samo motornog!) na tim razinama

(koristiti sredstva EU fondova), a posredno može utjecati na ubrzavanje rješavanja problema državnih cesta i autocesta.

U cilju podizanja kvalitete cestovne dostupnosti Županije iz zapadno-europskih zemalja pravcem Villach-Ljubljana-Postojna bilo bi poželjno razmotriti mogućnosti traženja zajedničkog interesa i lobiranja prema Republici Sloveniji na uređenju cestovne mreže kroz Sloveniju do graničnog prijelaza Rupa.

Među planirane investicije u cestovnu infrastrukturu na području Županije do 2020. godine u nadležnosti Republike Hrvatske ubrajaju se:

- Prometna integracija cestovnog čvora Rijeka u iznosu od 6,25 milijardi kuna
- Izgradnja Zagrebačke obale s pristupno prometnom infrastrukturom u iznosu od 5,275 milijardi kuna
- Izgradnja novog željezničko-cestovnog mosta Krk (kao dijela priprema za širenje luke na Krku)
- Autocesta A7 Križišće - Žuta Lokva u iznosu od 4,97 milijardi kuna.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture RH, HAC, BINA ISTR, ARZ

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Izrada prometnih studija unapređenja cestovnog prometa na lokalnim razinama – postupna realizacija predloženih rješenja
- Umrežavanje dionika i lobiranje za rješavanje problema prometa na državnim cestama i autocestovnoj mreži u Županiji
- Unapređenje sustava prometne i turističke signalizacije – izrada studija i postupna realizacija predloženih rješenja
- Unapređenje sustava javnog cestovnog (i drugih vrsta) prijevoza radi destimulacije korištenja vlastitih motornih vozila – izrada studija opravdanosti i postupna realizacija predloženih rješenja

Mjera VI.5: Turistički putnički prijevoz željeznicom

Cilj mjere: Realno sagledati mogućnosti željeznice u putničkom prometu Županije, s posebnim osvrtom na njezinu ulogu u turizmu.

Opis: Željeznički putnički prijevoz u Europi doživljava zadnjih desetljeća ponovni uzlet, naročito s pojavom tzv. željeznica velikih brzina, čija mreža (duljina) kolosijeka raste dvoznamenkastim godišnjim stopama. Razloga tomu je više: gužve na cestama (male brzina putovanja), skupo gorivo, potreba očuvanja okoliša, sigurnost prijevoza itd. U Hrvatskoj je željeznički promet već duži niz godina zapostavljen, dobrim dijelom na račun cestovnog prometa (izgradnja autocesta). Stoga se u javnosti često postavljaju pitanja budućnosti željeznice u Hrvatskoj, a u tome je posebno istaknut problem riječke pruge. Nema dvojbe o tome da se ta pruga treba modernizirati. Problem je da postoje različita stajališta o tome kako to treba napraviti. Neki smatraju da treba izgraditi tzv. nizinsku prugu za velike brzine, o čemu postoje različite varijante s obzirom na trasu pruge, a drugi smatraju da bi bilo dovoljno na određenim stanicama izgraditi dodatne kolosijeke koji bi povećali propusnu moć pravca te sanirati dijelove pruge koji nisu u skladu sa standardima magistralnih pruga (primjerice usponi/padovi, radijusi krivina i sl.). Sa stajališta turizma, svako poboljšanje prometne dostupnosti je dobro došlo, a moderna, brza željeznička veza je upravo to. Međutim, sa šireg društvenog i gospodarskog gledišta, pitanje je u kojoj je mjeri takvo što isplativo, prije svega s obzirom na mogući broj korisnika (Rijeka kao

zadnja stanica, a možda i destinacije na Krku), posebno imajući u vidu da postoji prihvatljiva cestovna alternativa za dolazak. S druge strane, željeznica je presudna za Riječku luku, posebno u svjetlu njezine moguće veće uloge za zemlju u okruženju, pa i šire. Uz to, s preseljenjem kontejnerske luke na Krk, nužno je potrebno željeznicu dovesti do nove luke, a to znači i izgraditi novi most za Krk, što se mora kad-tad dogoditi. Međutim, za prijevoz tereta nisu nužne velike brzine jer se mnogo više vremena ('od vrata do vrata') troši na manipulaciju s robom i čekanje na prijevoz nego na sam prijevoz. Sigurno je da će Hrvatska u idućim godinama započeti s modernizacijom riječke pruge, pa bi bilo važno donijeti ispravnu odluku o tome kako to napraviti. Pri tome je važno iskoristiti raspoloživa sredstva fondova EU, a i o tome može ovisiti koje će se rješenje odabrati. U međuvremenu, može se nastojati bolje promovirati postojeći prijevoz željeznicom za turističke dolaske u Županiju i dodatnim ga aktivnostima učiniti atraktivnijim za korištenje.

Među planirane investicije u željezničku infrastrukturu na području Županije do 2020. godine u nadležnosti Republike Hrvatske ubraja se:

- Priprema za širenje luke na Krku te gradnju potrebne prateće infrastrukture (most) uključujući i prugu Rijeka-Zagreb-Botovo u iznosu od 37,7 milijardi kuna.

U segmentu željezničkog prometa usmjerenog na turizam, potrebno je već u kratkom roku sagledati mogućnosti uvođenja turističkih vlakova (prilagođenih specifičnom potrebama pojedinih segmenata turista kao što su biciklisti i sl.) usmjerenih na povezivanja Gorskog kotara s Rijekom i Zagrebom.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture RH, Hrvatske željeznice, Luka Rijeka, Grad Rijeka

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Umrežavanje dionika i lobiranje za rješavanje problema željezničke pruge Karlovac - Rijeka (Krk)
- Istražiti mogućnosti unapređenja atraktivnosti postojećeg putničkog željezničkog povezivanja unutrašnjosti Hrvatske i ostalih gravitirajućih zemalja s Rijekom, posebno uspostavljanja turističkih vlakova
- Uređenje kolodvora i uvođenje novih vlakova

3.7. Upravljanje procesima

Cilj: Povećanje kvalitete destinacijskog upravljanja i menadžmenta

Polazište: Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/13) posebnu pozornost posvećuje destinacijskom menadžmentu odnosno upravljanju procesima razvoja turizma naglašavajući potrebu revidiranja i racionaliziranja sustava TZ zbog povećanja njegove učinkovitosti, ali i sustavne provedbe poslova/funkcija destinacijskog upravljanja/menadžmenta. Ministarstvo turizma stoga je tijekom 2015. godine pokrenulo proces preustroja sustava turističkih zajednica kojim je predviđeno donošenje paketa zakona o turističkim zajednicama (paket zakona bio je na javnom savjetovanju do sredine 2015. godine) pri čemu je planirano da se postojeće turističke zajednice transformiraju u turističke zajednice po modelu destinacijske menadžment organizacije, dakle tijela koje okuplja javne institucije, privatne dionike sektora i stručnjake u cilju strateškog i operativnog upravljanja destinacije i ostvarenja

zajedničke vizije, a čija je osnovna misija razvoj i promocija destinacije (kroz aktivnosti kao što su financiranje, planiranje, marketing, donošenje i provedba odluka kao i razvoj proizvoda u destinaciji). Procijenjeno je naime da je postojeći sustav turističkih zajednica opterećen nizom problema koji umanjuju njegovu učinkovitost, a vezani su uz veličinu sustava, neusklađenost misije i zadataka, nejasne diobe odgovornosti na različitim razinama sustava, nedostatnoj koordinaciji i kontroli među razinama sustava, alokaciji velikog broja kompleksnih zadataka koji nadilaze njihove potrebe, mogućnosti i resurse (Operativni priručnik za primjenu modela destinacijske menadžment organizacije, DMO). No, unatoč pokrenutim aktivnostima promjene sustava i donošenja nove zakonske regulative, kao rezultat brojnih kritika profesionalne i stručne javnosti cijeli proces je zastao te u ovom trenutku nisu poznata i konačna rješenja/smjerovi promjena sustava.

Sagledavajući snage i slabosti te prilike i ograničenja turizma Kvarnera kao ključne slabosti izdvojeni su upravo elementi koji se povezuju uz destinacijsko upravljanje i menadžment, prije svega komunikacija, povezanost i suradnja dionika u turizmu, ali i sezonalnost turističkog prometa, prostorna i vremenska distribucija potrošnje, prepoznatljivost Kvarnera na turističkom tržištu, ali i statističko praćenje turizma. Na slične zaključke upućuje i analiza konkurentske pozicije Primorsko-goranske županije koja umreženost turizma i ostalog gospodarstva, kvalitetu upravljanja destinacijom, ali i neke druge elemente turističke ponude u izravnoj nadležnosti sustava destinacijskog upravljanja i menadžmenta poput kvalitete interpretacije atrakcijske osnove te kvalitete vinskih i gastro cesta, prepoznaje kao najlošije elemente turističke ponude Kvarnera (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. -- 2020. godine, Situacijska analiza). Dionici razvoja turizma, nadalje, kao ključne snage sustava turističkih zajednica Kvarnera prepoznaju visok stupanj kooperativnosti TZ na razini subregija i cijelog Kvarnera, stručnost i motiviranost kadrova, uključenost čelnika JLS u rješavanje zajedničkih problema turističkog razvoja, prepoznatljivost brenda pojedinih užih destinacija ili subregija te iskorak u brendiranju pojedinih oblika ponude-proizvoda. Među snage sustava turističkih zajednica mogu se također ubrojiti i prepoznatljivi događaji temeljeni na izvornosti (kvarnerska događanja, Rapska Fjera, Ružica Vinodola i sl.). S druge strane, ključne slabosti postojećeg sustava su nefunkcionalnost sustava zbog nedefinirane vertikalne razine odgovornosti uslijed čega je teško objedinjavati događaje te koordinirati njihov planiranje, realizaciju i kontrolu. Nadalje, previše se vremena nefunkcionalno troši na organizacijske i administrativne potrebe, pojedine turističke zajednice čestu su neopravdano zatvorene/ograničene na razinu svojih JLS-ova, velik broj 'malih' turističkih zajednica nema dovoljno kadrova i financijskih sredstava za realizaciju ciljeva, a nisu riješeni niti uvjeti financiranja zajedničkog djelovanja skupina turistički zajednica čije je djelovanje usmjereno na unapređenje razvoja pojedinih subregija (primjerice otočne, goranske, riječki prsten i sl.).

Prepoznajući ključne snage i slabosti destinacijskog upravljanja i menadžmenta, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. u mjeri vezanoj uz unapređenje turizma kao povezane provedbene aktivnosti navodi osnivanje stručnih vijeća za turizam pri jedinicama lokalne samouprave radi usuglašavanja akcijskih planova provedbe Strategije razvoja hrvatskog turizma, ali i provođenje aktivnosti koje će potaknuti produljenje turističke sezone te proizvodnu specijalizaciju regija i razvoj integralnih destinacijskih doživljaja.

Opis:	Sustav upravljanja i menadžmenta te organizacije razvoja turizma na razini Županije te jedinica lokalne uprave (župan, gradonačelnici i načelnici, Skupština županije, gradska i općinska vijeća, upravna tijela nadležna za turizam, sustav turističkih zajednica, ali i druge institucije Županije kao Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Priroda te razvojne agencije i sl.) nezaobilazan je element uspješnog ostvarivanja postavljenih ciljeva strateškog plana razvoja turizma Županije. Stoga se osigurava unapređenje upravljačkog i organizacijskog modela destinacijskog menadžmenta, ali
--------------	---

i sustava u cjelini. To podrazumijeva razvoj informacijske podrške i baze podataka uključujući i definiranje te praćenje ključnih indikatora uspješnosti destinacijskog menadžmenta kao i sagledavanje mogućnosti unapređenja organizacije sustava turističkih zajednica, uspostavljanje sustava razvoja turističkih iskustava (proizvoda) te podrške razvojnim programima odnosno uklanjanja razvojnih ograničenja vezanih uz prostorne planove, turističko zemljište i pomorsko dobro. Posebno važan element strategija je i uspostavljanje sustava realizacije/praćenja realizacije Strategije. Stoga strategije obuhvaća sljedeće mjere:

- Povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica
- Informacijska podrška i baza podataka
- Sustav monitoringa i mjerenja učinaka strategije
- Institucionalna zakonska ograničenja
- Ocjena razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija
- Stvaranje poduzetničkih klastera
- Programi podizanja razine svijesti

Mjere:: Mjera VII.1: Povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica

Cilj mjere: Prerastanje sustava TZ u suvremene destinacijske menadžment organizacije

Opis: Potreba upravljanja destinacijom proizlazi iz složenosti turističkog proizvoda. Budući da upravljanje destinacijom sukladno razvojnoj viziji i/ili koncepciji predstavlja koordinirano djelovanje svih destinacijskih razvojnih dionika, pri čemu koordinaciju aktivnosti moraju na sebe preuzeti destinacijske menadžment organizacije (DMO), realizacija razvojne vizije i koncepcije turizma Primorsko-goranske županije u odgovornosti je županijske i lokalnih turističkih zajednica koje, bez obzira na postojeću nedorečenost zakonskog okvira, moraju, što je prije moguće, preuzeti funkciju destinacijskih menadžment organizacija. U tom smislu, potrebno je, uz već postojeću TZ Kvarnera kao krovnu organizaciju zaduženu za strateško promišljanje i razvoj destinacijskog turističkog proizvoda, poticati udruživanje teritorijalno/proizvodno bliskih lokalnih TZ kako bi se oformilo nekoliko snažnih (sub)regionalnih, financijski samodostatnih (otočkih, rivijerskih i/ili kontinentalnih) turističkih zajednica sposobnih za samostalno kreiranje novih i/ili jačanju konkurentnosti postojećih turističkih proizvoda. Na taj bi se način poticalo/jačalo horizontalno i vertikalno integrirano djelovanje cijelog sustava TZ, a što bi se trebalo pozitivno odraziti i na:

- Stvaranje preduvjeta za funkcionalnu preobrazbu sustava TZ u smjeru destinacijskih menadžment organizacija
- Stvaranje većeg broja, po mjeri krojenih, složenih turističkih proizvoda na razini pojedinih destinacija, ali i (sub)regija te Županije u cjelini
- Efikasnije korištenje raspoloživih sredstava u funkciji aktiviranja vrijedne, a nevalorizirane resursno-atraksijske osnove, unapređenja destinacijske turističke infrastrukture kao i sustava interpretacije atrakcija
- Kvalitetu i interaktivnost postojećih/novih web stranica
- Kvalitetu komunikacije s tržište, osobito iz aspekta racionalnog korištenja financija
- Kvalitetu suradnje javnog i privatnog sektora
- Kvalitetu ljudskog činitelja
- Aplikiranje na natječaje za EU projekte, odnosno na
- Kvalitetu i/ili raspoloživost (statističkih) podataka važnih za praćene učinkovitosti upravljanja, a time i konkurentnosti turističkog sektora na svim razinama.

Područje obuhvata: cijelo područje Županije

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama gradova i općina

Ostali dionici: Primorsko-goranska županija, gradovi i općine

Vremenski obuhvat: 2017.-2018.

Aktivnosti:

- Definiranje logičnih prostorno-teritorijalnih cjelina podesnih za stvaranje (sub)regionalnih TZ/destinacijskih menadžment organizacija (npr. otoci, Gorski kotar, Opatijska rivijera i sl.)
- Razrada načela udruživanja gradskih/općinskih TZ u (sub)regionalne TZ/destinacijske menadžment organizacije: preduvjeti (financiranje, kadrovi), zadaci, očekivani učinci
- Javna rasprava sa relevantnim dionicima u javnom i privatnom sektoru
- Osnivanja novih (sub)regionalnih TZ/destinacijskih menadžment organizacija
- Uspostavljanje sustava monitoringa učinkovitosti novo-uspostavljene strukture turističkih zajednica (destinacijskih turističkih proizvoda na osnovi realizacije plana dovođenja ciljnih potrošačkih segmenata, zadovoljstvo boravkom, prosječna potrošnja po danu boravka i sl.)

Mjera VII.2: Informacijska podrška i baza podataka

Cilj mjere: Unapređenje informacijske osnove za vođenje turističke politike Kvarnera

Opis: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine (NN 55/13) prepoznaje da je sustavno unapređivanje informacijske osnovice koji će omogućiti praćenje ključnih prednosti i nedostataka hrvatskog turizma u međunarodnom okruženju pretpostavka podizanja konkurentske sposobnosti. Strategija stoga, kao jednu od prioritetnih strateških mjera razvoja turizma, utvrđuje potrebu kontinuirane izrade nacionalnog i regionalnih satelitskih računa turizma kao pretpostavke uspješnog vođenja turističke politike na nacionalnoj i regionalnoj razini. No, u ovom trenutku nisu osigurane niti informacijske niti organizacijske i međuinstitucionalne pretpostavke za realizaciju tog zadatka. Pri tome se tijekom posljednjeg desetljeća bitno umanjila pokrivenost ugostiteljstva i turizma kontinuiranim istraživanjima sa zadovoljavajućim obuhvatom.

Planiranje mjera/aktivnosti turističkog razvoja i marketinga te praćenje njihove realizacije i učinkovitosti pretpostavlja uspostavljanje kvalitetne informacijske osnovice na razini Kvarnera koja obuhvaća široki spektar kontinuiranih kvalitativnih i kvantitativnih obilježja vezanih uz praćenje obilježja turističke aktivnosti iz perspektive ponuđača usluga i njihovog proizvodnog integriranja (promet, kvaliteta, profitabilnost, zaposlenost i sl. prema vrstama aktivnosti/proizvodima) i potražnje (fizički promet, potrošnja, zadovoljstvo prema segmentima/proizvodima), ali i njihovog povezivanja te usporedbe s relevantnim konkurentskim okruženjem.

Posebno važan aspekt jačanja informacijske podrške i baze podataka o turizmu Županije (primjerice uz oskudne javno objavljene podatke Državnog zavoda za statistiku na županijskoj razini, TZ Kvarnera na svojim stranicama kontinuirano objavljuje tek pregled fizičkih pokazatelja turističke aktivnosti), odnosi se na uspostavljanje procesa prikupljanja i obrade održivih pokazatelja konkurentnosti turističke aktivnosti turističkih destinacija Kvarnera (u pojedinim destinacijama Kvarnera već su započele aktivnosti razvoja takvog sustava) usklađenog sa sustavom turističkih pokazatelja održivog destinacijskog menadžmenta Europske unije (ETIS – *European Tourism Indicators System for sustainable destination management*) odnosno integriranja postojećih istraživanja u takav sustav (primjerice istraživanja vezana uz ocjenu turističke ponude Kvarnera i sl.).

