

Plan razvoja turizma
Primorsko-goranske
županije
do 2030. godine

Izvor:
Turistička
zajednica
Kvarnera,
autor: Frank
Heuer



Izvoditelj:

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilište u Rijeci

Naručitelj:

Primorsko-goranska županija

2022.

Izvor:
Turistička
zajednica
Kvarnera,
autor: Frank
Heuer



Sadržaj

1. UVOD	1
2. GLOBALNI TRENDovi NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	3
2.1. Kvantitativna analiza trendova u turizmu	4
2.1.1. Obilježja turističkog tržišta do 2020. godine	4
2.1.2. Utjecaj pandemije COVID-19 na turizam	5
2.2. Kvalitativna analiza trendova u turizmu	7
2.2.1. Utjecaj demografskih promjena na turizam	7
2.2.2. Održivi razvoj turizma	10
2.2.3. Digitalna transformacija i inovacije u turizmu	12
2.3. Trendovi na strani turističke potražnje	13
2.4. Trendovi na strani turističke ponude	14
3. SPECIFIČNOSTI I ZNAČAJ IMPLEMENTACIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA	17
4. ANALIZA STANJA TURIZMA	19
4.1. Makroekonomski pokazatelji kretanja gospodarstva s naglaskom na turizam	20
4.1.1. Ostvareni bruto domaći proizvod	20
4.1.2. Poduzetništvo	22
4.1.3. Izravna inozemna ulaganja	26
4.1.4. Obrtništvo	27
4.2. Analiza prirodnih i antropogenih atrakcija	28
4.2.1. Prirodni resursi i atrakcije	29
4.2.2. Kulturno-povijesne atrakcije i resursi	33
4.2.3. Ostale antropogene atrakcije	34
4.3. Ljudski potencijali	35
4.3.1. Obilježja ljudskih potencijala	35
4.3.2. Tržište rada	37
4.4. Obilježja turističkog prometa i smještajnih kapaciteta	40
4.4.1. Turistički promet i struktura smještajnih kapaciteta	41
4.4.2. Nautički turizam	46
4.5. SWOT analiza	49
5. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA	51
6. RAZVOJNE POTREBE I RAZVOJNI POTENCIJALI	53
7. POSEBNI CILJEVI	57
7.1. Posebni cilj 1. „Unapređivanje kvalitete i izvrsnosti“	61
7.2. Posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“	64
7.3. Posebni cilj 3. „Isticanje raznolikosti i posebnosti“	67
7.4. Posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“	71
7.5. Posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“	75
8. ZAKLJUČAK	80
UPRAVLJAČKI SAŽETAK	81
LITERATURA I IZVORI	83
PRILOG 1.	86
Rezultati empirijskih istraživanja	86
PRILOG 2. Prikaz posebnih ciljeva i pokazatelja ishoda Plana razvoja turizma Primorsko–goranske županije do 2030. godine	87

1. UVOD



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Sandro Tariba

Primorsko-goranska županija izrazito je razvijena turistička destinacija Republike Hrvatske duge tradicije, istaknute kvalitete i jasne opredijeljenosti ka daljem unapređenju svih elemenata turističke ponude. S ciljem stvaranja planske osnove za nove investicije, unapređenje općih uvjeta kako boravka turista tako i života i rada lokalnog stanovništva izrađuje se Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine.

Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine (u daljnjem tekstu: Plan) je dokument kojim se uspostavlja dugoročni strateški razvojni okvir turizma na Kvarneru.

Planom se ističu raznolikosti i glavne značajke područja Primorsko-goranske županije – primorja, otoka i gorja – Strateški ciljevi oblikuju se tako da budu provedivi i otvaraju mogućnost razrade kroz konkretne mjere i aktivnosti.

Pri izradi Plana prihvaćaju se relevantni planski i usmjeravajući dokumenti te se posebno može istaknuti Plan razvoja Primorsko-goranske županije za razdoblje 2022. – 2027., Nacionalna razvojna strategija do 2030. godine, Nacionalni plan oporavka i otpornosti, Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Također, Plan je usklađen s relevantnim dokumentima i politikama Europske unije. Dokument Plana nadovezuje se na Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. – 2020./2021. uzimajući istovremeno u obzir značajne promjene u uvjetima na turističkom tržištu, globalnim trendovima i stanjem turizma Primorsko-goranske županije.