Mjera podrazumijeva i razvoj ažurnog i dinamičnog (informatičkog) sustava diseminacije informacija/podataka razvojnim dionicima.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Znanstvene i obrazovne institucije, gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, gospodarske komore, javne institucije, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostavljanje sustava prikupljanja i praćenja kvalitativnih i kvantitativnih pokazatelja aktivnosti karakterističnih turističkih djelatnosti
- Uspostavljanje sustava prikupljanja i praćenja kvalitativnih i kvantitativnih obilježja turističke potražnje
- Razvoj i izrada pilot verzije regionalnog satelitskog računa turizma Kvarnera
- Razvoj metodološkog okvira modela pokazatelja konkurentnosti i održivog upravljanja turizmom Kvarnera: obuhvat, pokazatelji, izvori, vremenski horizont te izrada i testiranje pilot-verzije modela
- Izrada i testiranje pilot-verzije dinamičkog informacijskog sustava diseminacije
- Proces osposobljavanja djelatnika za vođenje i korištenje baze
- Proces osposobljavanja potencijalnih korisnika (razvojnih dionika) za korištenje baze

Mjera VII.3: Sustav monitoringa i mjerenja učinaka strategije

Cilj mjere: Efikasna implementacija Strategije razvoja turizma Primorsko-goranske županije

Opis: Efikasno upravljanje procesom razvoja turizma Županije podrazumijeva konsenzus lokalnih samouprava i svih bitnih razvojnih dionika o ključnim odrednicama turističkog razvoja. Uz to, potrebno je i stvaranje poticajne investicijske klime, ali i transparentnost u donošenju svih vitalnih razvojno-investicijskih odluka. U tom smislu, posebnu pozornost valja posvetiti uspostavi formalizirane organizacijske strukture – tijela, zaduženog za praćenje provedbe strategija/mjera Strategije. Uz obvezno pokroviteljstvo Župana, ova mjera pretpostavlja:

- Uspostavu županijskog stručnog povjerenstva zaduženog za pokretanje planiranih mjera razvoja turizma. S obzirom na ustrojstvo Županije, za očekivati je da će ovu funkciju preuzeti Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj, u suradnji s Upravnim odjelom za regionalni razvoj, infrastrukturu i upravljanje projektima. Moguće je i eventualno angažiranje vanjskih institucija/stručnjaka.
- Uspostavu županijskog nadzornog tijela zaduženog za monitoring realizacije pokrenutih mjera u cilju realizacije zacrtane vizije/ciljeva turističkog razvoja, poduzimanje korektivnih aktivnosti, odnosno otklanjanje provedbenih ograničenja i/ili korigiranje planiranih prioriteta. Tijelom predsjedava Župan, a u njemu sudjeluju zamjenici Župana, predstavnici svake od (sub)regija (ukupno 8), a po potrebi i neovisni stručnjaci.

Uspješno praćenje implementacija zaključaka Strategije podrazumijeva uspostavu sustava kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja, pri čemu bi trebalo uključiti minimalno sljedeće pokazatelje:

- Kretanje smještajnih kapaciteta (broj, struktura, regionalna pripadnost)
- Kretanje broja dolazaka/noćenja prema vrstama objekata i gradovima/općinama Županije

- Prosječno korištenje smještajnih kapaciteta (po vrsti) i po gradovima/općinama Županije
- Prosječan broj dana boravka u destinacijama Županije
- Kretanje sezonalnosti
- Broj pokrenutih/realiziranih razvojno-investicijskih projekata
- Broj aplikacija na EU turističke projekte i % uspješnosti povlačenja sredstava
- Promjene imidža Županije i njenih destinacija
- Zadovoljstvo turističkim boravkom (ocjena kvalitete ponude)
- Prosječnu potrošnju po danu boravka i prema vrstama usluga
- Financijske rezultate (uključujući i broj) gospodarskih subjekata u turističkim djelatnostima (prema vrsti)
- Zaposlenost u gospodarskim subjektima u turističkim djelatnostima (prema vrsti)
- Uspostavljen sustav turističkih pokazatelja održivog menadžmenta destinacijama (usklađen s sustavom Europske unije ETIS)
- Planirana i plasirana sredstva u različitim sustavima financijskog poticanja poduzetničke aktivnosti
- Javne i privatne investicije u planirane projekte (prema vrsti i aktivnosti)
- Broj osoba u edukativnim programima (prema vrsti)
- Implementaciju sustava kvalitete
- Broj posjetitelja web stranica sustava turističkih zajednica.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s TZ Kvarnera

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostava županijskog stručnog povjerenstva za pokretanje mjera
- Uspostava županijskog nadzornog mehanizma za provođenje mjera zacrtanih Strategijom
- Uspostava sustava pokazatelja realizacije Strategije
- Provođenje korektivnih aktivnosti (po potrebi)

Mjera VII.4: Institucionalna zakonska ograničenja

Cilj mjere: Stvaranje preduvjeta za povećanje učinkovitosti turističkog gospodarstva

Opis: Turističko privređivanje na području Primorsko-goranske županije, kao i u svim ostalim dijelovima RH, znatno je otežano nizom institucionalnih ograničenja koje se već dugi niz godine bezuspješno pokušavaju otkloniti. Riječ je, između ostaloga, o: (1) neriješenom pitanju turističkog zemljišta, (2) neutvrđenoj granici pomorskog dobra te povezanoj nemogućnosti ulaganja u turističke objekte kao što su marine, kampovi i sl., (3) nejasnoće u provedbi koncesijske politike, posebice na plažama, (4) nepoticajnosti investicijske politike, (5) birokratiziranosti sustava odlučivanja, (6) velikom broju turistički atraktivnih vojnih i/ili napuštenih gospodarskih lokaliteta, (7) značajnom broju loše privatiziranih odnosno još uvijek neprivatiziranih poduzeća i sl.

S obzirom na činjenicu da su svi navedeni problemi dobro poznati i sagledani (npr. Strategija razvoja turizma RH do 2020.), a da se usprkos tome ne rješavaju na sustavan način, potrebno je hitno, u suradnji s drugim primorskim županijama, krenuti u proces sustavnog lobiranja predstavnika izvršene i/ili predstavničke vlasti kako bi se postojeća razvojna ograničenja u legislativnoj sferi uspješno otklonila u najkraćem mogućem vremenu.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Primorske županije RH

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Stvaranje programske osnove za lobiranje s prijedlogom željenih rješenja
 - Usuglašavanje prijedloga s drugim zainteresiranim županijama
 - Provedba programa
-

Mjera VII.5: Ocjena razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija

Cilj mjere: Stvaranje preduvjeta za podizanje investicijske aktivnosti

Opis: Iako je sustav prostornog planiranja u Hrvatskoj izuzetno razvijen i ima dugu tradiciju, moguće je ustvrditi da su kriteriji utvrđivanja zona podesnih za turistički razvoj izvan građevinskog područja još uvijek prilično nedefinirani i nejasni, a što otvara mogućnost suboptimalnog korištenja prostora kao najvrjednijeg razvojnog resursa. U tom smislu, potrebno je na razini Županije uspostaviti jasan sustav kriterija za planiranje turističkih (razvojnih) zona izvan naselja te pristupiti inventarizaciji cjelokupnog raspoloživog razvojnog prostora kako bi se stvorili preduvjeti njegovo racionalno, društveno odgovorno i transparentno upravljanje. Na taj će se način moći uspostaviti i jasni razvojni prioritete te odrediti turističke razvojne zone s realnim potencijalom za privlačenje kapitalnih ulaganja u turističku aktivnost. Posebice s obzirom da se prema Zakonu o prostornom uređenju (NN 153/13) planirane turističke zone izvan naselja ukidaju ukoliko u roku od pet godina nije donesen urbanistički plan uređenja ili do zone nije dovedena osnovna infrastruktura.

U tom smislu, u planiranju/rezerviranju turističkog razvojnog prostora potrebno je voditi računa ne samo o atraktivnosti lokacije, već i o njezinoj dostupnosti, infrastrukturnoj opremljenosti, vlasničkoj strukturi, prihvatnom kapacitetu i slično. Posebno valja voditi računa o potrebi prioritetne gradnje u već djelomično izgrađenim razvojnim zonama kao i na razvojno potentnim područjima koja su devastirana prethodnom uporabom (vojna i/ili gospodarska namjena).

Budući da se značajan dio nove izgradnje turističkih kapaciteta realizira i u sklopu građevinskog područja naselja, potrebno je sagledati turistički prihvatni kapacitet pojedinih turističkih destinacija kao maksimalni broj turističkih korisnika koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja fizičkog, ekonomskog i socio-kulturnog okruženja kao i bez neželjenog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetitelja. To pretpostavlja da se, polazeći od strateškog usmjerenja i pozicioniranja pojedinih destinacija, sagledaju grupe indikatora (fizičko-ekološko-infrastrukturni indikatori, socio-demografski indikatori, političko-ekonomski indikatori) kojima se određuje turistički prihvatni kapacitet.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije, zainteresirani poduzetnici, predstavnici civilnog društva

Vremenski obuhvat: 2017.-2018.

Aktivnosti:

- Definiranje kriterija za valorizaciju turističke atraktivnosti uspostavljenih i/ili novih turističkih zona
 - Valorizacija razvojnog potencijala postojećih i/ili novih turističkih zona
-

- Procjena turističkog prihvatnog kapaciteta za pojedine turističke destinacije Kvarnera
- Izmjene i dopune prostornih planova (županije, gradovi, općine) sukladno ocjeni razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija
- Izrada liste prioriteta turističkih razvojnih zona za predstavljanje potencijalnim investitorima

Mjera VII.6.: Stvaranje poduzetničkih klastera

Cilj mjere: Horizontalno i vertikalno povezivanje poduzetnika

Opis: Suvremeno turističko tržište pretpostavlja stvaranje kompleksnih turističkih proizvoda koji podrazumijevaju povezivanje odnosno suradnju većeg broja ponuditelja različitih usluga. Jedno od sredstava poticanja takve suradnje su i regionalni i/ili proizvodni (tematski) klasteri. Klasteri kao pravne osobe ili neformalne mreže povezanih gospodarskih subjekata (poduzeća, dobavljači, javne i obrazovne institucije) imaju za svrhu vertikalnu/horizontalnu integraciju, razmjenu iskustava, lobiranje, unapređivanje kvalitete proizvoda i/ili usluge kroz standardizaciju, lakši tržišni nastup, povećanje tržišne prepoznatljivosti i sl.

U cilju dinamiziranja poduzetničke aktivnosti i naglašavanja kulture izvrsnosti, na području Primorsko-goranske županije potrebno je, koristeći pozitivna iskustva povezana s 'Klasterom zdravstvenog turizma Kvarnera', poticati stvaranje poduzetničkih klastera osobito na proizvodno-tematskoj osnovi (klaster proizvođača vina, klaster maslinara, klaster ribara, klaster obiteljskih iznajmljivača, klaster kampova i sl.).

Formirani poduzetnički klasteri na prostoru županije trebali bi se udruživati sa sličnim organizacijama (klasterska udruženja) u Hrvatskoj i/ili na području relevantnog konkurentskog kruga mediteranskih regija.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Razvojne agencije, sustav turističkih zajednica, zainteresirani poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Upoznavanje različitih profila turističkih poduzetnika s prednostima klasterskog udruživanja
- Sagledavanje interesa među različitim profilima turističkih ponuđača
- Definiranje pravnog i poslovnog modela udruživanja, uključujući i scenarije tržišnog nastupa
- Procjena financijskih potreba i očekivanih učinaka
- Osiguranje financijskih potpora i realizacija

Mjera VII.7: Programi podizanja razine svijesti

Cilj mjere: Osiguranje uključenosti i posvećenosti svih dionika turističkog razvoja i lokalnih žitelja implementaciji zaključaka Strategije

Opis: Optimiziranje razvojnog procesa pretpostavlja i dobivanje podrške lokalnog stanovništva kao i usklađivanje, često i suprotstavljenih, interesa ključnih stavova dionika/stanovnika o temama vezanim uz turistički razvoj. To se postiže provedbom različitih vrsta programa podizanja razine svijesti kako bi se lokalni dionici informirali i/ili educirali ne samo o željenom smjeru razvoja turizma, već i o otvorenim pitanjima,

načinima njihovog mogućeg rješavanja te prioritetnim aktivnostima. U okviru aktivnosti internog marketinga, posebna se pozornost pridaje programima popularizacije i/ili razumijevanja ključnih obilježja turističke aktivnosti, faktora uspjeha i trendova koje valja poštivati u djelovanju razvojnih dionika u javnom i privatnom sektoru. U tom smislu, mjera se odnosi na planiranje različitih aktivnosti orijentiranih prema lokalnoj zajednici kao što su, primjerice:

- Upoznavanje dionika s aktivnostima koje se poduzimaju u cilju unapređenja turističkog proizvoda i/ili konkurentnosti u pojedinim destinacijama, (sub)regijama i/ili Županiji
- Uspostavu redovnih 'predavanja o turizmu' na kojima se, uz unaprijed pripremljene uvodne materijale, razgovara o odabranim temama (npr. analiza sezone, priprema nove sezone, kvaliteta, konkurenti, 'zelena praksa', arhitektura i uređenje, itd.)
- Uspostavu redovitih 'tematskih tribina' s istaknutim predstavnicima kako privatnog sektora, tako i s komunalnim poduzećima i turističkom zajednicom
- Poučavanje kako usmenim preporukama promovirati Županiju i pojedine njene destinacije, njihove turističke proizvode i/ili pojedina turistička mjesta

Mjera podrazumijeva i razvoj specifično ciljanih promotivnih poruka za svaku od navedenih skupina aktivnosti te plan godišnjih aktivnosti (npr. radionica, skupova, edukacija, itd.). Plan aktivnosti internog marketinga razrađuje se na godišnjoj osnovi kako na razini Županije, tako i na razini svake od destinacija/(sub)regija.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Planiranje tema, izbor predavača i osiguranje financija
- Izrada materijala internog marketinga
- Razrada i operacionalizacija aktivnosti kroz radionice, okupljanja, predavanja i sl.

3.8. Razvoj ljudskih potencijala

Cilj: Jačanje ljudskih potencijala javnog i privatnog sektora uključenog u turizam

Polazište: Iako obrazovan i stručan kadar te ljubaznost i gostoprimstvo kao i kvaliteta ponude predstavljaju snage turizma Kvarnera, analiza na razini pojedinih turističkih regija i/ili turističkih aktivnosti/proizvoda (Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. -- 2020. godine, Situacijska analiza) ukazuje, unatoč tradiciji i kvaliteti obrazovanja za turizma i ugostiteljstvo na području Kvarnera, na značajne slabosti vezane uz nedovoljnu stručnost odnosno nedostatak kvalitetnih kadrova. Analiza stavova specifičnih skupina dionika županijskog turizma ukazala je na brojne razvojne snage i ograničenja turizma povezana s ljudskim potencijalima. Iz perspektive hotelske industrije ukazano je tako na nedovoljno ulaganje u razvoj i kvalitetu kadrova (specijalizacija, cjeloživotno učenje, motiviranost, sigurnost radnog mjesta, lojalnost i sl.). Kao slabost u segmentu obiteljskog smještaja prepoznat je visok udio osoba starije životne dobi uključenih u pružanje usluga obiteljskog smještaja zbog njihove nedovoljne motiviranosti na ulaganja u razvoj i kvalitetu u uvjetima nezainteresiranosti mlađih generacija. U segmentu sustava turističkih zajednica utvrđeno je da brojne 'male' TZ nemaju dovoljno kadrova za

realizaciju ciljeva iz strateških dokumenata. Jednako tako, evidentna je i nedovoljno iskorištena i/ili osposobljena kadrovska osnovica za oblikovanje i uspješno tržišno pozicioniranje pojedinih turističkih proizvoda te povezivanje/stvaranje jedinstvenog doživljaja destinacije (primjer zdravstvenog turizma, kulturni turizam), a ističe se i problem neusklađenosti politike zapošljavanja i stvarnih potreba u praksi.

Pri tome se ne smiju zanemariti niti prijetnje iz okruženja povezane s demografskim trendovima, posebice s obzirom na pad broja stanovnika u brojnim jedinicama lokalne samouprave kao i odljev mladih visokoobrazovanih ljudi. Naime, analiza je pokazala da se Županija susreće sa smanjenjem broja stanovnika i njihovim starenjem odnosno smanjenjem mladog i aktivnog stanovništva. U cilju rješavanja te problematike Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. uspostavlja širok okvir mjera usmjerenih na promicanje pronatalitetne politike i povećanje standarda obitelji. Razvoj ljudskih potencijala i povećanje kvalitete života jedan je od tri strateška cilja Razvojne strategije, uz prioritete koji obuhvaćaju stvaranje uvjeta za razvoj tržišta rada i mobilnost radne snage, unapređenje obrazovnog sustava i njegove usklađenosti s potrebama u gospodarstvu, unapređenje zdravlja i socijalnog blagostanja, unapređenje socijalne sigurnosti i jačanje socijalne uključenosti te unapređenje kvalitete dostupnosti kulturnih i sportskih sadržaja. Županijska razvojna strategija jednako tako kao aktivnosti usmjerene na razvoj konkurentnog i održivog gospodarstva izdvaja i razvoj te provedbu programa obrazovanja i stručnih usavršavanja poduzetnika, kao i njihovih zaposlenika, podizanje svijesti poduzetnika o prednostima udruživanja, provođenje istraživanja i razvoja u poslovnom sektoru, ulaganje u znanstveno-istraživačku i inovacijsku infrastrukturu na razini Županije, osiguranje uvjeta za cjeloživotno učenje za sve dionike kreativnih industrija u Županiji te provođenje aktivnih mjera podizanja svijesti o važnosti zdravstvene industrije, uključujući i zdravstveni turizam. Pri tome se posebno za segment turizma, kao ključne aktivnosti u sferi razvoja ljudskih potencijala, izdvajaju: poticanje upisa učenika u škole za deficitarna zanimanja u ugostiteljstvu i turizmu (stipendije), osiguranje cjeloživotnog učenja za djelatnike u turizmu, provođenje izobrazbe za poduzetnike za razvoj i unapređenje turističke ponude te uspostave sustava licenciranih mentora u obrazovnim ustanovama i tvrtkama koje primaju učenike i studente na praksu.

Polazeći od specifičnosti turizma odnosno konstatacije da je primjerenost kvalitete ljudskih potencijala, odnosno posjedovanje suvremenih znanja i praktičnih vještina ključan preduvjet pružanja kvalitetne turističke usluge i unapređenja konkurentnosti hrvatskog turizma, Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine (NN 55/13) u segmentu razvoja ljudskih potencijala izdvaja uspostavljanje jakih regionalnih centara obrazovanja za turizam, usklađivanje kurikuluma s potrebama gospodarstva, uspostavljanje trening centara i tehničko opremanje strukovnih škola, uspostavljanje specijaliziranih visokih poslovnih škola kao i uspostavljanje sustava cjeloživotnog učenja, te povezivanje sa svjetskim obrazovnim centrima izvrsnosti.

Opis: Unapređenje konkurentne pozicije Kvarnera na turističkom tržištu odnosno ostvarenje vizije i ciljeva Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. postavlja značajan izazov pred proces jačanja ljudskih potencijala javnog i privatnog sektora uključenog u turizam. Potrebno je dodatno, naime, podići razinu znanja i vještina menadžment kadra i drugih zaposlenih kako privatnog sektora uključenog u široki spektar gospodarskih aktivnosti okrenutih prema turističkoj potražnji tako i javnog sektora vezanog za pružanje usluga turistima, ali i za osiguranje uvjeta za razvoj konkurentnog i održivog poduzetničkog okruženja utemeljenog na znanju i inovacijama, rast investicija te primjenu 'zelenih praksi' i održivo upravljanje okolišem, prostorom te prirodnom i kulturno-povijesnom baštinom.

Prioritetna razvojna strategija stoga uključuje aktivnosti uspostavljanja sustava cjeloživotnog učenja dinamično prilagođenog stalno mijenjajućim potrebama kako

turističkog gospodarstva, posebice iz perspektive ciljanog portfelja turističkih proizvoda, tako i javnih nositelja regionalne turističke politike odnosno funkcije destinacijskog upravljanja i menadžmenta, usklađivanje kurikuluma i tehničko-tehnološko opremanje strukovnih i visokih obrazovnih institucija prema specifičnim potrebama turističkog gospodarska Županije, uključujući i sagledavanje mogućnosti uspostavljanja jakog regionalnog centra obrazovanja/izvrsnosti usmjerenog na specifične potrebe razvoja turističkih doživljaja Županije (npr. široki spektar usluga zdravstvenog turizma). U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se mjere:

- Uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja za potrebe turizma
- Programi stipendiranja i kreditiranja učenika i studenata za potrebe turizma
- Edukacija obiteljskih iznajmljivača
- Uspostavljanje centra izvrsnosti

Mjere: *Mjera VIII.1: Uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja za potrebe turizma*

Cilj mjere: Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u turizmu

Opis: Cjeloživotno - kontinuirano - obrazovanje izuzetno je važan faktor uspjeha gospodarskih subjekata i destinacija na suvremenom turističkom tržištu koje su u, uvjetima izuzetno razvijene konkurencije, prisiljene stalno podizati razinu kvalitete usluga i efikasnosti poslovanja, ali i inovirati i prilagođavati ponudu promjenama potreba i očekivanja posjetitelja. Konkurentnost ljudskog kapitala i u privatnom i javnom sektoru zahtijeva dodatnu pozornost zbog činjenice da brojni dionici stvaranja kvalitetnog sustava doživljaja imaju deficitarna znanja i vještine iz suvremenih poslovnih, organizacijskih i marketinških funkcija, posebice s obzirom na specifičnosti i visok udio obiteljskog smještaja u ukupnim turističkim tokovima kao i potrebu daljnjeg razvoja/turistikacije destinacijskih usluga. Na to upućuje i činjenica da je Hrvatska, iako na 33. mjestu po sveukupnoj konkurentnosti turizma među 141 zemljom svijeta u 2015. godini, po stupnju osposobljenosti osoblja na 128. mjestu na svijetu, a po jednostavnosti pronalaženja kvalificiranih radnika na 85. mjestu na svijetu (http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Croatia.pdf).

Stoga se uspostavlja sustav cjeloživotnog obrazovanja postojećih i potencijalnih poduzetnika i njihovih zaposlenika (uključujući i pružatelje usluga obiteljskog smještaja te poljoprivrednike) kao i djelatnika javnog sektora izravno ili neizravno vezanih uz turizam zasnovan na provedbi suvremenih programa podizanja stručnih znanja i vještina na načelima fleksibilnosti, modularnosti te usmjerenosti na ishode. Pri tome sustav treba, osim programa u svrhu službenog certificiranja, programa prekvalifikacije i programa namijenjenih nezaposlenim osobama kao i različitim stručnim tečajevima, obuhvatiti i:

- Kreativne i inovativne programe stručnog osposobljavanja (uključujući i stručna putovanja) za zaposlenike na operativnim razinama odnosno pružatelje usluga obiteljskog smještaja te poljoprivrednike prilagođene prirodi i željenom tržišnom pozicioniranju objekata u kojima rade (primjerice od kulinarskih tehnika i prezentacije regionalne gastronomije ili vođenja obiteljskih smještajnih objekata različitih kategorija i pozicioniranja do prilagodbe ponude i prihvata posjetitelja ili unapređenja znanja i vještina potrebnih za pružanje suvremenih turističkih proizvoda kao što je zdravstveni ili MICE turizam)
- Programe osposobljavanja za male i srednje poduzetnike (uključujući i stručna putovanja) u svim djelatnostima izravno povezanih uz turizam i očekivanja suvremenih turista

- Programe osposobljavanja i usavršavanja (licenciranja) mentora u obrazovnim ustanovama i tvrtkama koje primaju učenike i studente na praksu (uključujući i stručna putovanja)
- Programe kontinuiranog podizanja znanja i vještina nastavnika uključenih u srednje i visoko obrazovanje za poslove u turizmu (uključujući i stručna putovanja).

U okviru mjere posebnu pozornost valja posvetiti podupiranju inicijativa većih poslodavaca u turizmu da osiguraju interno obrazovanje zaposlenih, odnosno njihovo otvaranje prema okruženju.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Obrazovne institucije, gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, gospodarske komore, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Uspostavljanje nadležnosti i/ili organizacije odgovorne za realizaciju mjere (npr. regionalni centar kompetentnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva)
- Definiranje ključnih područja cjeloživotnog učenja i razvoj kurikula
- Razvoj modela realizacije programa cjeloživotnog učenja (javne i/ili privatne institucije)
- Osiguranje sredstava za provedbu i promociju programa (poticaji organizatorima i korisnicima) iz javnih i/ili privatnih izvora, uključujući i kandidaturu na natječaje vezane uz Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020.
- Realizacija
- Praćenje realizacije planiranih aktivnosti te učinaka edukacije

Mjera VIII.2: Programi stipendiranja i kreditiranja učenika i studenata za potrebe turizma

Cilj mjere: Promocija i podizanje atraktivnosti strukovnih zanimanja, podizanje razine i vještina zaposlenih u djelatnostima karakterističnim za turizam te transfer međunarodno relevantnih znanja i vještina za potrebe turizma Kvarnera

Opis: Primorsko-goranska županija posljednjih godina bilježi slab interes za upis strukovna/obrtnička zanimanja te je Županija u suradnji s poslodavcima pokrenula inicijativu za pružanjem pomoći i podrške u usmjeravanju srednjoškolaca prema zanimanjima koja su potrebna za daljnji razvoj obrtništva i srednjeg poduzetništva. Osim ove inicijative, učenicima su na raspolaganju i stipendije za učenike koji se školuju za deficitarna obrtnička zanimanja (uključujući i zanimanja izravno povezana s ugostiteljskom djelatnošću kao što su kuhar, konobar, pekar, mesa, stolar) koje dodjeljuje Ministarstvo poduzetništva i obrta. Županija, dodatno, provodi i aktivnost dodjele stipendija studentima deficitarnih zanimanja, od kojih niti jedno zanimanje nije izravno povezano s ugostiteljstvom.

Uz provedbu aktivnosti usmjerenih na promociju strukovnih aktivnosti, mjera stipendiranja učenika i studenata za potrebe turizma obuhvaća:

- Proširenje županijskog programa stipendiranja učenika za upis u strukovna/obrtnička zanimanja u turizmu, uključujući povećanje fonda za dodjelu stipendija i definiranje obveza korisnika, uključivanje šire baze zainteresiranih poduzetnika i javnih ustanova u financiranje programa, proširenje popisa zanimanja na širi spektar djelatnosti karakterističnih za turizam poput zanimanja važnih za realizaciju ciljanog proizvodnog portfelja

na destinacijskoj i poduzetničkoj razini (npr. zdravstveni, aktivni, kongresni, kulturni turizam i sl.)

- Proširenje županijskog programa stipendiranja/kreditiranja studenata deficitarnih zanimanja odnosno povećanja fonda za dodjelu stipendija/kredita i definiranje obveza korisnika, uključivanje zainteresiranih poduzetnika i javnih ustanova u program kao i uključivanje visokoškolskih deficitarnih zanimanja važnih za povećanje stupnja proizvodne diversifikacije turizma Županije na popis zanimanja za koje se daju stipendije/krediti (npr. zanimanja povezana uz zdravstveni, aktivni, kongresni, kulturni turizam i sl.)
- Uspostavljanje programa stipendiranja/ kreditiranja najboljih učenika/ studenata s područja Kvarnera za studiranje (primjerice jednogodišnji profesionalni ili diplomski/master programi) na ponajboljim, međunarodno relevantnim, visokoškolskim ustanovama u svijetu (primjerice Cornell School of Hotel Administration, Culinary Institute of America i sl.) i Europi (primjerice Ecole hôtelière de Lausanne i sl.) specijaliziranim za hotelijerstvo, zdravstveni i kulturni turizam, eno-gastronomiju i sl.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, gospodarske komore, privatni poduzetnici, javne institucije u kulturi i zdravstvu, obrazovne institucije

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje strukovnih zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija (uključujući i obvezne stipendista)
- Definiranje zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija i kredita studentima (uključujući i obvezne studenata)
- Definiranje zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija i kredita za studiranje na međunarodnim specijalističkim programima (uključujući i obvezne studenata)
- Osiguranje sredstava za realizaciju programa te jačanje kadrovske i organizacijske podrške, uključujući i interesno povezivanje s korisnicima (programi sufinanciranja od strane privatnog sektora te zainteresiranih javnih institucija)
- Provedba natječaja i praćenje realizacije/ispunjavanja uvjeta

Mjera VIII.3: Edukacija obiteljskih iznajmljivača

Cilj mjere: Unapređenje poduzetničkih vještina i kvalitete usluga

Opis: Privatan odnosno obiteljski smještaj fizički je najvažniji segment smještajne ponude Županije. Sukladno podacima Državnog zavoda za statistiku Županija je u 2015. godini u obiteljskom smještaju raspolagala s ukupno 28,6 tisuća smještajnih jedinica (83 % ukupnog broja apartmana u Županiji te 36 % soba) te 85,3 tisuće postelja (47 % ukupnih županijskih postelja). Usluge smještaja u kućanstvima u 2015. godini pružalo je 12,1 tisuću kućanstava. Sukladno rezultatima istraživanja provedenih u okviru projekta 'Izmjene i dopune projekta Kvarner family' iz 2013. godine (Fakultet za management u turizmu najviše je iznajmljivača 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, primjerice, prihod od obiteljskog smještaja za 40-ak posto predstavlja dodatak plaći iz redovnog radnog odnosa, a za 30 % dodatak mirovini. Tek za 21 % iznajmljivača prihodi po osnovi najma predstavljaju osnovni

izvor prihoda domaćinstva. Gradeći na tržišnoj prepoznatljivosti županijskog brenda obiteljskog smještaja Kvarner Family usmjerenog na povećavanje konkurentnosti i razine kvalitete ponude obiteljskog smještaja te njegovu djelotvorniju promociju/komercijalizaciju, mjerom se unapređuje sustav edukacije i stručnog usavršavanja pružatelja usluga obiteljskog smještaja na području Županije. U tom smislu, a polazeći od operativnih strategija upravljanja procesima i investicijske politike (npr. mjere stvaranja poduzetničkih klastera, podizanja razine svijesti, podrške investitorima i poduzetnicima u turizmu), mjera obuhvaća aktivnosti podizanje vještina pružatelja usluga privatnog/obiteljskog smještaja Županije. Pri tome se važan segment mjere odnosi na obvezan proces licenciranja/edukacije iznajmljivača uklopljenih u županijski sustav marke kvalitete. Realizacija mjere usmjerena je na sustavnu tematsku edukaciju iznajmljivača, ali i osposobljavanje trenera za edukaciju iznajmljivača te realizaciju programa podizanja svijesti. Područja od posebne važnosti uključuju sferu operativnog poslovanja (npr. primjeri EU najbolje prakse na području tržišnog pozicioniranja, brendiranje, prodaja, energetska učinkovitost, financijsko poslovanje, usluživanja gostiju – hrana i piće, recepcija, domaćinstvo, održavanje i sl.), ali i sferu pripreme projekata (tržišna i financijska održivost projekta, razvoj projekta, EU fondovi/programi, izvori financiranja, klstersko udruživanje i sl.)

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s TZ Kvarnera

Ostali dionici: gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, privatni iznajmljivači, klasteri

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Razrada sustava kontinuirane edukacije obiteljskih iznajmljivača
- Osiguranje financijskih sredstava i organizacijsko/kadrovske podrške realizaciji programa
- Izbor/edukacija trenera
- Diseminacija informacija i programi podizanja svijesti
- Realizacija programa edukacije po temama i subregijama
- Praćenje realizacije planiranih aktivnosti i učinaka edukacije

Mjera VIII.4: Uspostavljanje centra izvrsnosti

Cilj mjere: Podizanje kvalitete i prilagođavanje sustava obrazovanja potrebama tržišta rada

Opis: Centri strukovnih kompetencija partnerske su organizacije usmjerene na podizanje kvalitete strukovnog obrazovanja sa ciljem jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala. Program jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu (Ministarstvo turizma/Institut za turizam, 2015.) ove centre prepoznaje kao mjesta izvrsnosti strukovnog obrazovanja za turizam i ugostiteljstvo usmjerene prema premošćivanju jaza između svijeta rada i svijeta obrazovanja, te preporučuje osnivanje tri do četiri centra na obalnom dijelu Hrvatske, uključujući područje sjevernog Jadrana.

Polazeći od potreba tržišta rada, centre strukovnih kompetencija obilježavaju suvremeni kurikulumi i inovativni modeli učenja, izvrsnost nastavnika, predavača i mentora te visokokvalitetna infrastruktura te konstruktivna i kreativna partnerstva s poslodavcima i javnim sektorom. Djelovanje centara uključuje pet programskih područja: (1) strukovno obrazovanje usklađeno s potrebama tržišta rada; (2) praktične vještine; (3) izvrsni nastavnici; (4) kontinuirano učenje, i (5) poticanje kreativnosti, inovacija i poduzetništva.

Polazeći od postavljenog institucionalnog okvira, mjerom se sagledavaju mogućnosti i preduvjeti za uspostavljanje centra izvrsnosti strukovnog obrazovanja usklađenog s dugoročnim tržišnim pozicioniranjem Kvarnera na turističkom tržištu osiguravajući tržišno održiv razvoj i upravljanje sustavom turističkih proizvoda (primjerice zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam i sl.), ali i pružanje suvremenih turističkih usluga. Budući da centri kompetencija moraju raspolagati s kvalitetnom infrastrukturom (praktikumima što sličniji radnom mjestu, a preporučuje se i da centri organiziraju škole-hotele i sl.), sagledava se mogućnost interesnog povezivanja s visokoškolskim obrazovnim institucijama Kvarnera odnosno integriranja i opremanja postojećih strukovnih škola na području Kvarnera.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, visokoškolske institucije

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje koncepta (uključujući i obrazovne programe i programe međunarodne suradnje) i poslovnog modela centra te procjena njegove ekonomske društvene opravdanosti/održivosti
- Odluka o pokretanju centra
- Definiranje kadrovskih, finansijskih i organizacijskih pretpostavki
- Osiguranje izvora financiranja
- Program povezivanja s visokoškolskim obrazovnim institucijama Kvarnera i njihov usklađen/povezan razvoj
- Realizacija (projekti, dozvole, natječaji, izgradnja/uređenje, kadrovsko ekipiranje, marketing)

3.9. Upravljanje kvalitetom

Cilj: Podizanje razine kvalitete i diversificiranje turističke ponude Kvarnera

Polazište: Podizanje postojeće razine kvalitete i izvrsnosti u skladu sa Strategijom razvoja turizma RH do 2020. godine predstavlja jedan od preduvjeta za uspješno i dugoročno održivo pozicioniranje hrvatskog turizma na međunarodnom tržištu. Zadovoljstvo turista boravkom u destinaciji uvjetovano je kvalitetom ponude u destinaciji, ali i iskustvom prije i nakon dolaska u destinaciju. S obzirom da na kvalitetu destinacije utječe niz elemenata razvijen je integralni pristup upravljanju kvalitetom destinacije (IQM). Vodeći računa o svim dionicima IQM predstavlja pristup usmjeren na kontinuirani proces poboljšanja zadovoljstva turista uz istovremeno nastojanje da se ostvare pozitivni učinci na lokalno gospodarstvo, okoliš i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Pri tome je važno voditi računa o svim aspektima turističkog lanca vrijednosti.

U okvirima Strategije Upravljanje kvalitetom ukazat će se na temeljne pravce razvoja turističke destinacije s posebnim naglaskom na kontinuirano unapređivanje turističke ponude uvažavajući pri tome načela održivosti. Naglasak će se staviti na postojeći sustav standardizacije kvalitete usluge obiteljskog smještaja (Kvarner Family) kao okvira za unapređenje kvalitete u ovom segmentu ponude.

Održivost uz kvalitetu predstavlja jedan od važnih preduvjeta konkurentnosti destinacije te proaktivan pristup očuvanju prirodnih i društvenih resursa i prihvaćanje načela održivosti otvara mogućnosti boljeg tržišnog pozicioniranja. Kako je razvijen sustav standardizacije kvalitete usluge obiteljskog smještaja postoje preduvjeti i za

definiranje kriterija ekostandarda (zeleni standardi). Standardi kvalitete i okoliša usmjereni su upravo na ovaj segment smještajne ponude s obzirom da se u njemu ostvaruje i najveći broj noćenja (43 %) u PGŽ.

Obogaćivanje turističke ponude i dalje treba biti usmjereno na promociju i razvoj postojećih brendova zdravstvenog i kulturnog turizma uvažavajući trendove sve jače orijentacije zdravom načinu života te kulturnom turizmu kao sve značajnijem motivu putovanja. Potencijal za razvoj zdravstvenog turizma temelji se na dugoj tradiciji, prirodnim preduvjetima i razvijenom sustavu zdravstvenih ustanova (talasoterapije, lječilišta i dr.), kvalitetnoj ponudi hotelskog wellnesa te iskazanoj orijentaciji regije razvoju ovog oblika turizma, dok se potencijali za razvoj kulturnog turizma temelje na kulturno-povijesnoj baštini i urbanom naslijeđu.

Uz unapređenje postojećih potrebno je poduzimati i aktivnosti na razvoju novih proizvoda prilagođenih potrebama različitih ciljnih segmenata. Stoga će se kao jedan od mogućih načina dopune turističkih sadržaja dati smjernice za razvoj socijalnog turizma na Kvarneru.

Opis: Prioritetna strategija podrazumijeva unapređenje kvalitete turističke ponude kroz podizanje svijesti i edukaciju pružatelja usluga o važnosti kvalitete, razvoj i održavanje standarda kvalitete i okoliša, redovitih provjera primjene standarda (audita) kao osnove za osiguranje poboljšanja razine kvalitete usluga te razvoj novih proizvoda usmjerenih na turizam bez barijera.

- Marke kvalitete
- Zeleni standardi Kvarnera
- Inkluzivni turizam na Kvarneru

Mjere: *Mjera IX.1: Marke kvalitete*

Cilj mjere: podizanje svijesti i edukacija o važnosti kvalitete, razvoj i održavanje standarda kvalitete, poboljšanje razine kvalitete kroz redovite provjere

Opis: TZ Kvarnera kroz razvoj marketinških brendova ističe kvalitetu ponude u destinaciji kao i kvalitetu selektivnih programa koji mogu predstavljati dodatni motiv za dolazak gostiju u destinaciju. Sa ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete obiteljskog smještaja razvijena je oznaka kvalitete Kvarner family s podbrendovima Pet Friendly, Bike Friendly i Hike Friendly. Kroz dodatne standarde definirani su minimalni uvjeti kojima se određuje standard za određivanje tržišno prepoznatljivog ugostiteljskog objekta u domaćinstvu koji djeluje na prostoru PGŽ. U 2014. godini u projekt je bilo uključeno 227 iznajmljivača, dok je u 2015. godini taj broj porastao na 400. Porast broja iznajmljivača rezultat je niza aktivnosti TZ Kvarnera sa ciljem promicanja i jačanja imidža oznake kvalitete Kvarner Family. Proveden je i monitoring projekta koji je uključivao anketiranje privatnih iznajmljivača te omogućio usporedbu s rezultatima prethodnih godina. U okviru monitoringa projekta uočeno je da raste prilagodba domaćinstava za prihvata biciklista što ukazuje na porast outdoor aktivnosti na području Kvarnera.

Provode se i projekti brendiranja zdravstvenog turizma Kvarner Health and Wellbeing, te kulturnog turizma Kvarner Culture. S ciljem objedinjavanja Kvarnera putem biciklističkih i pješačkih staza razvijen je i projekt Kvarner Outdoor. Kako bi se naglasila prepoznatljivost brenda kvarnerske kuhinje razvijene su i oznake kvalitete Kvarner Gourmet i Kvarner Food.

Aktivnosti na razvoju marketing brendova usmjerene su na daljnje definiranje projekta i kriterija za dodjelu oznake kvalitete pojedinog brenda, ocjenjivanje potencijalnih nositelja oznake kvalitete pojedinog brenda, promotivne aktivnosti (web, tiskani materijali, PR članci, off i online oglašavanje, studijska putovanja, prezentacije, sajmovi), organizacija i suorganizacija posebnih manifestacija, programi

kreditiranja. Uključene su i aktivnosti edukacije, promocije proizvođača autohtonih proizvoda, osmišljavanje novih podbrendova kao što je Turizam bez barijera.