U samoj razradi Plana i razmatranju turizma kao složene ekonomske i društvene pojavnosti koristi se integralni pristup kojim se želi istaknuti značaj razvoja turizma i značaj turizma ukupnom ekonomskom i društvenom razvoju Primorsko-goranske županije, uz doprinos definiranih strateških ciljeva realizaciji strateških ciljeva i smjernica razvoja Republike Hrvatske i Europske unije. Intencija je Plana definirati potrebne razvojne elemente tako da se njihovom razradom i provedbom potiču ideje i projekti koji su pogodni za sufinanciranje iz raspoloživih europskih fondova i programa. Plan se izrađuje u skladu sa Zakonom o strateškom planiranju i upravljanju razvojem Republike Hrvatske i Priručnikom o strateškom planiranju.

Plan se strukturira kroz šest tematskih poglavlja, Uvod i Zaključak:

- Uvod,
- Globalni trendovi relevantni za budući razvoj turizma,
- Specifičnosti i značaj implementacije održivog razvoja turizma Primorsko-goranske županije,
- Analiza stanja turizma, SWOT analiza,
- Vizija razvoja turizma,
- Razvojne potrebe i razvojni potencijali, razvojni smjerovi,
- Posebni ciljevi,
- Zaključak.

Metodologija izrade Plana usklađena je sa željenim učincima i participativnim načinom donošenja dokumenta. Uz istraživanja dostupne literature, izvora i analize podataka za potrebe Plana, izvršen je terenski obilazak uz radne sastanke/intervjue s ključnim dionicima turističkog razvoja Primorsko-goranske županije.

Za potrebe izrade Plana provelo se ispitivanje stavova dionika u turizmu o ključnim problemima i razvojnim odrednicama turizma Primorsko-goranske županije, a budući da Plan uvažava načela održivog razvoja, provedeno je ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o razvoju turizma Primorsko-goranske županije.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Frank Heuer

2. GLOBALNI TRENDovi NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU



Sagledavanje trendova u okruženju u kojem se odvijaju poslovne, odnosno turističke aktivnosti, uz analizu aktualne situacije, ishodište je strateškog planiranja u turizmu. Trend označava smjer razvoja neke pojave u vremenu (u odnosu na prethodno stanje) ili u odnosu na neku drugu pojavu (u odnosu na nešto)¹. On se izražava kao promjena određene ekonomske varijable u funkciji vremena, pri čemu mogu postojati kratkotrajna odstupanja od razvojnog puta².

Trendove na turističkom tržištu moguće je promatrati s više aspekata. Neki su trendovi tek u nastajanju, dok drugi trendovi mogu imati uzlaznu putanju ili su na vrhuncu, odnosno u opadanju. Trendovi mogu biti kratkoročni, srednjoročni i dugoročni. Moguće je proučavati i uzroke promjena, posebno kad se radi o dugoročnim trendovima koji su prisutni ili se očekuje njihov utjecaj na turizam u razdoblju dužem od deset godina. U turizmu je moguće pratiti trendove na strani ponude i potražnje, a u analizi trendova moguće je primijeniti kvantitativni i kvalitativni pristup.

U nastavku slijedi prikaz ključnih trendova prisutnih na globalnom turističkom tržištu, kao i onih koji se očekuju do 2030. godine i dulje. Najprije su prikazani kvantitativni pokazatelji i trendovi, a potom je naglasak stavljen na kvalitativne promjene u turizmu. S obzirom na vrijeme provođenja analize, prikazani su trendovi izazvani pandemijom, ali i ostali trendovi koji nisu uzrokovani pandemijom, ali je moguće da ih je kriza intenzivirala ili istaknula njihov značaj. Nadalje, objašnjeni su uzroci dugoročnih globalnih trendova na turističkom tržištu, a na kraju su prikazani trendovi koji su karakteristični za turističku ponudu i potražnju.

2.1. Kvantitativna analiza trendova u turizmu

Kvantitativna analiza temelji se na praćenju statističkih podataka. Kako bi se objektivno sagledalo stanje i perspektive na turističkom tržištu, prikazani su pokazatelji i trendovi u razdoblju prije pandemije COVID-19, zatim utjecaj pandemije virusa COVID-19 na turizam te oporavak i trendovi na turističkom tržištu nakon pandemije.