U okviru postojećih oznaka kvalitete definirani su kriteriji za dodjelu oznake Kvarner Family, Kvarner Gourmet i Kvarner Food te je potrebno definirati i kriterije za dodjelu oznake Kvarner Health and Wellbeing i Kvarner Culture uz već postojeće aktivnosti koje su poduzete sa ciljem promicanja brendova. Kontinuirana poboljšanja potrebno je osigurati kroz provjere (monitoring) standarda na godišnjoj osnovi.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici,

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje kriterija za dodjelu oznake kvalitete Kvarner Wellbeing i Kvarner Culture
- Uspostava sustava kvalitete Kvarner Wellbeing i Kvarner Culture
- Uspostava sustava kvalitete Kvarner Gourmet za specijalizirane trgovine domaćih – autohtonih - proizvoda
- Razrada sadržaja i operacionalizacija programa lojalnosti (Kvarner Card)
- PR kampanja
- Monitoring oznake kvalitete - Kvarner Family, Kvarner Gourmet, Kvarner Food, Kvarner Health and Wellbeing i Kvarner Culture
- Edukativni programi usmjereni na važnost kvalitete i zadovoljstvo gosta

Mjera IX.2: Zeleni standardi Kvarnera

Cilj mjere: definirati i promovirati standard okoliša – eko oznaka (Kvarner Eco ili Kvarner Green) za obiteljski smještaj

Opis: Suvremeni turist je visoko ekološki osviješten te očuvana i zaštićena priroda za njega predstavlja snažan motiv dolaska. U skladu s tim potiču se aktivnosti kao što su programi podizanja „eko svijesti“, poticanje i sufinanciranje različitih programa i instrumenata zaštite okoliša, poticanje akcija čišćenja (plaža, šetnica). U tu se svrhu mogu koristiti i eko-oznake kao što je EU Ecolabel koji predstavlja dobrovoljni instrument zaštite okoliša primjenom kojeg proizvođači i pružatelji usluga dokazuju da poštuju visoke standarde zaštite okoliša. Uz ovaj postoje i brojni drugi standardi i eko oznake za pružatelje usluga usmjereni na zaštitu okoliša kao što su Prijatelj okoliša, EOS CODE, Eden, Zeleni ključ, Blue Angel, Travelife.

Prema Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine jedan od globalnih kvalitativnih megatrendova je okoliš prema kojem su problematika okoliša i okolišna odgovornost među najaktualnijim izazovima budućnosti te će se sukladno tome turizam bitno intenzivnije priklanjati primjeni okolišno odgovornih, „zelenih“ koncepata na razini pojedinih pružatelja usluga i cijelih destinacija.

U skladu s time potrebno je definirati program čiji će cilj biti smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš. Rezultat tog programa bio bi definiranje kriterija ekološke oznake za obiteljski smještaj – Kvarner Eco ili Kvarner Green. Prilikom definiranja kriterija potrebno je voditi računa o lokalnim potrebama i mogućnostima te korisnicima osigurati kontinuiranu podršku u primjeni. Svrha programa Kvarner Eco ili Kvarner Green je smanjiti negativni utjecaj turizma na okoliš te diversificirati na tržištu one pružatelje usluga koje vode brigu o okolišu.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: TZ Kvarnera

Ostali dionici: Gradovi i općine, sustav turističkih zajednica, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Definiranje kriterija dodjele oznake Kvarner Eco ili Kvarner Green
 - Uspostava sustava zelenih standarda
 - PR kampanja
 - Monitoring oznake Kvarner Eco ili Kvarner Green
 - Edukativni programi usmjereni na važnost zaštite okoliša
-

Mjera IX.3: Inkluzivni turizam na Kvarneru

Cilj mjere: Razviti certifikate dostupnosti za pojedine skupine osoba s posebnim potrebama te komercijalizirati usluge za specifične tržišne niše (djeca do 17 godina, mladi 18-25, osobe starije životne dobi)

Opis: Inkluzivni turizam podrazumijeva svaku turističku aktivnost kojoj je cilj svim obespravljenim i marginaliziranim društvenim skupinama osigurati temeljno ljudsko pravo na odmor i razonodu. Karakterizira ga razvoj turizma bez barijera koji će olakšati putovanja i omogućiti bolje učešće ovim skupinama u društvenom životu. Ciljne skupine kojima je usmjeren inkluzivni turizam uključuju djecu do 17 godina starosti, mlade od 18 do 25 godina starosti, osobe starije životne dobi (55 godina i više) s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka, osobe s različitim vrstama dugotrajnih tjelesnih, mentalnih intelektualnih ili osjetilnih oštećenja. Mjere usmjerene na razvoj inkluzivnog turizma mogu uključivati aktivnosti usmjerene na razvijanje turističke ponude prilagođene turistima s posebnim potrebama (izgradnja novih ili adaptacija postojećih turističkih sadržaja) te aktivnosti koje su usmjerene na aktivno uključivanje ciljnih skupina ili kao korisnika ili kao pružatelja usluga.

Razvoj inkluzivnog turizma uključen je i u Strategiji razvoja turizam RH u okviru mjere turističke politike – Gospodarsko aktiviranje turistički interesantnih objekata/ lokaliteta kojima upravlja Agencija za upravljanje državnom imovinom (napuštena turistička postrojenja, imovina koja je proglašena neperspektivnom za Ministarstvo obrane RH, neaktivna industrijska postrojenja, kamenolomi i sl.) Kao objekti namijenjeni za smještaj osoba s niskom razinom diskrecijskog dijela dohotka mogu se koristiti hosteli i razna odmarališta.

Razvojem certifikata dostupnosti za pojedine skupine osoba s posebnim potrebama olakšalo bi se promoviranje i raspoznavanje objekata s prilagođenom infrastrukturom.

Navedene aktivnosti nužno mora pratiti i prilagođavanje svih javnih objekata i sadržaja destinacije.

Područje obuhvata: Primorsko-goranska županija

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Privatni poduzetnici, udruge, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, sustav turističkih zajednica

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Procjena razvojnog potencijala zapuštenih građevinskih objekata na području Županije u javnom vlasništvu pogodnih za razvoj različitih oblika inkluzivnog turizma
 - Definiranje prikladnog poslovno-upravljačkog modela
 - Izbor prioritetnih projekata/lokacija
-

- Edukativni programi za pružanje usluga osobama s posebnim potrebama i specifičnim tržišnim nišama
- Osiguranje izvora financiranja za revitalizacija prioritetnih projekata
- Izgradnja/uređenje objekata inkluzivnog turizma
- Razvoj i operacionalizacija projekta staza i šetnica bez barijera
- Definiranje kriterija za dodjelu certifikata opremljenosti/prilagođenosti objekata za pojedine skupine osoba s posebnim potrebama
- Monitoring kvalitete pruženih usluga

3.10. Investicijska politika

Cilj: Podizanje razine investicijske aktivnosti u turizmu Županije

Polazište: Ubrzavanje investicijske aktivnosti javnog i privatnog sektora pretpostavka je ostvarenja postavljene vizije i ciljeva razvoja turizma Županije, posebice s obzirom na nedovoljno iskorištene razvojne potencijale, kako to pokazuju zaključci provedene situacijske analize, i u segmentu ugostiteljstva tako i u segmentu ostalih turističkih djelatnosti kao što su primjerice sportsko-rekreacijski sadržaji, kulturni i zabavni sadržaji odnosno sadržaji koji podržavaju specifične turističke proizvode. U uvjetima nepovoljne, institucionalno uvjetovane, investicijske klime u Hrvatskoj, ali i nedostatka kvalitetnih informacija i menadžerskih vještina, posebice u segmentu malog poduzetništva, to nameće potrebu uspostavljanja kvalitetne javne stručne podrške pripremi razvojnih projekata u turizmu. U tom smislu, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. godine planira realizaciju brojnih aktivnosti stvaranja povoljne klime za investicije u rasponu od onih vezanih uz 'One-stop service' centar za investitore, održavanje investicijskih foruma i organiziranja kontaktnih točaka za ulagače do aktivnosti pružanja podrške projektima županijske važnosti, izrade te trajne dorade i ažuriranja Baze inovatora i inovacija, pružanja podrške razvoju centara kompetencija kao i umrežavanja institucija i tijela relevantnih u procesu pripreme i implementacije projekata, a predviđa se i razrada projekta kreditiranja poduzetništva u turizmu te poticanja i sufinanciranja projekata javne turističke infrastrukture.

S obzirom na prepoznate razvojne prilike i potrebe Županije, posebnu pozornost u pripremi javnih i privatnih investicija potrebno je posvetiti povećanju apsorpcijskog kapaciteta turističkog sektora za EU fondove/programe. Naime, poticanje konkurentnosti i razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma, ključni su prioriteti kako Razvojne strategije Primorsko-goranske županije 2016.-2020., Strategije razvoja turizma RH do 2020., ali i Europske komisije koja jačanju imidža Europe kao zbiru visokokvalitetnih destinacija namjenjuje više financijskih instrumenata. To potvrđuju značajni raspoloživi izvori Europske unije razvijeni za financiranje turističkog sektora u financijskoj perspektivi 2014.-2020. (Guide on EU funding for the tourism sector, European Commission, 2016.) kao i alocirana sredstva kroz decentralizirano financiranje (operativni programi 2014.-2020.) te programi teritorijalne suradnje. U tom smislu povećanje apsorpcijskog kapaciteta EU fondova/programa predstavlja nezaobilazan smjer djelovanja (SWOT analiza turizma Kvarnera upravo je EU fondove prepoznala kao ključnu razvojnu priliku), kako sa aspekta informiranosti i povezanosti razvojnih dionika tako i osiguranja stručne podrške, organizacijskog usklađivanja, formiranja baze relevantnih turističkih razvojnih projekata, ali i mogućnosti proračunskog sufinanciranja projekata koji ostvare sufinanciranje iz EU fondova/programa. U uvjetima nepovoljne, institucionalno uvjetovane, investicijske klime u Hrvatskoj, ali i nedostatka kvalitetnih informacija i menadžerskih vještina, posebice u segmentu malog poduzetništva, jednako se tako nameće i potreba uspostavljanja kvalitetne javne stručne podrške pripremi razvojnih projekata u turizmu. U tom smislu, Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. godine planira aktivnosti stvaranja povoljne klime za investicije u rasponu od onih vezanih uz 'One-stop service' centar za investitore, održavanje

investicijskih foruma i organiziranja kontaktnih točaka za ulagače do aktivnosti pružanja podrške projektima županijske važnosti, izrade te trajne dorade i ažuriranja Baze inovatora i inovacija, pružanja podrške razvoju centara kompetencija kao i umrežavanja institucija i tijela relevantnih u procesu pripreme i implementacije projekata. Predviđa se nadalje i razrada projekta kreditiranja poduzetništva u turizmu te poticanja i sufinanciranja projekata javne turističke infrastrukture.

Opis: Prioritetna strategija podrazumijeva osiguranje institucionalnih pretpostavki na županijskoj i lokalnoj razini za ubrzanje razine investicijske aktivnosti u turizmu Županije, a vezani su kako uz osiguranje financijske i ne-financijske (tehničke) podrške investitorima i poduzetnicima u turizmu tako i poboljšavanju korištenja raspoloživih EU fondova/programa za podizanje razine turističke aktivnosti u Županiji. U tom smislu u okviru strategije poduzimaju se sljedeće mjere:

- Podrška investitorima i poduzetnicima u turizmu
- Poboljšanje korištenja EU fondova/programa u turizmu
- Gospodarska promocija turizma

Mjere: *Mjera X.1: Podrška investitorima i poduzetnicima u turizmu*

Cilj mjere: Povećavanje obujma i učinkovitosti investicijske aktivnosti u turizmu Primorsko-goranske županije

Opis: Unapređenje poduzetničkih potpornih institucija jedan je od preduvjeta privlačenja investicija odnosno pokretanja perspektivnih poduzetničkih inicijativa (Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020., Prioritet 1.1. Razvoj poticajnog poduzetničkog okruženja i Prioritet 1.2. Rast investicija i izvora), pri čemu kao provedbeni mehanizmi uključuju i jačanje kapaciteta i vidljivosti poduzetničkih potpornih institucija te pružanje tehničke pomoći razvojnih institucija onima koji žele pokrenuti i unaprijediti svoje poslovanje, uključujući i osnivanje 'one-stop service' centra za investitore.

Slijedom takve orijentacije, a u uvjetima realno rastuće turističke potražnje koja stvara uvjete za razvoj uspješnog poduzetništva prilika, ali, s druge strane, i nepovoljne investicijske klime u Hrvatskoj te nedostatka kvalitetnih informacija kao i ograničenih menadžerskih vještina mikro i malog poduzetništva u turizmu, uspostavlja se kvalitetna, suvremeno ustrojena te informatički i komunikacijski razvijena, javna stručna podrška u obliku javnog – 'one stop shop' – poduzetničkog servisa specijalizirana za podršku razvojnim projektima u turizmu. Funkcija ovog servisa bila bi informacijska i savjetodavna, a uključivala bi pružanje relevantnih informacija za pripremu projekata vezanih uz pravnu problematiku i poreze, izvore financiranja, registraciju, tržišne trendove i najbolju praksu kao i pružanje pomoći (vodiči) za pripremu dokumentacije za pripremu i ocjenu tržišnog potencijala razvojnih projekata uključujući i projekte prenamjene imovine (seminari, radionice, ad hoc konzultacije). Postupno se usluge ovog 'one stop shop' investicijskog servisa šire i na pružanje savjetodavnih i koordinacijskih usluga (kao oblika sufinanciranja) u sferi pripreme projektne dokumentacije, pristupa izvorima financiranja, ocjeni opravdanosti, izradi poslovnih planova, ali i podrške poduzetnicima kroz umrežavanje institucija nadležnih za pripremu i realizaciju važnih destinacijskih/županijskih investicijskih/poduzetničkih projekata javnog i privatnog sektora.

Slijedom usmjerenja Razvojne strategije Primorsko-goranske županije 2016.-2020. o potrebi unapređenja potpora za razvoj novih i postojećih selektivnih oblika turizma odnosno uspostavljanja poticanja projekata javne turističke infrastrukture te kreditiranja poduzetništvu u turizmu, sustav tehničke – nefinancijske – pomoći javnom i privatnom sektoru u turizmu nadopunjuje se i povezuje sa sustavom poticanja, sufinanciranja i kreditiranja projekata kako u razvoj i povećanje kvalitete turističke ponude tako i unapređenje ljudskih potencijala, razvoj turističke infrastrukture te poduzimanje kapitalnih ulaganja strateških važnih za razvoj turizma. Posebnu pozornost valja posvetiti

i poticanju određenog broja županijskih destinacijskih menadžment kompanija, osobito u kontekstu razvoja novih složenih turističkih proizvoda, odnosno njihove uspješne komercijalizacije.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije (uključujući sustav subregionalnih centara)

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Sustav turističkih zajednica, gospodarske komore, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017./2020.

Aktivnosti:

- Analiza interesa i potreba te razrada modela djelovanja sustava financijskih i nefinancijskih poticaja:
 - Razrada plana djelovanja 'one stop shop' – poduzetničkog servisa, testiranje modela s dionicima u javnom i privatnom sektoru te kadrovsko, financijsko i organizacijsko ekipiranje/ustrojavanje
 - Razrada sustava financijskog poticanja (povezivanje s jedinicama lokalne samouprave) investicija u razvoj i unapređenje turističke ponude javnog i privatnog sektora (subvencioniranje dijela kamata na kredite, oslobađanje od komunalne/koncesijske naknade, izravni transferi vezani uz veličinu investicije ili ostvarenog prihoda i sl.), testiranje sustava s dionicima u javnom i privatnom sektoru, osiguranje financijskih izvora te kadrovsko i organizacijsko ekipiranje/ustrojavanje
- Realizacija mjere

Mjera X.2: Poboljšanje korištenja EU fondova/programa u turizmu

Cilj mjere: Povećanje apsorpcijske sposobnosti EU fondova/programa u turizmu Primorsko-goranske županije

Opis: Europska unija u financijskoj perspektivi 2014.-2020. uspostavila je niz izvora za financiranje turističkog sektora podržavajući podizanje konkurentnosti i razvoja održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma te jačanje imidža Europe kao prostora koji objedinjava brojne visokokvalitetne održive destinacije (Guide on EU funding for the tourism sector, European Commission, 2016.). Kad se ovim sredstvima pridruže i sredstva alocirana kroz decentralizirano financiranje (operativni programi 2014.-2020.) te programe teritorijalne suradnje jasno je da se razvoju turizma na području Europske unije posvećuje značajna pozornost. U tom smislu, poboljšanje učinkovitosti odnosno povećanja apsorpcijskog potencijala korištenja raspoloživih EU fondova/programe predstavlja nužnu orijentaciju županijskih razvojnih dionika. Podrazumijeva to i korištenje raspoloživih (kreditnih) izvora vezanih uz europske razvojne banke/institucije kao što su Europska investicijska banka i Europska banka za obnovu i razvoj, ali i Razvojna banka Vijeća Europe. Proces osiguranja optimizacije korištenja EU fondova/programa u turizmu, kao nezaobilazan smjer djelovanja i ključna razvojna prilika, podrazumijeva podizanje razine informiranosti, edukacije i povezanosti razvojnih dionika, osiguranje stručne podrške, organizacijskog usklađivanja, ali i mogućnosti proračunskog sufinanciranja projekata koji ostvare sufinanciranje iz EU fondova/programa (uključujući i formiranje baze relevantnih i valoriziranih turističkih razvojnih projekata javnog i privatnog sektora).

U osiguranju integralnog županijskog i destinacijskog upravljanja povlačenjem sredstava iz EU fondova/programa usmjerenih na jačanje malog i srednjeg poduzetništva, jačanje korištenja informacijskih i komunikacijskih tehnologija, poticanje primjene znanja i novih tehnologija i inovacija kao i jačanja kapaciteta istraživačke i inovacijske infrastrukture, unapređenje ljudskog kapitala, ali i podizanje razine teritorijalne kohezije, osiguranje kvalitetne prometne infrastrukture te održivo upravljanje okolišem te održivo upravljanje

okolisem, prostorom te prirodnom i kulturno-povijesnom baštinom, nameće se potreba jačanja kapaciteta županijskih upravnih odjela povezanih s korištenjem EU fondova/programa (prije svega Upravnog odjela za regionalni razvoj, infrastrukturu i upravljanje projektima; Upravnog odjela za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravnog odjela za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj), ali i uspostavljanja te definiranja nadležnosti odnosno operativnih zaduženja institucija za podršku investitorima i poduzetnicima u turizmu ('one stop shop' poduzetnički servis specijaliziran za podršku razvojnim projekatima u turizmu).

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: Provedbena tijela za realizaciju pojedinih EU programa/fondova, sustav turističkih zajednica, gospodarske komore, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Analiza interesa i potreba te razrada modela informiranja i edukacije postojećih i potencijalnih razvojnih dionika
- Formiranje baze valoriziranih projektnih ideja
- Osiguranje stručne podrške javnom i privatnom sektoru u pripremi projektne dokumentacije prioriternih razvojnih projekata odnosno projekata s najvećim potencijalom za ostvarivanje financiranja iz EU programa/fondova

Mjera X.3: Gospodarska promocija turizma

Cilj mjere: Podizanje razine atraktivnosti Primorsko-goranske županije za ulaganja u turizam

Opis: Kako bi se ostvario razvojni gospodarski potencijal, Razvojnou strategijom Primorsko-goranske županije 2016.-2020. uspostavljena je mjera gospodarske promocije usmjerena na stvaranje pozitivnog imidža Županije kako bi se privukle domaće i strane investicije (nove investicije, proširenje postojećih investicija), a time u konačnici i stvorilo konkurentno i održivo gospodarstvo. Mjerom je predviđeno jačanje kapaciteta u javnom i privatnom sektoru za privlačenje ulagača, provedba promidžbenih kampanja, sudjelovanje na domaćim i međunarodnim sajmovima te izradu i promidžbu jedinstvenog vizualnog identiteta Županije.

Slijedom postavljenih institucionalnih odrednica, u sferi podizanja razine atraktivnosti Primorsko-goranske županije za ulaganja u turizam organizira se barem jedna investicijska konferencija godišnje usmjerena na turizam kako bi se potencijalni investitori i financijeri upoznali s (promjenama) institucionalnog okruženja, uklonjenim administrativnim barijerama na lokalnoj i/ili županijskoj razini kao i pripremljenim razvojno-investicijskim projektima namijenjenim privatnim poduzetnicima i međunarodnim institucionalnim izvorima razvojnog kapitala. Pozitivnu percepciju o Primorsko-goranskoj županiji kao razvojno potentnom prostoru za ulaganje u turističke investicijske projekte potrebno je graditi i sustavnim obilaženjem globalno prepoznatljivih investitora i/ili kreatora imidža. Ovu aktivnost potrebno je povezati i s uspostavljanjem baze podataka o turističkim projektima visoke županijske/destinacijske važnosti kao i (usuglašenim) planiranjem i razvojem turističkih projekata iz portfelja Državnog ureda za upravljanje državnom imovinom od posebne važnosti za Županiju (uključujući i sagledavanje mogućnosti i rješavanje vlasničkih prava nad zemljištem/imovinom, usklađivanje tržišno održivih projekata i prostorno planske dokumentacije kao i usklađivanje aktivnosti/interesa na razini jedinica lokalne samouprave, županije i države usmjerenih na stvaranje uvjeta za realizaciju planiranih/dogovoreni projekata). Proces razvoja projekata i njihova transparentna prezentacija, kao temelj za pripremu međunarodnih tendera i provođenja tender

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

procedura, uključuju provedbu aktivnosti usmjerenih na definiranje razvojnog koncepta/projektnog zadatka (granice zone, detaljna analiza postojeće infrastrukture, prihvatni kapacitet, tržišno pozicioniranje, sadržaji), ali i utvrđivanje dodatnih infrastrukturnih potreba kao i predlaganje načina njihovog osiguravanja.

Područje obuhvata: Cijelo područje Primorsko-goranske županije

Nositelj/koordinator: Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave

Ostali dionici: DUUDI, Ministarstvo turizma, Ministarstvo gospodarstva, privatni poduzetnici

Vremenski obuhvat: 2017.-2020.

Aktivnosti:

- Osiguranje organizacijsko-kadrovskih pretpostavki i nadležnosti
 - Definiranje prioriteta, tržišno spremnih razvojno-investicijskih projekata (portfelj projekata)
 - Priprema i organizacija investicijskih konferencija, organizacija obilaska globalno prepoznatljivih financijera, potencijalnih investitora i/ili kreatora imidža kao i provođenje tendera
 - Odabir investitora i kontrola provedbe ugovornih obveza
-

4. AKCIJSKI PLAN

Mjere najvišeg prioriteta

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
Mjera I.1: Jačanje brenda Kvarnera TZ Kvarnera	***	2016.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> Proračun Primorsko-goranske županije Proračun TZ Kvarner i turističkih zajednica gradova i općina Proračun Ministarstva turizma RH Ostali financijski izvori sukladno karakteru predloženih mjera 	<ul style="list-style-type: none"> Usvojen dokument Strateškog i operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba predloženih mjera sukladno definiranom terminskom planu
Mjera I.4: Komunikacija vrijednosti Kvarnera ciljnim publikama TZ Kvarnera	***	2016.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> Proračun Primorsko-goranske županije Proračun TZ Kvarner i turističkih zajednica gradova i općina Proračun Ministarstva turizma RH Ostali financijski izvori sukladno karakteru predloženih mjera 	<ul style="list-style-type: none"> Usvojen dokument Strateškog i operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba predloženih mjera sukladno definiranom terminskom planu
Mjera II.1 do II.8: Imidž projekti Ovisno o projektu (vidi točku 3.2.)	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Pokretanje projekata sukladno definiranim aktivnostima (točka 3.2.): <ul style="list-style-type: none"> Turistifikacija manifestacije 'Rijeka – Europski grad kulture' Zabavni park Krk – Voz Peškera Uspostava mreže inovativno in situ prezentiranih prirodnih i kulturnih sadržaja 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina EU operativni programi za konkurentnost EU programi teritorijalne suradnje 	<ul style="list-style-type: none"> Realizacija aktivnosti u sferi odgovornosti nositelja/koordinatora

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			<p>i njihovo povezivanje tematskim turističkim rutama</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kongresni centar Opatija/Rijeka • Golf Lošinj – Punta Križa • Park dupina • Kvarner – Centar thalassoterapije • Turistifikacija područja Platak - Nacionalni park Risnjak – Dolina Kupe 	<ul style="list-style-type: none"> • Specifični EU programi (LIFE, Horizon, Leader, Cosme, Erasmus i sl.) • HBOR • Komercijalne banke • Vlastita sredstva investitora (uključujući javno-privatna partnerstva) 	
<p>Mjera III.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava – priobalje i otoci</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama) uključujući i razvoj informacijske podrške ('on stop shop', baza podataka o ključnim odrednicama poslovanja u konkurentskom okruženju) • Razvoj i uspostavljanje jedinstvenog on-line aktivnog rezervacijskog/ prodajnog sustava za obiteljski smještaj te informiranja o ponudi destinacije • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata) • Osmišljavanje i uspostavljanje poticaja za interesno udruživanje/povezivanje na subregionalnoj te tematskoj/proizvodnoj razini (klasteri) • Provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja obiteljskog smještaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica • Nefinancijski poticaji kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje kvalitete usluge i tržišnog nastupa kroz: <ul style="list-style-type: none"> • Uspostavu minimalno 3 integralna/difuzna hotela • Povećanje broja kućanstava uključenih u brend sustav Kvarner Family na razinu od 25% obiteljskog smještaja
<p>Mjera III.5: Jačanje eno-gastronomске ponude – priobalje i otoci</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • 'Professional awareness' aktivnosti usmjerene na razumijevanje kretanja na suvremenom eno-gastro tržištu te povezivanje s vizijom i ciljevima razvoja turizma Kvarnera • Pružanje tehničke pomoći zainteresiranim objektima hrane i pića te obiteljskim 	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica 	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje broja ugostiteljskih objekata obuhvaćenih relevantnim europskim vodičima za 5 objekata • Organizacija barem 10 međunarodno relevantnih eno-gastro manifestacija godišnje

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
samouprave na području priobalja i otoka			<p>poljoprivrednim gospodarstvima na pojedinačnoj osnovi (uključujući i pomoć pri razradi projektne ideje te osiguranju financiranja)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financijska i nefinancijska potpora organizaciji eno-gastro manifestacija/ festivala i povećanju prisutnosti gastro ponude Kvarnera u relevantnim europskim vodičima • Razvoj trgovačke 'Kvarner gourmet' ponude (uključujući i financijsku i nefinancijsku potporu) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> • Povećanje broja ugostiteljskih objekata uključenih u brend sustav Kvarner Gourmet na razinu od 10% • Uspostava dvadesetak trgovina uključenih u brend sustav Kvarner Gourmet • Tržišna prezentacija tridesetak obiteljski vođenih vinarija, kušaonica, sirana i sličnih objekata
<p>Mjera III.11: Unapređenje zdravstveno-turističkih usluga Primorsko-goranska županija</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Akreditiranje zdravstveno-turističkih ustanova, a čime bi se trebala osigurati uspostava/zaštita minimalno prihvatljivog standarda usluživanja/kvalitete zdravstvene usluge • Međunarodno certificiranje zdravstveno-turističkih ustanova, a čime bi se trebala osigurati njihova veća međunarodna vjerodostojnost • Ocjena opravdanosti ulaska u marketinške strateške saveze (udruživanje istovrsnih ponuđača na nacionalnoj/međunarodnoj razini) • Ocjena poželjnosti/opportuniteti korištenja usluga specijaliziranih posrednika 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost • EU programi teritorijalne suradnje • Specifični EU programi (LIFE, Horizon, Leader, Cosme, Erasmus i sl.) • HBOR • Komercijalne banke • Vlastita sredstva investitora (uključujući javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Međunarodna certifikacija barem tri javne i/ili privatne medicinske ustanove • Pokrenute/realizirane barem dvije velike investicije u postojeće/nove objekte zdravstveno-turističke ponude (Thalassoterapia Crikvenica, Lječilište Veli Lošinj) • Uspostavljena suradnja s tri do pet posrednika u komercijalizaciji zdravstveno-lječilišnih usluga • Uspostavljen centralni komunikacijsko-informacijski portal za zdravstveno-turističke usluge Kvarnera

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			<ul style="list-style-type: none"> Edukacija zaposlenih bilo kroz uvođenje obveze cjeloživotnog obrazovanja, bilo kroz prilagodbu hrvatskog obrazovnog sustava Uspostava centralnog komunikacijskog portala za zdravstveno-turističke usluge Kvarnera 		
<p>Mjera IV.1: Razvoj hotelske ponude – Gorski kotar</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za projekte izgradnje hotela na području Gorskog kotara (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata i/ili pripreme potrebne dokumentacije) Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijske potpore u razvojnoj i implementacijskoj fazi (savjetodavna pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama, pomoć u povezivanju i stvaranju partnerstava na lokalnoj razini itd.) Razvoj i provedba programa internog marketinga na području Gorskog kotara o poticajima na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i EU razini 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: <ul style="list-style-type: none"> HBOR komercijalne banke vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja barem pet (obiteljskih) hotela ukupnog kapaciteta oko 200 smještajnih jedinica Uspostava barem jednog difuznog/integralnog hotela Svi postojeći hotelski objekti imaju kategoriju 3 ili više zvjezdica
<p>Mjera IV.5: Jačanje eno-gastronomske ponude – Gorski kotar</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Financijska i nefinancijska potpora razvoju autohtone gastro ugostiteljske ponude Financijska i nefinancijska potpora organizaciji gastro manifestacija/festivala 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske 	<ul style="list-style-type: none"> Organizacija barem 3 međunarodno relevantne eno-gastro manifestacije godišnje

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara			<ul style="list-style-type: none"> Povećanje komunikacijskih aktivnosti u cilju predstavljanja gastro ponude Gorskog kotara Uspostavljanje lokacija za tržnicu i trgovine na području Županije na kojima bi se autohtoni proizvodi predstavljali i komercijalizirali 	<p>županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica</p> <ul style="list-style-type: none"> Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina EU operativni program za ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Povećanje broja ugostiteljskih objekata uključenih u brend sustav Kvarner Gourmet na razinu od 5% Uspostava barem dvije trgovine uključene u brend sustav Kvarner Gourmet Tržišna prezentacija desetak obiteljski vođenih proizvođača likera/rakija, meda, ljekovitog bilja, sirana i sličnih objekata
<p>Mjera IV.7: Zabavni i adrenalinski parkovi – Gorski kotar</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje kriterija za valorizaciju razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih i adrenalinskih parkova Valorizacija razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih i adrenalinskih parkova polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija Izrada liste prioriternih lokacija za razvoj tematskih i adrenalinskih parkova za predstavljanje potencijalnim investitorima Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja razvoja tematskih i 	<ul style="list-style-type: none"> Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina EU programi teritorijalne suradnje Specifični EU programi (Cosme i sl.) Financiranje investicijskih projekata: <ul style="list-style-type: none"> HBOR Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora (uključujući javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja barem dva nova tematsko-zabavna i/ili adrenalinska parka na području Gorskog kotara

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			adrenalinskih parkova na lokacijama od interesa Županije		
Mjera V.1: Unapređenje kvalitete plažnog prostora i tematiziranje plaža Jedinice lokalne samouprave u suradnji s Primorsko-goranskom županijom	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Verifikacija Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije na razini jedinica lokalne samouprave • Analiza potrebe proširenja plažnog prostora i/ili tematiziranja novih plaža • Definiranje politike jedinica lokalne samouprave o traženju/dobivanju koncesija za najvažnije destinacijske plaže, kao i politike izdavanja koncesijskih odobrenja • Izrada operativnih planova uređenja plaža na lokalnim razinama (s uključenim arhitektonsko-urbanističkim rješenjima) sukladno prioritetima • Unapređenje dostupnosti plaža kopnenim i morskim putem (putokazi, organizacija parkinga, organizacija javnog prijevoza) • Izrada plana promocije 'plaža Kvarnera' 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner i sustav gradskih i općinskih turističkih zajednica • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje barem tri plaže godišnje po svakoj priobalnoj subregiji sukladno Regionalnom programu uređenja i upravljanja morskim plažama
Mjera V.2: Staze, putovi, šetnice i tematske rute Jedinice lokalne samouprave	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Detaljnija analiza postojećeg sustava staza, šetnica i putova na svim područjima Županije • Definiranje potreba/prioriteta unapređenja postojećih i izgradnje novih staza/puteva/šetnica • Definiranje plana operacionalizacije na razini jedinica lokalne samouprave (aktivnosti, nadležnost i financiranje) • Izrada investicijskih studija/studija koristi i troškova, posebice ukoliko se očekuje sufinanciranje iz EU sredstava (primjerice 'zeleni putovi') • Osiguranje izvora financiranja • Realizacija izgradnje/uspostave staza/puteva/šetnica • Razvoj i operacionalizacija projekta staza i šetnica bez barijera 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner i sustav gradskih i općinskih turističkih zajednica • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni program za ruralni razvoj • EU programi teritorijalne suradnje 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava biciklističkih transverzala (putevi/staze/ceste) na svim većim otocima na koje će se povezivati destinacijski sustav staza/puteva • Uređenje minimalno 20 biciklističkih/pješačkih i/ili tematiziranih/poučnih staza, puteva te uzmorskih šetnica lokalnog karaktera, uz osiguranje pratećih uslužnih sadržaja/odmorišta

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
<p>Mjera V.4: Unapređenje sustava informiranja gostiju</p> <p>TZ Kvarnera u suradnji Primorsko-goranskom županijom</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje sustava informiranja turista na razini Županije (s određivanjem broja centara, lokacija i prioriteta) Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu Razrada koncepta infocentara i infopunktova: vrste, uređenje/opremanja centara, eventualno tematiziranja centara Izrada rješenja interpretacije kulturnih i prirodnih atrakcija (jedinstvena primjena materijala, načina prezentacije informacija (okvirni sadržaj, jezične varijante i dr.) Razrada i realizacija destinacijskih wi-fi točaka Razvoj i primjena sustava diseminacije informacija u svakom centru/info punktu za svaku razinu destinacija (županije, grad, općina, mjesto) Osposobljavanje djelatnika Realizacija izgradnje novih i osuvremenjivanja infopunktova i centara za posjetitelje/interpretacijskih centara 	<ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner i sustav gradskih i općinskih turističkih zajednica Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni program za ruralni razvoj EU programi teritorijalne suradnje 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava središnjeg centra za posjetitelje u svakoj subregiji Uspostava suvremenog interpretacijskog sustava za kulturno-povijesne atrakcije Uspostavljanje destinacijskih wi-fi točaka u svim turističkim destinacijama
<p>Mjera VII.1: Povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica</p> <p>TZ Kvarnera u suradnji s turističkim zajednicama gradova i općina</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje logičnih prostorno-teritorijalnih cjelina podesnih za stvaranje (sub)regionalnih TZ/destinacijskih menadžment organizacija (npr. otoci, Gorski kotar, Opatijska rivijera i sl.) Razrada načela udruživanja gradskih/općinskih TZ u (sub)regionalne TZ/destinacijske menadžment organizacije: preduvjeti (financiranje, kadrovi), zadaci, očekivani učinci Javna rasprava sa relevantnim dionicima u javnom i privatnom sektoru Osnivanja novih (sub)regionalnih TZ/destinacijskih menadžment organizacija Uspostavljanje sustava monitoringa učinkovitosti novo-uspostavljene strukture turističkih zajednica (destinacijskih turističkih proizvoda na osnovi realizacije plana dovođenja ciljnih potrošačkih segmenata, 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner i sustav gradskih i općinskih turističkih zajednica 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostavljanje novog sustava (sub)regionalnih TZ/destinacijskih menadžment organizacija

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			zadovoljstvo boravkom, prosječna potrošnja po danu boravka i sl.)		
Mjera VII.2: Informacijska podrška i baza podataka TZ Kvarnera	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje sustava prikupljanja i praćenja kvalitativnih i kvantitativnih pokazatelja aktivnosti karakterističnih turističkih djelatnosti • Uspostavljanje sustava prikupljanja i praćenja kvalitativnih i kvantitativnih obilježja turističke potražnje • Razvoj i izrada pilot verzije regionalnog satelitskog računa turizma Kvarnera • Razvoj metodološkog okvira modela pokazatelja konkurentnosti i održivog upravljanja turizmom Kvarnera: obuhvat, pokazatelji, izvori, vremenski horizont te izrada i testiranje pilot-verzije modela • Izrada i testiranje pilot-verzije dinamičkog informacijskog sustava diseminacije • Proces osposobljavanja djelatnika za vođenje i korištenje baze • Proces osposobljavanja potencijalnih korisnika (razvojnih dionika) za korištenje baze 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni program za konkurentnost • EU programi teritorijalne suradnje • Specifični EU programi (LIFE, Horizon, Leader, Erasmus i sl.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Razvijen i implementiran sustav prikupljanja i praćenja kvalitativnih i kvantitativnih pokazatelja turističke aktivnosti
Mjera VII.3: Sustav monitoringa i mjerenja učinaka strategije Primorsko-goranska županija u suradnji s TZ Kvarnera	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava županijskog stručnog povjerenstva za pokretanje mjera • Uspostava županijskog nadzornog mehanizma za provođenje mjera zacrtanih Strategijom • Uspostava sustava pokazatelja realizacije Strategije • Provođenje korektivnih aktivnosti (po potrebi) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije 	<ul style="list-style-type: none"> • Razvijen i implementiran sustav monitoringa učinaka strategije
Mjera VIII.1: Uspostavljanje sustava cjeloživotnog obrazovanja za potrebe turizma Primorsko-goranska županija	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje nadležnosti i/ili organizacije odgovorne za realizaciju mjere (npr. regionalni centar kompetentnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva) • Definiranje ključnih područja cjeloživotnog učenja i razvoj kurikuluma • Razvoj modela realizacije programa cjeloživotnog učenja (javne i/ili privatne institucije) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava programa cjeloživotnog za podizanje razine znanja i vještina u ključnim područjima od interesa za turizam Kvarnera • Organizacija barem 20 različitih edukacijskih programa godišnje u trajanju do 5 dana (Županijska i ili lokalna razina)