2.1.1. Obilježja turističkog tržišta do 2020. godine

Turizam je važan sektor globalnog, ali i mnogih nacionalnih gospodarstva. Generator je gospodarskog rasta, stvara infrastrukturu i radna mjesta, unapređuje životni standard i kvalitetu života ljudi. U 2019. godini turistički sektor generirao je 10,4 % svjetskog BDP-a (9,2 bilijuna USD),

10,6 % svih radnih mjesta (334 milijuna), od čega je 54 % žena, bio je zaslužan za otvaranje 1 od 4 svih novih radnih mjesta u svijetu i zapošljavao je veći udio mladih nego u ukupnom gospodarstvu.³

Prema podacima Svjetske turističke organizacije (UNWTO) u 2019. godini zabilježeni su sljedeći trendovi na globalnom turističkom tržištu:⁴

- 2019. bila je godina snažnog rasta, iako su međunarodni dolasci rasli ispod iznimnih stopa zabilježenih u 2017. (+7 %) i 2018. (+6 %);
- ostvareno je 1,460 milijuna međunarodnih dolazaka turista i 1,481 milijardu USD ukupnih prihoda od međunarodnog turizma;
- turizam je tijekom vremena doživio kontinuiranu ekspanziju, unatoč povremenim udarcima. Između 2009. i 2019. rast prihoda od međunarodnog turizma (54 %) premašio je porast svjetskog BDP-a (44 %);
- vrijednost ukupnog izvoza kroz međunarodni turizam dosegao je 1,7 bilijuna USD;
- najveći rast dolazaka ostvaren je na Bliskom istoku (8 %), zatim u Europi (4 %), te Aziji i Pacifiku (4 %);
- u Europi je ostvaren 51 % od ukupnog broja međunarodnih dolazaka – slijede Azija i Pacifik (25 %), Amerika (15 %), Afrika (5 %) i Bliski istok (4 %);
- gotovo 40 % prihoda od međunarodnog turizma ostvareno je u Europi, a slijede je Azija i Pacifik s 30 %;
- od ukupnog broja međunarodnih dolazaka 40 % ostvareno je u 10 svjetskih destinacija, a 4 od 5 turista putuju unutar svoje regije. Najposjećenije zemlje su bile Francuska, Španjolska, SAD, Kina, Italija, Turska, Meksiko, Tajland, Njemačka i Ujedinjeno Kraljevstvo;
- najvažnija emitivna regija bila je Europa s 48 % međunarodnih dolazaka. Slijedi Azija i Pacifik (26 %), Amerika (17 %), Afrika (3 %), Bliski Istok (3 %), a za 3 % dolazaka nema podataka;
- glavna svrha putovanja u svim regijama su putovanja u slobodno vrijeme osim na Bliskom istoku, gdje prevladava posjet prijateljima i rodbini, odnosno putovanja u zdravstvene ili vjerske svrhe. Udio putovanja u slobodno vrijeme porastao je s 50 % u 2000. na 55 % u 2019. godini;
- udio zračnog prometa porastao je s 46 % u 2000. na 59 % u 2019., dok je kopneni promet smanjen s 49 % na 35 % u istom razdoblju. U 2019. godini čak 59 % putovanja ostvareno je zrakoplovom, 35 % cestovnim prijevozom, 5 % prijevozom na vodi i 1 % željeznicom.

¹ Hendlja, Z. (2013) Turistička politika i razvoj: Trendovi na turističkom tržištu kao polazište u planiranju razvoja turizma. U: Bartoluci M.: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Zagreb, Ekonomski fakultet Zagreb, str. 3.

² Galičić, V. (2014) Leksikon ugostiteljstva i turizma, Opatija, FMTU, str. 960, natuknica „Trend“.

³ World Travel & Tourism Council (2021) Travel and Tourism Economic Impact 2021, Global Economic Impact and Trends, June 2021. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177> (19. 12. 2021.)

⁴ World Tourism Organization (2021.) International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456> (17. 12. 2021.)

Razvidno je da je Europa bila najposjećenija turistička regija u svijetu sa 744 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka u 2019. godini. Realizirano je 576 milijardi USD prihoda. U odnosu na prethodnu godinu najveći rast turističkih dolazaka ostvaren je u Južnoj, odnosno Mediteranskoj Europi (5 %), zatim u Srednjoj i Istočnoj Europi (4 %) te u Zapadnoj (2 %) i Sjevernoj Europi (2 %).⁵

Svjetska turistička organizacija (UNWTO) prognozirala je rast međunarodnih dolazaka od 43 milijuna godišnje u razdoblju od 2010. do 2030. godine⁶. Prognozirano je da će međunarodni turistički dolasci dostignuti 1,8 milijardi do 2030. godine, pri čemu će većina novih dolazaka biti ostvarena u Aziji i Pacifiku, a Sjeveroistočna Azija bit će 2030. godine najposjećenija regija. Nadalje, planirano je da će dolasci sa svrhom provođenja slobodnog vremena, odmora i rekreacije rasti po stopi od 3,3 % godišnje, a dolasci u svrhu posjeta prijateljima i rodbini, radi zdravlja ili vjerskih razloga 3,5 % godišnje, a dolasci zbog poslovnih razloga 3,1 % godišnje. Također je predviđeno da će do 2030. godine putovanja sa svrhom posjete rodbine i prijatelja, putovanja u vjerske i druge svrhe predstavljat će 31 % svih međunarodnih dolazaka, dolasci radi provođenja slobodnog vremena, odmora i rekreacije 54 % te poslovni i profesionalni razlozi 15 %.⁷ S obzirom na to da je riječ o dugoročnim prognozama, UNWTO je objavio i tri alternativna scenarija i sukladno tome korigirao projekcije turističkog prometa. Međutim, ni u jednom od scenarija nije mogla biti predviđena globalna zdravstvena kriza koja je započela početkom 2020. godine i pokazala osjetljivost turističkog sektora na vanjske utjecaje.

2.1.2. Utjecaj pandemije COVID-19 na turizam

Višegodišnji trend rasta globalnog turističkog prometa prekinut je 2020. godine. Uzrok sloma turističkog tržišta bila je zarazna bolest uzrokovana virusom SARS-CoV-2 poznata kao koronavirusna bolest (COVID-19)⁸. Prve preporuke za međunarodna putovanja Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) dala je 10. siječnja 2020. godine⁹, a 11. ožujka 2020. donijela je procjenu da bi se bolest COVID-19 mogla okarakterizirati kao pandemija¹⁰. Uslijedilo je uvođenje ograničenja putovanja radi sprječavanja širenja bolesti koja je započela u Kini. Sve zemlje svijeta uvele su restrikcije, a 27 % svih destinacija diljem svijeta u potpunosti je zatvorilo svoje granice za

međunarodni turizam. Međunarodni turizam vratio se na razinu od prije trideset godina.¹¹ U 2020. godini evidentiran je pad međunarodnih turističkih dolazaka na globalnoj razini od čak 74 % (odnosno na 381 milijun dolazaka, što je manje od razine iz 1990. godine kad je ostvareno 400 milijuna dolazaka) i gubitka od jedne milijarde turističkih dolazaka i više od 2 bilijuna USD globalnog BDP-a.¹²

Pandemija je izazvala ozbiljne posljedice za globalno gospodarstvo i turizam. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WT&TC) u svom godišnjem izvješću iz 2021. navelo je brojne posljedice krize izazvane pandemijom COVID-19 za turistički sektor u 2020. godini. Utvrđeno je sljedeće:¹³