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			<ul style="list-style-type: none"> Osiguranje sredstava za provedbu i promociju programa (poticaji organizatorima i korisnicima) iz javnih i/ili privatnih izvora, uključujući i kandidaturu na natječaje vezane uz Operativni program Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Realizacija 	<ul style="list-style-type: none"> EU programi teritorijalne suradnje 	
Mjera VIII.3: Edukacija obiteljskih iznajmljivača Primorsko-goranska županija u suradnji s TZ Kvarnera	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Razrada sustava kontinuirane edukacije obiteljskih iznajmljivača Osiguranje financijskih sredstava i organizacijsko/kadrovske podrške realizaciji programa Izbor/edukacija trenera Diseminacija informacija i programi podizanja svijesti Realizacija programa edukacije po temama i subregijama Praćenje realizacije planiranih aktivnosti i učinaka edukacije 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale EU programi teritorijalne suradnje 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava programa podizanja razine znanja i vještina u ključnim područjima od interesa za podizanje kvalitete obiteljskog smještaja Organizacija barem 5 različitih edukacijskih programa godišnje u trajanju do 2 dana (županijska i ili lokalna razina)
Mjera X.1: Podrška investitorima i poduzetnicima u turizmu Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza interesa i potreba te razrada modela djelovanja sustava financijskih i nefinancijskih poticaja: <ul style="list-style-type: none"> Razrada plana djelovanja 'one stop shop' – poduzetničkog servisa, testiranje modela s dionicima u javnom i privatnom sektoru te kadrovske, financijsko i organizacijsko ekipiranje/ustrojavanje Razrada sustava financijskog poticanja (povezivanje s jedinicama lokalne samouprave) investicija u razvoj i unapređenje turističke ponude javnog i privatnog sektora (subvencioniranje dijela kamata na kredite, oslobađanje od komunalne/koncesijske naknade, izravni transferi vezani uz veličinu investicije ili ostvarenog prihoda i sl.), testiranje sustava s dionicima u javnom i privatnom sektoru, 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti nacionalnih upravnih tijela (npr. Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Agencija za investicije i konkurentnost i sl.) Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica 	<ul style="list-style-type: none"> Unapređenje i promocija 'one stop shop' poduzetničkog servisa Razvijen i aktiviran sustav financijskih poticaja prilagođen različitim uslužnim područjima, karakteristikama korisnika i/ili regionalnim specifičnostima

Izvršetak II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Pokazatelji uspješne implementacije
			<p>osiguranje financijskih izvora te kadrovsko i organizacijsko ekipiranje/ustrojavanje</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizacija mjere 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina 	
<p>Mjera X.2: Poboljšanje korištenja EU fondova/programa u turizmu</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave</p>	***	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza interesa i potreba te razrada modela informiranja i edukacije postojećih i potencijalnih razvojnih dionika Formiranje baze valoriziranih projektnih ideja Osiguranje stručne podrške javnom i privatnom sektoru u pripremi projektne dokumentacije prioriteta razvojnih projekata odnosno projekata s najvećim potencijalom za ostvarivanje financiranja iz EU programa/fondova 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti nacionalnih upravnih tijela (npr. Ministarstvo turizma, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo poduzetništva i obrta, Agencija za investicije i konkurentnost i sl.) Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Dio aktivnosti kroz djelovanje razvojnih agencija 	<ul style="list-style-type: none"> Razvijen i aktiviran sustav nefinancijskog uslužnog servisa (povezan s 'one stop shop' poduzetničkim servisom)

Mjere visokog prioriteta

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
<p>Mjera I.2: Diversifikacija ciljnih tržišta i potrošačkih segmenata</p> <p>TZ Kvarnera</p>	**	2016.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> Proračun Primorsko-goranske županije Proračun TZ Kvarner i turističkih zajednica gradova i općina Proračun Ministarstva turizma RH Ostali financijski izvori sukladno karakteru predloženih mjera 	<ul style="list-style-type: none"> Izrađen i prihvaćen dokument Provedba predloženih mjera sukladno definiranom terminskom planu

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
<p>Mjera I.3: Diversifikacija sustava turističkih proizvoda Kvarnera TZ Kvarnera</p>	**	2016.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Izrada Strateškog marketing plana Kvarnera do 2020. Provedba Operativnog marketing plana Kvarnera do 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> Proračun Primorsko-goranske županije Proračun TZ Kvarner i turističkih zajednica gradova i općina Proračun Ministarstva turizma RH Ostali financijski izvori sukladno karakteru predloženih mjera 	<ul style="list-style-type: none"> Izrađen i prihvaćen dokument Provedba predloženih mjera sukladno definiranom terminskom planu
<p>Mjera III.1: Razvoj hotelske ponude – priobalje i otoci Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i uspostava sustava nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata) Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima 	<ul style="list-style-type: none"> Aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: <ul style="list-style-type: none"> HBOR Komercijalne banke 	<ul style="list-style-type: none"> Podignuta kategorija svih postojećih hotelskih objekata sa dvije zvjezdice Izgradnja hotelska objekata i hotelskih kompleksa te manjih obiteljskih hotela, ukupnog kapaciteta oko 1500 soba 50% ukupne hotelske ponude na razini od četiri ili više zvjezdica Uspostavljanje barem pet difuznih/integralnih hotela i hostela kapaciteta

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
				<ul style="list-style-type: none"> • Vlastita sredstva investitora 	
<p>Mjera III.6: Uređenje mjesta – priobalje i otoci Gradovi i općine u suradnji s turističkim zajednicama gradova i općina</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje svih postojećih parkova i drugih javnih površina od interesa turističkoj populaciji • Inventarizacija raspoloživih javnih, kao i nekorištenih privatnih objekata pogodnih za smještaj novih sadržaja uslužne ponude i/ili sadržaja društvenog standarda • Definiranje prioriternih lokacija/nekorištenih objekata • Uspostava standarda uređenja mjesta vodeći računa o tradicijskom graditeljskom izričaju te njihovo predstavljanje i popularizacija • Razrada koncepta najbolje uporabe, odnosno prikladnih sadržaja prema lokacijama/objektima te procjena troškova • Zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera (uključujući i javno-privatno partnerstvo) • Uspostava prikladnog sustava financijskog i nefinancijskog poticanja za privatne poduzetnike koji se uključuju u revitalizaciju pojedinih lokaliteta (tehnička pomoć, komunalna naknada, pokriće dijela troškova kamata i sl.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračuni jedinica lokalne samouprave • Proračun Primorsko-goranske županije • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale • EU programi teritorijalne suradnje • Donacije • Komercijalni krediti 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljeni standardi uređenja mjesta • Utvrđene prioritretne lokacije/projekti uređenja • Osigurana financiranje za prioritretne lokacije • Uređeno barem pet lokacija/projekata godišnje
<p>Mjera III.7: Izgradnja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova – priobalje i otoci Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje kriterija za valorizaciju razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih, adrenalinskih i aqua parkova • Valorizacija razvojnog potencijala planiranih i potencijalnih tematskih, adrenalinskih i aqua parkova polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti • Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnem konceptu pojedinih objekata/lokacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko-goranske županije, gradova i općina • Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko-goranske županije, gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja barem tri nova tematsko-zabavna, adrenalinska i/ili aqua parka

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/kordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> Izrada liste prioritetnih lokacija za razvoj tematskih, adrenalinskih i aqua parkova za predstavljanje potencijalnim investitorima Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja razvoja tematskih, adrenalinskih i aqua parkova na lokacijama od interesa Županije 	<ul style="list-style-type: none"> EU programi teritorijalne suradnje Specifični EU programi (Cosme i sl.) Financiranje investicijskih projekata: HBOR Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora (uključujući javno-privatna partnerstva) 	
<p>Mjera III.8: Unapređenje ponude lokalnih proizvoda i autohtonih suvenira – priobalje i otoci</p> <p>Jedinice lokalne samouprave na području priobalja i otoka u suradnji s LAG-ovima</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijski i nefinancijskih poticaja Komunikacija sustava poticanja prema potencijalnim korisnicima Provedba i kontrola rezultata 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina EU operativni program za ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava trgovačkih prostora (police u trgovinama, specijalizirane trgovine) za prodaju lokalnih proizvoda i autohtonih suvenira u svim važnijim subregionalnim destinacijama Povećanje stupnja zadovoljstva turista kvalitetom trgovačke ponude

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
<p>Mjera III.9: Izgradnja sportskih centara na moru i kopnu – priobalje i otoci</p> <p>Jedinice lokalne samouprave na području priobalja i otoka u suradnji s turističkim zajednicama</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Inventarizacija projektnih ideja razvoja sportsko-rekreacijskih centara na razini jedinica lokalne samouprave • Valorizacija razvojnog potencijala planiranih sportsko-rekreacijskih projekata polazeći od koncepta najbolje uporabe izabranih lokaliteta, očekivanog poslovno-upravljačkog modela te procjene tržišne i financijske, ali i društvene isplativosti (posebice za projekte vrijednosti iznad 10 milijuna kuna) • Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija • Uspostavljanje sustava financijskih i tehničkih (nefinancijskih) poticaja • Izrada liste prioriteta projekata i njihovo predstavljanje potencijalnim investitorima • Odabir strateških partnera • Izrada projektne dokumentacije i zatvaranje financijske konstrukcije za svaki projekt javnog karaktera (uključujući i javno-privatno partnerstvo) • Gradnja i stavljanje novih sportskih centara u upotrebu 	<ul style="list-style-type: none"> • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • Proračuni jedinica lokalne samouprave • Proračun Primorsko-goranske županije • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • EU programi teritorijalne suradnje • Donacije • Komercijalni krediti • HBOR • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Planiranje i pokretanje realizacije barem dva golf igrališta • Planiranje i pokretanje projekta razvoja Grobnika kao multifunkcionalnog centra (streljana, auto-moto sportovi i sl.) • Realizacija projekta Regionalni sportsko-rekreacijski i turistički centar Platak • Osvremenjivanje sportsko-rekreativne i adrenalinske ponude na Učki • Planiranje i pokretanje izgradnje barem tri bazenska kompleksa • Uspostava većeg broja centara za sportove na vodi • Planiranje i pokretanje barem desetak manjih (inovativnih) sadržaja sportsko-rekreacijske infrastrukture na kopnu (adrenalinski sportovi, cikloturistički poligon, tenis tereni, multifunkcionalne športske dvorane/igrališta, fitness centri na otvorenom i zatvorenom i sl.)
<p>Mjera III.10: Sustav manifestacija Kvarnera – priobalje i otoci</p> <p>TZ Kvarnera u suradnji s TZ gradova/općina</p>	**	2017.-2020.	<p>Postojeće manifestacije</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ocjena potencijala postojećih manifestacija • Sagledavanje mogućnosti tematsko-terminskog povezivanja postojećih destinacijskih manifestacija • Evaluacija alternativnih tema događanja temeljem procjene njihovih koristi i troškova te sposobnosti i kapaciteta u Županiji • Organiziranje zajedničkog tržišnog nastupa (kad je oportuno) <p>Nove manifestacije</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prijedlog novih manifestacija i evaluacija tržišnog potencijala 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • Komercijalne banke • Vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava barem dvije nove međunarodno prepoznatljive manifestacije • Uspostava barem pet novih nacionalno prepoznatih manifestacija u pred i post sezoni

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> Izrada idejnog koncepta i sadržaja novih manifestacije(a) Komunikacija i povezivanje potencijalnih dionika Uspostava stručne/profesionalne organizacije za vođenje manifestacije(a) 		
<p>Mjera III.13: Povećanje konkurentnosti proizvoda brodskih kružnih putovanja</p> <p>Lučka uprava Rijeka i Županijske lučke uprave</p>	**	2017.-2020.	<p>Domaća kružna putovanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Procijeniti veličinu tržišta i rast potražnje Povećati broj vezova za brodove u lukama otvorenim za javni promet (definirati koje su to luke) Osigurati siguran vez u lukama Osigurati/izgraditi barem jednu luku za zimovanje brodova na sjevernom Jadranu (Kvarneru) <p>Međunarodna kružna putovanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> Procijeniti veličinu tržišta i rast potražnje Procijeniti atrakcijski potencijal subregija (gradova i općina) Definirati pogodne luke/destinacije za ukrcaj i/ili ticanje (vodeći računa o infrastrukturi, atrakcijama u gravitirajućem području, ostaloj uslužnoj ponudi i sl.) Utvrđiti održivi nosivi kapacitet izabranih luka/destinacija Definirati potrebne investicije u lukama Povećati ponudu tematskih izleta Unaprijediti komunikacijske aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> Proračuni jedinica lokalne samouprave Proračun Primorsko-goranske županije Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina EU operativni programi za konkurentnost EU programi teritorijalne suradnje Komercijalni krediti 	<ul style="list-style-type: none"> Povećanje fizičke potražnje za uslugama domaćeg kruzinga na području Kvarnera za 30% Povećanje fizičke potražnje za uslugama međunarodnog kruzinga na području Kvarnera za 50%
<p>Mjera IV.3: Razvoj smještajne ponude obiteljskih domaćinstava – Gorski kotar</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata) za unapređenje kvalitete postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja, kao i udruživanja u integralne hotele Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijske potpore u razvojnoj i implementacijskoj fazi (savjetodavna pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema 	<ul style="list-style-type: none"> Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica Nefinancijski poticaji kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> Pedesetak novih kućanstava uključenih u smještajnu ponudu Podizanje kvalitete usluge i tržišnog nastupa kroz: <ul style="list-style-type: none"> Uspostavu minimalno jedan integralni/difuzni hotel Povećanje broja kućanstava uključenih u brend sustav Kvarner Family na razinu od 25% obiteljskog smještaja

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/kordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<p>različitim institucijama, pomoć u povezivanju itd.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Provedba kontinuiranog i izravnog informiranja o raspoloživim poticajima, promjenama zakona, mogućnostima promoviranja i slično • Informiranje svih dionika o prednostima, pravilima i opcijama udruživanja u integralne hotele • Pomoć u prijavi za EU financiranje (ruralni turizam) 	<p>službi Primorsko goranske županije, gradova i općina</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	
<p>Mjera IV.4: Razvoj agroturizma – Gorski kotar</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata pokretanja agroturizma, poticaji na samozapošljavanje, započinjanje poduzetničkog pothvata) • Podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja seoskog turizma, izobrazba i upoznavanje ponuditelja s primjerima dobre prakse • Osmišljavanje i uspostavljanje dana otvorenih vrata agroturizma i ostalih manifestacija s naglaskom na ponudu seoskih gospodarstva • Pomoć u prijavi za EU financiranje (ruralni turizam) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dio aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica • Nefinancijski poticaji kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Financiranje privatnih investicijskih projekata: 	<ul style="list-style-type: none"> • Desetak ponuđača usluga u sferi agroturizma uključenih u programe tržišne prezentacije

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
				komercijalne banke, vlastita sredstva investitora	
Mjera IV.6: Uređenje mjesta – Gorski kotar Gradovi i općine u suradnji sa sustavom turističkih zajednica	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Inventarizacija raspoloživih javnih površina koje je potrebno urediti ili staviti u javnu funkciju Definiranje prioriteta lokacija te razrada koncepta najbolje uporabe tj. prikladnih sadržaja s procjenom troškova Razrada modela financiranja uključujući mogućnost javno-privatnog partnerstva Uspostava sustava poticanja poduzetnika (tehnička pomoć, savjetodavna pomoć, financijska pomoć i sl.) Program edukacije i provedba te uspostava sustava stalne tehničke i savjetodavne pomoći u gradnji ili obnovi privatnih objekata i površina 	<ul style="list-style-type: none"> Proračuni jedinica lokalne samouprave Proračun Primorsko-goranske županije Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj EU programi teritorijalne suradnje Donacije Komercijalni krediti 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostavljeni standardi uređenja mjesta Utvrđene prioriteta lokacije/projekti uređenja Osigurana financiranje za prioriteta lokacije Uređeno barem 3 lokacije/projekta godišnje
Mjera IV.8: Turistifikacija zaštićenih prirodnih i povijesno-kulturnih resursa – Gorski kotar Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave Gorskog kotara	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Odabir prioriteta atrakcija Izrada studije koncepta najbolje uporabe te izrada analize troškova i koristi za izabrane atrakcije Razrada upravljačko-poslovnog modela za odabrane atrakcije Realizacija (projekti, imovinsko-vlasnički odnosi, dozvole, natječaji, izgradnja, ljudski resursi, marketing i dr.) 	<ul style="list-style-type: none"> Namjenska sredstva Ministarstva turizma i Ministarstva kulture Proračuni jedinica lokalne samouprave Proračun Primorsko-goranske županije Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj EU programi teritorijalne suradnje Donacije 	<ul style="list-style-type: none"> Realizacija deset atrakcija
Mjera IV.9: Sport, rekreacija i zdravlje: aktiviranje šumskih i vodenih resursa – Gorski kotar	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Utemeljenje koordinacijskoga tijela koje će omogućiti operacionalizaciju turističkih aktivnosti u šumama, na jezerima i rijekama Gorskog kotara (Primorsko-goranska županija, turističke zajednice Gorskog kotara i Kvarnera, 	<ul style="list-style-type: none"> Namjenska sredstva Ministarstva turizma Proračuni jedinica lokalne samouprave Proračun Primorsko-goranske županije 	<ul style="list-style-type: none"> Formiranje Centra bazičnih sportskih priprema – Goranski sportski centar d.o.o. Pokretanje projekta razvoja barem jednog turističko-lječilišnog kompleksa

Izvršetak II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara			<p>Hrvatske šume d.o.o., HEP d.d. i Hrvatske vode)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje integriranih proizvoda sporta i zdravlja • Utvrđivanje prioriternih lokacija za izgradnju sportsko-rekreativnih i/ili zdravstvenih sadržaja • Provjera tržišne održivosti i financijske isplativosti izgradnje sadržaja ponude na izabranim lokalitetima • Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu pojedinih objekata/lokacija • Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (osnivanje, komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata, subvencija za korištenje šumskoga i vodenog resursa u turističke svrhe) za pružanje usluga u sportskom, sportsko-rekreacijskom i zdravstvenom turizmu • Razvoj i provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja sportskog i zdravstvenog turizma o važnosti zaštite šumskih i vodenih resursa • Unapređenje komunikacijskih aktivnosti 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale • EU programi teritorijalne suradnje • Donacije • Komercijalni krediti • HBOR • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja barem 3 zimska sportsko-rekreativna sadržaja lokalnog/regionalnog karaktera kao dopuna postojećoj turističkoj ponudi (npr. sanjkalista, nordijski centar i sl.) • Formiranje desetak jednodnevnih ili višednevnih sportskih programa/paketa
<p>Mjera IV.10: Ključne manifestacije – Gorski kotar</p> <p>Gradovi i općine u suradnji sa sustavom turističkih zajednica</p>	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada i kontinuirano ažuriranje jedinstvenog katastra/kataloga manifestacija na području Gorskog kotara (prvenstveno u svrhu interne koordinacije i suradnje) • Povezivanje i objedinjavanje tematski sličnih atraktivnih manifestacija pod zajedničkim marketinškim imenom • Financijska i nefinancijska potpora organizaciji manifestacija (subvencija troškova, sponzoriranje, tehnička pomoć, medijatorske usluge prema različitim institucijama i trgovačkim društvima i sl.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • Komercijalne banke • Vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava barem dvije nove nacionalno/međunarodno prepoznatljive manifestacije

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> Unapređenje komunikacijskih aktivnosti 		
Mjera VI.1: 'Hop on - hop off' linije Gradovi i općine	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza potreba uvođenja 'hop on - hop off' linija na pojedinim područjima Županije Razrada prioritetnih prometnih pravaca i itinerera Razmatranje ekonomske opravdanosti prioritetnih prometnih pravaca/itinerera Uspostavljanja prikladnog sustava financijskog poticanja Izbor koncesionara Realizacija 	• Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava barem 5 lokalnih 'hop on – hop off' linija
Mjera VI.2: Inter i intra destinacijsko povezivanje morem Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Nastavak planiranih aktivnosti na realizaciji prijedloga iz Studije opravdanosti uvođenja županijskih i lokalnih brodskih linija s prijedlogom mreža povezivanja kvarnerskih otoka međusobno i s kopnom Primorsko-goranske i susjednih županija te Studije Tehničko-tehnoloških preduvjeta održavanja prioritetnih cjelogodišnjih i sezonskih brodskih linija županijskog i lokalnog značaja sa modelom financijskog praćenja uvođenja i održavanja linija Ponovno pokretanje postupka iskazivanja interesa među jedinicama lokalne samouprave za uspostavu županijskih i među županijskih brodskih linija – godišnjih i sezonskih, s posebnim naglaskom na međusobno povezivanje Kvarnerskih otoka 	• Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Ministarstva turizma i Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina EU operativni program za konkurentnost Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Proširenje kapaciteta barem tri luke županijskog značaja Uvođenje barem tri brodske linije tijekom sezone Uvođenje usluge morskog-taksija u svim većim priobalnim destinacijama
Mjera VI.3: Zračni promet Primorsko-goranska županija u suradnji s Ministarstvom pomorstva, prometa i infrastrukture RH	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Unapređenje ukupne ponude zračne luke Rijeka: <ul style="list-style-type: none"> Rekonstrukcija i proširenje putničke zgrade Rekonstrukcija i proširenje platforme za parkiranje zrakoplova i rekonstrukcija uzletno sletne staze Izgradnja sadržaja za skladištenje i manipulaciju robe koja se prevozi zračnim putem u poslovnoj zoni 	<ul style="list-style-type: none"> TZ Kvarnera i turističke zajednice gradova i općina Turističko gospodarstvo Primorsko-goranska županija, gradovi i općine HBOR Komercijalne banke Međunarodne razvojne banke Vlastita sredstva investitora (uključujući i javno privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> Modernizacija i proširenje barem dvije zračne luke Povećanje prisutnosti low-cost operatera za 30% mjereno brojem dolazaka