- kao rezultat ograničenja međunarodne mobilnosti, sektor putovanja i turizma pretrpio je gubitke od gotovo 4,5 bilijuna USD, a njegov globalni doprinos BDP-u pao je za 49,1 % u odnosu na 2019. godinu i dosegnuo samo 4,7 bilijuna USD u 2020. godini;
- potrošnja domaćih posjetitelja smanjila za 45 %, a zbog ograničenja putovanja potrošnja međunarodnih posjetitelja pala je za čak 69,4 %. To je dovelo do toga da je povećan udio potrošnje domaćih posjetitelja u ukupnoj turističkoj potrošnji sa 72 % ukupne potrošnje u 2019. na 82 % u 2020. godini;
- u 2020. izgubljeno je 62 milijuna radnih mjesta, a ostalo je samo 272 milijuna zaposlenih u cijelom sektoru na globalnoj razini. Posebno su pogođena mala i srednja poduzeća koja čine 80 % poduzeća u sektoru. Također, neproporcionalno su pogođene žene, mladi i manjine. I dalje postoji prijetnja od gubitka radnih mjesta ako izostanu potpore od strane vlada;
- globalni doprinos sektora svjetskom BDP-u smanjen je za 49,1 % u odnosu na 2019. godinu i iznosio je samo 5,5 %;
- potrošnja za putovanja sa svrhom provođenja slobodnog vremena smanjena je za 49,4 %, dok je potrošnja poslovnih putovanja pala za 61 %;
- u Europi je zabilježen pad udjela turističkog sektora u BDP-u za 51,4 % u 2020. Domaća turistička potrošnja je pala za 48,4 %, a međunarodna za 63,8 %, što je manje od 69,4 % za koliko je pala međunarodna potrošnja na globalnoj razini. To je posljedica unutareuropskih putovanja pa je Europa ostala vodeća regija na globalnoj razini prema broju međunarodnih dolazaka.

⁵ Ibid. – (World Tourism Organization (2021) International Tourism Highlights, 2020 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456>

⁶ World Tourism Organization (2011) Tourism Towards 2030: Global Overview, Madrid, 2011.

⁷ Ibid.

⁸ World Health Organization (2021), Coronavirus disease (COVID-19), https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 (18. 12. 2021.)

⁹ World Health Organization (2021) WHO advice for international travel and trade in relation to the outbreak of pneumonia caused by a new coronavirus in China, <https://www.who.int/news-room/articles-detail/who-advice-for-international-travel-and-trade-in-relation-to-the-outbreak-of-pneumonia-caused-by-a-new-coronavirus-in-china> (18. 12. 2021.)

¹⁰ World Health Organization (2021) Director-General's opening remarks at the Member States information session on COVID-19 - 11 March 2021, <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-member-states-information-session-on-covid-19---11-march-2021>, (18. 12. 2021.)

¹¹ World Tourism Organizations (2021) COVID-19 and tourism, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (18. 12. 2021.)

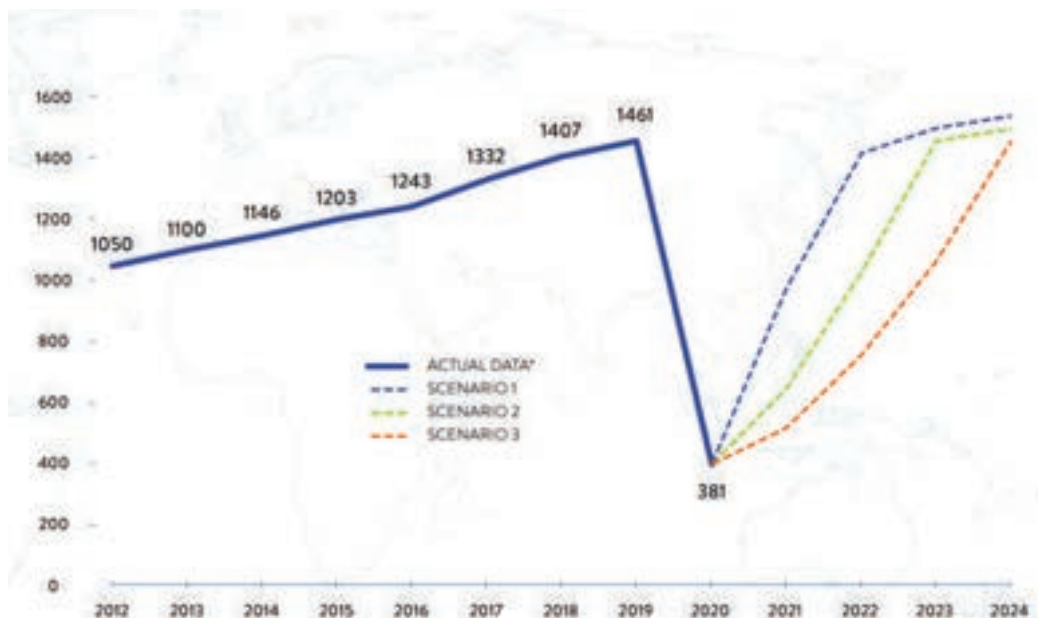
¹² World Tourism Organizations (2021) COVID - 19 and Tourism - 2020: A Year in Review, Madrid, 2021.