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> • Dogradnja i rekonstrukciju postojećih staza za voženje (rulanje) • Dogradnja zračne luke na Malom Lošinju • Jačanje autobusne povezanosti Zračne luke Rijeka s relevantnim cestovnim čvorištima odnosno turističkim destinacijama • Umrežavanje i lobiranje za veće korištenje postojećih putničkih zračnih luka • Uspostava 'mrežnog marketinga' radi privlačenja novih zrakoplovnih (low-cost) kompanija i letova prema novim destinacijama • Ispitati potrebe/društvene opravdanosti izgradnje drugih zračnih luka (osobito na Rabu koja je, prema Prostornom planu Primorsko-goranske županije, određena kao jedna od građevina zračnog prometa od važnosti za Županiju) 		
Mjera VII.4: Institucionalna zakonska ograničenja Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Stvaranje programske osnove za lobiranje s prijedlogom željenih rješenja • Usuglašavanje prijedloga s drugim zainteresiranim županijama • Provedba programa 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije 	<ul style="list-style-type: none"> • Provedba aktivnosti planiranih programom lobiranja
Mjera VII.5: Ocjena razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2018.	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje kriterija za valorizaciju turističke atraktivnosti uspostavljenih i/ili novih turističkih zona • Valorizacija razvojnog potencijala postojećih i/ili novih turističkih zona • Procjena turističkog prihvatnog kapaciteta za pojedine turističke destinacije Kvarnera • Izmjene i dopune prostornih planova (županije, gradovi, općine) sukladno ocjeni razvojnog potencijala turističkih zona i procjena prihvatnog kapaciteta destinacija • Izrada liste prioritetnih turističkih razvojnih zona za predstavljanje potencijalnim investitorima 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije 	<ul style="list-style-type: none"> • Izvršena korekcija prostornih planova u domeni turističkih zona • Procjena turističkog prihvatnog kapaciteta za barem pet većih turističkih destinacija

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
Mjera VII.6.: Stvaranje poduzetničkih klastera Primorsko goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Upoznavanje različitih profila turističkih poduzetnika s prednostima klsterskog udruživanja Sagledavanje interesa među različitim profilima turističkih ponuđača Definiranje pravnog i poslovnog modela udruživanja, uključujući i scenarije tržišnog nastupa Procjena financijskih potreba i očekivanih učinaka Osiguranje financijskih potpora i realizacija 	Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Ministarstva turizma i Ministarstva poduzetništva i obrta Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina EU operativni program za konkurentnost Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostava barem dva tematska i/ili regionalna poduzetnička klastera
Mjera VII.7: Programi podizanja razine svijesti Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Planiranje tema, izbor predavača i osiguranje financija Izrada materijala internog marketinga Razrada i operacionalizacija aktivnosti kroz radionice, okupljanja, predavanja i sl. 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> Razvijeno barem četiri programa podizanja svijesti lokalnih razvojnih dionika Organizacija dvije kampanje za svaki od programa na županijskoj razini
Mjera IX.1: Marke kvalitete TZ Kvarnera	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje kriterija za dodjelu oznake kvalitete Kvarner Wellbeing i Kvarner Culture Uspostava sustava kvalitete Kvarner Wellbeing i Kvarner Culture Uspostava sustava kvalitete Kvarner Gourmet za specijalizirane trgovine domaćih – autohtonih - proizvoda Razrada sadržaja i operacionalizacija programa lojalnosti (Kvarner Card) PR kampanja Monitoring oznake kvalitete - Kvarner Family, Kvarner Gourmet, Kvarner Food, Kvarner Health and Wellbeing i Kvarner Culture Edukativni programi usmjereni na važnost kvalitete i zadovoljstvo gosta 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> Primjena sustava kvalitete Kvarner Wellbeing i Kvarner Culture Primjena sustava kvalitete Kvarner Gourmet za specijalizirane trgovine domaćih – autohtonih - proizvoda Primjena programa lojalnosti (Kvarner Card)
Mjera IX.2: Zeleni standardi Kvarnera	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje kriterija dodjele oznake Kvarner Eco ili Kvarner Green 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> Primjena sustava kvalitete Kvarner Eco ili Kvarner Green

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
TZ Kvarnera			<ul style="list-style-type: none"> • Uspostava sustava zelenih standarda • PR kampanja • Monitoring oznake Kvarner Eco ili Kvarner Green • Edukativni programi usmjereni na važnost zaštite okoliša 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina 	
Mjera X.3: Gospodarska promocija turizma Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	**	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Osiguranje organizacijsko-kadrovskih pretpostavki i nadležnosti • Definiranje prioriteta, tržišno spremnih razvojno-investicijskih projekata (portfelj projekata) • Priprema i organizacija investicijskih konferencija, organizacija obilaska globalno prepoznatljivih financijera, potencijalnih investitora i/ili kreatora imidža kao i provođenje tendera • Odabir investitora i kontrola provedbe ugovornih obveza 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljen portfelj ključnih razvojno investicijskih projekata • Organizacija barem jedne investicijske konferencije svake dvije godine

Važne mjere

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
Mjera III.2: Razvoj kamping ponude – priobalje i otoci Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranje i novu kamping izgradnju (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata) • Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica • Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina 	<ul style="list-style-type: none"> • Podizanje udjela smještajnog kapaciteta kampova s 4* i više zvjezdica na 35% u ukupnom kamping kapacitetu Županije • Izgradnja dva kampa za djecu i mladež

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
				<ul style="list-style-type: none"> Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: <ul style="list-style-type: none"> HBOR Komercijalne banke Vlastita sredstva investitora 	
<p>Mjera III.4: Razvoj agroturizma – priobalje i otoci</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka</p>	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Osmišljavanje i uspostavljanje nefinancijskih poticaja (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, medijatorske usluge prema različitim institucijama, smjernice kvalitete) Osmišljavanje i uspostavljanje financijskih poticaja (komunalna naknada, pokrivanje dijela troška kamata) Provedba programa internog marketinga – podizanje razine svijesti ključnih dionika razvoja seoskog turizma Uspostavljanje preduvjeta za interesno udruživanje/povezivanje (klasteri) pružatelja usluga agroturizma 	<ul style="list-style-type: none"> Nefinancijski poticaji kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj Financiranje privatnih investicijskih projekata: komercijalne banke, vlastita sredstva investitora 	<ul style="list-style-type: none"> Tržišna prezentacija tridesetak obiteljskih domaćinstava i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava na području priobalja i otoka Primorsko-goranske županije
<p>Mjera III.12: Unapređenje jahting turizma</p>	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> Umrežavanje i lobiranje radi izmjene i dopune neprimjerne legislative koja koči razvoj 	<ul style="list-style-type: none"> Proračuni jedinica lokalne samouprave 	<ul style="list-style-type: none"> Izrađena studija nosivog kapaciteta jahtinga, uključujući i

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području priobalja i otoka			<p>nautičkog turizma (prema Akcijskom planu razvoja nautičkog turizma RH)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Izrada studija nosivog kapaciteta jahtinga (marina, privezišta i sidrišta) u Županiji, uključujući stratešku procjenu utjecaja na okoliš, kao preduvjet održivog i okolišno prihvatljivog razvoja • Analiza planiranih vezova (broj, razmjestat i vrsta) u postojećim dokumentima prostornog uređenja (prostornim planovima) i njihova eventualna revizija • Poticanje izgradnje novih luka nautičkog turizma, uključujući i one za prihvata mega jahti • Unapređenje kvalitete postojećih kapaciteta u jahting turizmu (opskrba strujom, vodom, uređajima za pražnjenje crnih i sivih tankova, veličina veza, vezovi za velike jahte, sadržaji u lukama nautičkog turizma, uvođenje 'zelenih tehnologija' i inovacija u razvoj ponude i upravljanje itd.) • Izrada marketing plana jahting turizma <ul style="list-style-type: none"> • Razvoj programa nautičkih doživljaja na moru i na kopnu te stvaranje brenda hrvatskog nautičkog stila života • Poboljšanje dostupnosti informacija o turističkoj ponudi destinacije nautičarima u marinama i lukama otvorenim za javnim promet • Kreiranje on-line informacijsko-prodajne platforme specijalizirane za nautički turizam/jahting s atraktivnim i lako dostupnim sadržajem, mogućnost rezervacije i kupnje • Umrežavanje lokalnih i regionalnih agencija te partnerstva s globalnim distributerima, specijaliziranim agencijama za prodaju mega jahti s posadom 	<ul style="list-style-type: none"> • Proračun Primorsko-goranske županije • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj • EU programi teritorijalne suradnje • Komercijalni krediti • HBOR • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<p>stratešku procjenu utjecaja na okoliš</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utvrđeni razvojni prioriteti ponude nautičkog turizma • Uspostava barem dvije nove luke nautičkog turizma, od čega jedna s kapacitetom prihvata mega jahti

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> • Inoviranje nautičkih turističkih vodiča u tiskanom i digitalnom obliku • Intenziviranje odnosa s javnošću (specijalizirani on i off-line mediji) • Organiziranje studijskih putovanja za specijalizirane posrednike • Sudjelovanje na specijaliziranim sajmovima i manifestacijama • Organiziranje domaćih i međunarodnih manifestacija koje doprinose promidžbi nautičkog turizma: regate, festivali s temom mora i dr. 		
<p>Mjera IV.2: Razvoj kamping ponude – Gorski kotar</p> <p>Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave na području Gorskog kotara</p>	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Osmišljavanje i uspostavljanje sustava nefinancijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (tehnička pomoć, priprema projektne dokumentacije, interni marketing, medijatorske usluge prema različitim institucijama) • Osmišljavanje i uspostavljanje sustava financijskih poticaja za podizanje kvalitete, tematiziranja i novu kamping izgradnju (komunalna naknada, koncesije, pokrivanje dijela troška kamata) • Razvoj i provedba programa internog marketinga prema dionicima 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivnosti kroz proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina te sustava turističkih zajednica • Nefinancijski poticaji kroz: <ul style="list-style-type: none"> • Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva za obavljanje redovne aktivnosti TZ Kvarner • Financijski poticaji: <ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Financiranje privatnih investicijskih projekata: 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja i uređenje tri do četiri kampa ukupnog kapaciteta oko 150 kamp mjesta locirana uz prikladne prirodne resurse • Izgradnja i uređenje jednog do dva kamping odmorišta na infrastrukturno prikladnim lokacijama (ukupno do 50 kamp mjesta)

Izvještaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
				<ul style="list-style-type: none"> • HBOR • Komercijalne banke • Vlastita sredstva investitora 	
Mjera V.3: Panoramske žičare Primorsko-goranska županija u suradnji s odabranim jedinicama lokalne samouprave	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Valorizacija tržišnog potencijala resursno-atraksijske osnove za izgradnju panoramskih žičara • Valorizacija postojećih planova za izgradnju novih i obnovu postojećih žičara • Izrada dugoročnog (4-5 godina) plana realizacije projekata na temelju analize potreba i mogućnosti s prijedlogom prioriteta • Izrada projektne dokumentacije (uključujući i studije troškova i koristi i/ili studija tržišne održivosti i financijske isplativosti) • Pribavljanje dozvola • Osiguranje financijskih izvora • Realizacija 	<ul style="list-style-type: none"> • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • Proračuni jedinica lokalne samouprave • Proračun Primorsko-goranske županije • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost i ruralni razvoj • Komercijalni krediti • HBOR • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja barem jedne panoramske žičare
Mjera V.5: Uređenje izletišta Primorsko-goranska županija i jedinice lokalne samouprave	*	2017.–2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Izrada baze postojećih izletišta i utvrđivanje njihovog potencijala • Utvrđivanje potrebe za uspostavu novih izletničkih zona po subregijama • Određivanje prioriteta lokaliteta za uređenje izletišta • Izrada koncepta najbolje uporabe za odabrane lokacije s razradom modela upravljanja (javno i privatno) • Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu • Osiguranje izvora financiranja • Realizacija • Intenziviranje promocije izletišta 	<ul style="list-style-type: none"> • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • Proračuni jedinica lokalne samouprave • Proračun Primorsko-goranske županije • Sredstva TZ Kvarnera i turističkih zajednica gradova i općina • EU operativni programi za konkurentnost, ruralni razvoj i učinkovite ljudske potencijale • Komercijalni krediti • HBOR • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Uređenje i komercijalizacija desetak izabranih izletničkih lokacija

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
Mjera VI.4: Cestovna prometna dostupnost Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave	*	2017.–2020.	<ul style="list-style-type: none"> Izrada prometnih studija unapređenja cestovnog prometa na lokalnim razinama – postupna realizacija predloženih rješenja Umrežavanje dionika i lobiranje za rješavanje problema prometa na državnim cestama i auto cestovnoj mreži u Županiji Unapređenje sustava prometne i turističke signalizacije – izrada studija i postupna realizacija predloženih rješenja Unapređenje sustava javnog cestovnog (i drugih vrsta) prijevoza radi destimulacije korištenja vlastitih motornih vozila – izrada studija opravdanosti i postupna realizacija predloženih rješenja 	<ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije EU operativni programi za konkurentnost Komercijalni krediti HBOR Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja barem deset garaža i javnih parkirališta u izabranim turističkim destinacijama s neriješenim problemom prometa u mirovanju Smanjen broj nesreća na cestama sa smrtnim posljedicama u odnosu na 2015. godinu
Mjera VI.5: Turistički putnički prijevoz željeznicom Primorsko-goranska županija	*	2017.–2020.	<ul style="list-style-type: none"> Umrežavanje dionika i lobiranje za rješavanje problema željezničke pruge Karlovac - Rijeka (Krk) Istražiti mogućnosti unapređenja atraktivnosti postojećeg putničkog željezničkog povezivanja unutrašnjosti Hrvatske i ostalih gravitirajućih zemalja s Rijekom, posebno uspostavljanja turističkih vlakova Uređenje kolodvora i uvođenje novih vlakova 	<ul style="list-style-type: none"> Proračunska sredstva za obavljanje redovne aktivnosti službi Primorsko goranske županije 	<ul style="list-style-type: none"> Uređivanje željezničkih kolodvora u izabranim destinacijama Gorskog kotara, uključujući i opremanje turističkim sadržajima (info punkt, sustav interpretacije, wi-fi točke i sl.) Uspostavljanje turističkog vlaka Rijeka – Gorski kotar i/ili Zagreb – Gorski kotar
Mjera VIII.2: Programi stipendiranja i kreditiranja učenika i studenata za potrebe turizma Primorsko-goranska županija	*	2017.–2020.	<ul style="list-style-type: none"> Definiranje strukovnih zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija (uključujući i obvezne stipendista) Definiranje zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija i kredita studentima (uključujući i obvezne studenata) Definiranje zanimanja i kriterija natječaja za dodjelu stipendija i kredita za studiranje na međunarodnim specijalističkim programima (uključujući i obvezne studenata) Osiguranje sredstava za realizaciju programa te jačanje kadrovske i organizacijske podrške, uključujući i interesno povezivanje s korisnicima (programi sufinanciranja od strane 	<ul style="list-style-type: none"> Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina Namjenska sredstva Ministarstva turizma EU operativni programi za učinkovite ljudske potencijale Donacije (udružena sredstva zainteresiranih privatnih poduzetnika) 	<ul style="list-style-type: none"> Uspostavljanje sustava stipendiranja učenika i studenata Dodjela do 20 jednogodišnjih stipendija učenicima strukovnih zanimanja u turizmu godišnje Dodjela do 10 jednogodišnjih stipendija studentima za zanimanja u turističkim djelatnostima Dodjela do 2 jednogodišnje stipendije studentima za studiranje na međunarodnim specijalističkim programima

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<p>privatnog sektora te zainteresiranih javnih institucija)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Provedba natječaja i praćenje realizacije/ispunjavanja uvjeta 		
<p>Mjera VIII.4: Uspostavljanje centra izvrsnosti Primorsko-goranska županija</p>	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Definiranje koncepta (uključujući i obrazovne programe i programe međunarodne suradnje) i poslovnog modela centra te procjena njegove ekonomske društvene opravdanosti/održivosti • Odluka o pokretanju centra • Definiranje kadrovskih, financijskih i organizacijskih pretpostavki • Osiguranje izvora financiranja (• Program povezivanja s visokoškolskim obrazovnim institucijama Kvarnera i njihov usklađen/povezan razvoj • Realizacija (projekti, dozvole, natječaji, izgradnja/uređenje, kadrovsko ekipiranje, marketing) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i učinkovite ljudske potencijale • EU programi teritorijalne suradnje • Specifični EU programi (LIFE, Horizon, Leader, Cosme, Erasmus i sl.) • Donacije (udružena sredstva zainteresiranih privatnih poduzetnika) • HBOR • Komercijalni krediti • Sredstva privatnih poduzetnika (uključujući i javno-privatna partnerstva) 	<ul style="list-style-type: none"> • Uspostavljanje i opremanje centra izvrsnosti
<p>Mjera IX.3: Inkluzivni turizam na Kvarneru Primorsko-goranska županija u suradnji s jedinicama lokalne samouprave</p>	*	2017.-2020.	<ul style="list-style-type: none"> • Procjena razvojnog potencijala zapuštenih građevinskih objekata na području Županije u javnom vlasništvu pogodnih za razvoj različitih oblika socijalnog turizma • Definiranje prikladnog poslovno-upravljačkog modela • Izbor prioriteta projekata/lokacija • Edukativni programi za pružanje usluga osobama s posebnim potrebama i specifičnim tržišnim nišama • Osiguranje izvora financiranja za revitalizaciju prioriteta projekata 	<ul style="list-style-type: none"> • Sredstva Primorsko goranske županije, gradova i općina • Sredstva TZ Kvarnera i sustava TZ gradova i općina • Namjenska sredstva Ministarstva turizma • EU operativni programi za konkurentnost i učinkovite ljudske potencijale • EU programi teritorijalne suradnje 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizacija barem jednog smještajnog objekta za socijalni turizam • Uspostavljanje specijaliziranog prodajno-komunikacijskog kanala • Uspostavljanje barem deset staza i šetnica bez barijera

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

Mjera i nositelj/koordinator	Prioritet	Trajanje	Aktivnosti	Izvori financiranja	Projekti/pokazatelji uspjeha
			<ul style="list-style-type: none"> Izgradnja/uređenje objekata socijalnog turizma Osiguranje prodajno-komunikacijskog kanala vezanog uz ponudu socijalnog turizma Razvoj i operacionalizacija projekta staza i šetnica bez barijera Definiranje kriterija za dodjelu certifikata opremljenosti/prilagođenosti objekata za pojedine skupine osoba s posebnim potrebama Monitoring kvalitete pruženih usluga 	<ul style="list-style-type: none"> Specifični EU programi (Leader i sl.) 	

5. EKONOMSKI UČINCI

Procjena ekonomskih učinaka realizacije operativnih strategija i mjera razvoja turizma Kvarnera do 2020. godine izvodi se iz postavljenih indikatora za praćenje ostvarenja pojedinih mjera u Akcijskom planu kao i sustav pretpostavki koje određuju interno i eksterno okruženje turizma Kvarnera.

Pretpostavke za procjenu ekonomskih učinaka Strateškog plana razvoja turizma Kvarnera 2016.-2020.

Međunarodno okruženje

Faktori koji utječu na potražnju	<ul style="list-style-type: none"> Gospodarstvo Europske unije na putu je blagog gospodarskog rasta (realni rast bruto domaćeg proizvoda u euro zoni do 2%, prema OECD-a projekcijama do 2017.) Nastavlja se rast međunarodnih putovanja te ostvaruje dugoročna prognoza UNWTO-a o rastu međunarodnih putovanja do 2020. na području Europe po prosječnoj godišnjoj stopi u razdoblju od 2010. do 2020. godine od 2,7% (UNWTO EU, 2016) Proces izlaska Velike Britanije iz Europske unije odvija se bez većih oscilacija na gospodarstvo EU te uz suradnju obje strane Proces izlaska Velike Britanije iz Europske unije utječe na devalvaciju funte, a time i na smanjenje kupovne moći i sklonosti međunarodnih putovanja Britanaca, dolazi do strukturnih promjena u potražnji po receptivnim područjima uz orijentaciju prema cjenovno konkurentnim odredištima Blagi rast cijene kapitala Politička situacija na području Južnog i Istočnog Mediterana te Bliskog Istoka postupno se smiruje Terorizam postaje sve veći problem i utječe na smanjenje sklonosti međunarodnim putovanjima u svim državama Europske unije, to rezultira strukturnih promjena u potražnji pri čemu raste potražnje prema poznatim, bližim i sigurnijim područjima
Faktori koji utječu na ponudu	<ul style="list-style-type: none"> Nesigurni investicijski uvjeti na području zemalja europskog dijela Mediterana, ali i Mediterana u cjelini Politička situacija i stalne terorističke prijetnje utječu na smanjenje sklonosti investiranju u veće hotelsko-turističke projekte na području Mediterana

Domaće okruženje

Faktori koji utječu na potražnju	<ul style="list-style-type: none"> Ulazak Hrvatske u schengensko područje Proces gospodarske integracije Hrvatske u EU se nastavlja Blagi gospodarski oporavak do kraja analiziranog razdoblja Rast raspoloživog dohotka domaćeg stanovništva i jačanje domaće turističke potražnje
Faktori koji utječu na ponudu	<ul style="list-style-type: none"> Orijentacija domaćih poduzetnika prema turističkoj djelatnosti kako bi se iskoristile otvorene tržišne prilike ne samo u odnosu na djelatnost ugostiteljstva i turizma, već i drugih djelatnosti izravno i neizravno povezanih s turizmom Daljnji rast interesa za nekretninskim poduzetničkim poduhvatima vezanim uz turizam Daljnji rast interesa za ulaganje u nautički turizam Aktiviranje većih infrastrukturnih projekata financiranih EU sredstvima koji povećavaju vidljivosti/dostupnost Hrvatske Povećanje apsorpcijskog kapaciteta za korištenje raspoloživih sredstava EU fondova i programe u turizmu odnosno djelatnostima vezanih uz turističku potražnju

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

- Rast interesa međunarodnog kapitala za ulaganjem u Hrvatsku u uvjetima rasta političke nestabilnosti i terorizma u zemljama u okruženju
- Konsolidacija proračuna i rast kreditnog rejtinga Hrvatske, smanjivanje cijene međunarodnog zaduživanja
- Ograničeni obujam preferencijalnog kreditiranja investicijskih projekata kroz HBOR
- Postupno smanjivanje fiskalnog opterećenja poduzetnika

Turizam

Institucionalno okruženje	<ul style="list-style-type: none"> • Postupno uklanjanje razvojnih ograničenja sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. (rješenje problema turističkog zemljišta, koncesija, pomorskog dobra i sl.) • Privatizacija i aktiviranje devastirane imovine • Aktivnosti podizanja razine znanja i vještina zaposlenih u turističkim djelatnostima kao i obrazovanja za potrebe turizma • Uspostavljanje sustava destinacijskog upravljanja i menadžmenta na načelima destinacijskih menadžment organizacija
Turističko gospodarstvo	<ul style="list-style-type: none"> • Priprema i uspostava mjera i projekata usmjerenih na podizanje kvalitete usluga turističkih djelatnosti sukladno Strategiji razvoja turizma RH do 2020. godine, s posebnim naglaskom na razvoj zdravstvenog i ruralnog turizma kao i poticanje malog i srednjeg poduzetništva u turizmu • Orijentacija poduzetnika prema korištenju raspoloživih sredstava EU fondova/programa • Povećanje interesa za ulaganje u turističke gospodarske aktivnosti/projekte u uvjetima rasta potražnje i uspostavljenog sustava poticaja

Kretanje fizičke potražnje i ponude te prosječne potrošnje na području Kvarnera

		2015.*	2020.	2025.	rast 2015.- 2020. u %	rast 2015.- 2025. u %	φ godišnja stopa rasta 2015.-2025.
Hoteli i slični kapaciteti	Noćenja u mln.	3,4	4,2	5,6	22,5	65,2	5,2%
	Ukupni ležajevi u 000	29,96	33,46	37,46	11,7	25,0	2,3%
	Bruto iskorištenost u %	31,1	34,1	41,1	9,6	32,2	2,8%
	φ dnevna potrošnja u eur	98,6	113,4	141,7	15,0	43,8	3,7%
Kampovi		2015.	2020.	2025.	rast 2015.- 2020. u %	rast 2015.- 2025. u %	φ godišnja stopa rasta 2015.-2025.
	Noćenja u mln.	3,4	3,8	4,8	13,1	41,8	3,6%
	Ukupni ležajevi u 000	43,5	45	46,5	3,4	6,9	0,7%
	Bruto iskorištenost u %	21,4	23,4	28,4	9,3	32,7	2,9%
		43,6	48,0	56,1	10,0	28,7	2,6%
Obiteljski smještaj		2015.*	2020.	2025.	rast 2015.- 2020. u %	rast 2015.- 2025. u %	φ godišnja stopa rasta 2015.-2025.
	Noćenja u mln.	4,9	5,7	7,4	15,4	51,3	4,2%
	Ukupni ležajevi u 000	85,3	87,3	89,3	2,3	4,7	0,5%
	Bruto iskorištenost u %	15,7	17,7	22,7	12,7	44,5	3,7%
		48,1	52,9	60,8	10,0	26,5	2,4%

Izveštaj II: STRATEŠKI PLAN RAZVOJA TURIZMA KVARNERA 2016.-2020.

	2015.*	2020.	2025.	rast 2015.- 2020. u %	rast 2015.- 2025. u %	ϕ godišnja stopa rasta 2015.-2025.	
Ostali smještaj	Noćenja u mln.	1,4	1,5	1,8	8,2	31,5	2,8%
	Ukupni ležajevi u 000	22,2	22,7	23,7	2,3	6,8	0,7%
	Bruto iskorištenost u %	17,3	18,3	21,3	5,8	23,2	2,1%
	ϕ dnevna potrošnja u eur	48,1	50,5	55,6	5,0	15,5	1,5%

*podaci za prosječnu potrošnju po putovanju u eur u 2015. godinu nisu raspoloživi te su korišteni podaci za 2014. godinu (TOMAS Ljeto 2014., Institut za turizam)

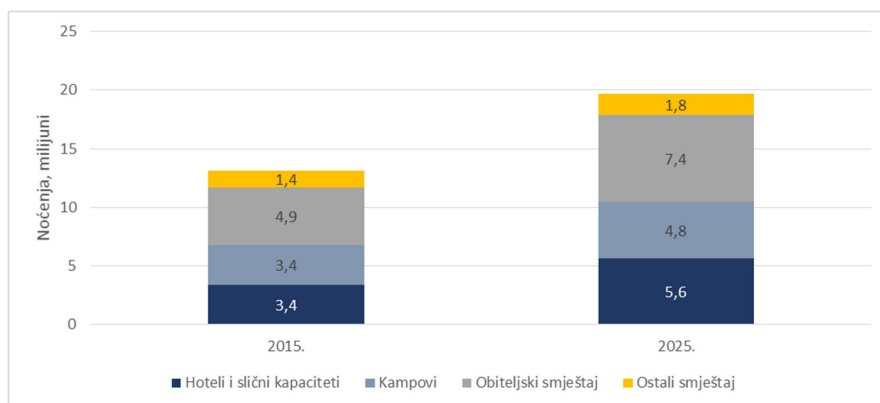
Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Potražnja

Polazeći od projiciranog kretanja fizičke potražnje za pojedinim komercijalnim kapacitetima, procjenjuje se da će u 2020. godini Kvarner ostvariti oko 15,2 milijuna noćenja, 15,8% više nego u 2015. godini (prosječan godišnji rast od 3%) te 19,7 milijuna noćenja u 2025. godini, 30% više nego u 2020. godini (prosječna stopa rasta 5,3% u razdoblju 2020.-2025.).

Uz projicirani najbrži rast potražnje, struktura noćenja prema vrsti kapaciteta bilježi blage promjene. Udio noćenja u hotelima i sličnim kapacitetima povećava se za 2,6 postotnih bodova, a u obiteljskom smještaju za 0,2 postotnih bodova, istodobno relativni udio kampova se smanjuje za 1,5 postotni bod dok ostali kapaciteti bilježe smanjenje udjela za 1,3 postotna boda (Slika 5.1.).

Slika 5.1. Noćenja prema vrsti kapaciteta u 2015. i 2025. godini



Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

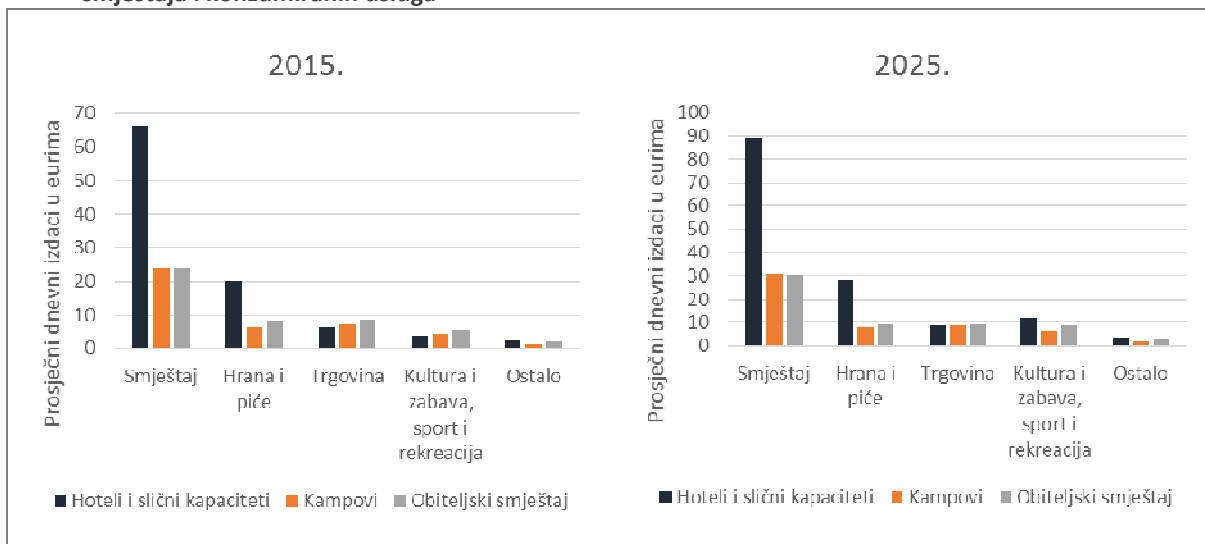
Prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji

Očekivano proširenje i produblivanje lanca vrijednosti te podizanje kvalitete usluga očekivano će se odraziti na povećanje prosječne dnevne potrošnje turista u destinaciji. Sukladno projiciranim promjenama potrošnje dnevne potrošnje turista prema vrsti kapaciteta te promjene strukture fizičke potražnje mjerene noćenjima, u 2025. godini očekuje se prosječna potrošnja od 82,3 eura odnosno 37,1% više nego u 2015. godini (prosječan godišnji rast 3,2%).

U uvjetima promjene strukture noćenja prema vrsti potrošnje te povećanja kvalitete destinacijske smještajne i izvansmeštajne ponude, povećanje prosječne dnevne potrošnje rezultat je promjene strukture izdataka prema vrsti konzumiranih usluga. Očekuje se povećanje izdataka za smještaj za 35% (ispodprosječan rast izdataka za smještaj unatoč projiciranom rastu kvalitete usluga/kategorije smještajnih kapaciteta odraz je produljenja razdoblja poslovanja odnosno povećanja iskorištenosti te sezonskih oscilacija cijena), izdataka za hranu za 32%, izdataka u trgovini za 20% kao i udvostručenja izdataka za usluge kulture i zabave te sporta i rekreacije. Projicirane promjene imat će utjecaja na blagu promjenu strukture izdataka prema vrsti konzumiranih usluga. Tako se očekuje, kao odraz produblivanja i proširivanja destinacijskog lanca vrijednosti, smanjenje udjela smještaja sa 59% na 58%

u ukupnim dnevnim izdacima u destinaciji, smanjenje udjela hrane i pića sa 18% na 17% i trgovine s 12% na 11%, uz rast udjela izdataka za usluge kulture i zabave te sporta i rekreacije s 8% na 11%. Udio izdataka na ostale usluge očekivano ostaje na razini od 3%.

Slika 5.2. Prosječna dnevna potrošnja turista u destinaciji u 2015*. i 2025. godini prema vrsti smještaja i konzumiranih usluga



* podaci za prosječnu potrošnju po putovanju u eur u 2015. godinu nisu raspoloživi te su korišteni podaci za 2014. godinu (TOMAS Ljeto 2014., Institut za turizam)

Izvor: Institut za turizam i Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Turistička potrošnja

Slijedom projekcija veličine i strukture prosječne dnevne potrošnje turista te noćenja turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima, moguće je procijeniti da će potrošnja turista na području Kvarnera koji borave u komercijalnim smještajnim kapacitetima u 2025. godine dostići iznos od 1,6 milijardi eura, dvostruko više nego u 2015. godini i 55% više nego u 2020. godini.

Valja naglasiti da procijenjeni iznos potrošnje ne pruža uvid u ukupnu turističku potrošnju koja se realizira na području Kvarnera, budući da toj procjeni nedostaju značajni elementi turističke potrošnje vezani uz potrošnju domaćih i inozemnih turista koji su boravili u nekomercijalnim oblicima smještaja (kuće i stanovi za odbor, boravci kod prijatelja i rodbine), potom potrošnja turista vezana uz neregistrirane tokove (neprijavljeni boravci i neprijavljeni komercijalni smještajni kapaciteti), potom cijeli aspekt potrošnje u nautičkom turizmu i kružnim putovanjima kao i potrošnja jednodnevnih posjetitelja. Jednako tako, nisu dostupni podaci niti o vrijednosti imputiranih usluga smještaja i ostale imputirane potrošnje kao i turističkih društvenih transfera u stvarima.

Budući da raspoloživi javni izvori službene statistike gotovo da ne pružaju niti jedan statistički relativno pouzdan izvor o veličini potrošnje tih segmenata (osim turističke aktivnosti domaćeg stanovništva na području Županije) veličinu turističke potrošnje na području Kvarnera nije moguće statistički pouzdano procijeniti. Stoga se, budući da se radi o izuzetno važnom elementu za vođenje turističke politike (vidi mjeru VII.2) preporučuje pokretanje inicijative za uspostavljanje metodološkog okvira statistički utemeljenog praćenja (dnevni izdaci i fizička potražnja) što većeg broja elemenata nužnih za praćenje kretanja turističke potrošnje.

Ipak, u cilju dobivanja barem grube slike o veličini ukupne turističke potrošnje Kvarnera moguće je, na utvrđenu potrošnju turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima, preslikati strukturu ukupne potrošnje svih segmenata jednodnevnih i višednevnih posjetitelja utvrđenoj na razini Hrvatske pretpostavljajući da je struktura potrošnje na razini Županije i Hrvatske barem približno ista. Takva pretpostavka sasvim sigurno nije točna u slučaju jednodnevne turističke potražnje koja je na području Kvarnera očekivano manja nego na području Hrvatske (veći tranzit), no radi se o veličini koja u svom vrijednosnom izrazu tek manjim dijelom utječe na ukupne turističke tokove. Preslikavajući, dakle, sliku/strukturu turističke potrošnje Hrvatske na Kvarner (prema Satelitski račun turizma RH za 2011.

godinu i izračun neizravnih i ukupnih učinaka turizma u RH, Institut za turizam, 2014.) slijedi da bi ukupno utvrđena potrošnja turista 1,03 milijardi eura u 2020. godini mogla sudjelovati u ukupnoj turističkoj potrošnji s udjelom oko 60% iz čega slijedi da bi se ukupna turistička potrošnja u 2020. godini mogla kretati oko iznosa od 1,7 milijarde eura.

Novozaposleni

U uvjetima stalne racionalizacije poslovanja kao i činjenice da obiteljski smještaj (agroturizam) ne generira statistički registrirano zapošljavanje, procjenjuje se da projicirana razina aktivnosti i dinamika realizacije planiranih mjera razvoja turizma Kvarnera investicija ima potencijal generiranja zapošljavanja oko 3,5-4 tisuće djelatnika.

Bruto dodana vrijednost turizma

Utvrđivanje važnosti turizma na nacionalnoj razini zasniva se na međunarodno prihvaćenoj metodologiji Satelitskog računa turizma. Hrvatska raspolaže s procjenom izravne bruto domaće vrijednosti i bruto domaćeg proizvoda turizma utemeljenoj na toj metodologiji za 2011. godinu. Procjena veličine turizma na sub-nacionalnoj razini podrazumijeva dva pristupa, regionalizaciju nacionalnog satelitskog računa (pretpostavlja postojanje regionalne tablice ponude i uporabe) ili izradu regionalnog satelitskog računa (vidi primjerice *Regional Tourism Satellite Account*, UNWTO, 2013.). Budući da stupanj razvijenosti nacionalnih/regionalnih računa u Hrvatskoj u nadležnosti službene statistike ne pruža dovoljno kvalitetnu osnovicu za izradu regionalnog računa turizma, a i da regionalizaciju nacionalnog računa turizma podrazumijeva provođenje niza dodatnih istraživanja, procjenu veličine bruto dodane vrijednosti turizma Županije moguće je tek grubo provesti preslikavanjem strukture glavnih makroekonomskih veličina na Kvarner. To minimalno podrazumijeva izdvajanje neto indirektnih poreza (indirektni porezi umanjeni za subvencije) i uvoza (međuregionalnog i međunarodnog) kako bi se utvrdila vrijednost proizvodnje (u uvjetima ne postojanja regionalnih proizvodnih računa) odnosno vrijednost intermedijarnih proizvoda kako bi se utvrdio bruto dodana vrijednost turizma Kvarnera. Koristeći udjele turizma izvedene iz Satelitskog računa turizma RH za 2011. godinu i izračun neizravnih i ukupnih učinaka turizma u RH (Institut za turizam, 2014.), odnosno zanemarujući bilo kakve regionalne specifičnosti, slijedi da bi u 2020. godini bruto dodana vrijednost mogla okvirno iznositi oko 819 milijuna eura. Posebno se naglašava da je riječ o vrlo gruboj aproksimaciji koja zahtijeva bitno proširenje analitičke osnovice kako bi procjena dobila na pouzdanosti.