¹³ World Travel & Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact (2021). Global Economic Impact and Trends, June 2021., <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> (18. 12. 2021.)

Postavlja se pitanje koliko će trajati kriza? Većina turističkih stručnjaka ne očekuje da će se međunarodni turizam vratiti na pretpandemijsku razinu prije 2023. godine.¹⁴ Svjetska turistička organizacija (UNWTO) razvila je scenarije

oporavka, prema kojima se očekuje od dvije i pol do četiri godine za oporavak turističkog sektora i dostizanje broja međunarodnih dolazaka na razinu iz 2019. godine.

Grafikon 1: Scenariji oporavka turizma (izraženo u milijunima)



Izvor: UNWTO, COVID – 19 and tourism,, 2020: A year in review, January, 2021, <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> , (18. 12. 2021.)

Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WT&TC) predviđa sljedeće trendove oporavka turizma:¹⁵

- rast udjela turizma u BDP-u za 30,7 % u 2021. i 31,7 % u 2022.;
- rast domaće potrošnje za 41,5 % u 2021. i 24,3 % u 2022. godini;
- međunarodni turizam prešći će domaću potrošnju 2022. godine jer sve više destinacija ublažava ograničenja;
- rast međunarodne potrošnje na globalnoj razini za 9,3 % u 2021. i za 93,8 % u 2022.;
- Sjeverna Amerika predvodit će oporavak s 36,8 % predviđenog rasta udjela turizma u BDP-u, a slijedi azijsko-pacifička regija s očekivanim rastom od 36,3 %, Afrika (27,7 %), Bliski istok (27,1 %) i Europa (23,9 %);
- rast međunarodne potrošnje od 148,3 % u azijsko-pacifičkoj regiji u 2022. jer se očekuje da će se više destinacija ponovno otvoriti za putovanja.

- Diversifikacija turističkih proizvoda i ciljnih skupina. Otpornosti pridonosi raznovrsna turistička ponuda prema specifičnoj svrsi putovanja (npr. slobodno vrijeme, posao ili zdravlje) i vrsta aktivnosti ili proizvoda (npr. sunce/plaža, zima/skijanje, aktivno/planinsko, prirodno/ruralno, urbano/kultura/baština, shopping, MICE ili gastroturizam).;
- Dobro upravljanje destinacijom. Sugerira se suradnja različitih dionika, udruživanje snaga i resursa s ciljem prevladavanja krize;
- Otvorenost i inovativnost. Sposobnost prilagodbe promjenjivim okolnostima ovisi o spremnosti i o otvorenosti za promjene i eksperimentiranje. Prilagodljiva, otvorena i inovativna odredišta mogu se lakše prilagoditi promjenjivim okolnostima nego ona koja se drže „starih navika“;
- Pristup financiranju i resursima. Provođenje promjena ili preživljavanje krize ovisi i o pristupu financijskim resursima.

Brzina oporavka turističkih destinacija pogođenih krizom povezana je s otpornošću na krize. Otpornost lokalnih i regionalnih turističkih sustava ovisi o različitim čimbenicima, kao što su:¹⁶

Turističke destinacije koje budu uvažavale navedene spoznaje brže će se oporaviti od aktualne krize i postati otpornije na moguće krize u budućnosti. Međutim, pandemija je potaknula određene trendove za koje se

¹⁴ Ibid. (prema: UNWTO Panel of Experts survey, UNWTO World Tourism Barometer, January 2021.)

¹⁵ Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (2021) Trending in travel: Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond, 2021.

¹⁶ Prilagođeno prema: European Commission, Regional impacts of the COVID-19 crisis on the tourist sector, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2021., str. 65.

očekuju da će biti prisutni u kraćem ili srednjem roku. Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WT&TC) identificiralo je četiri trenda koja omogućavaju prevladavanje krize i oporavak sektora putovanja i turizma koja će biti prisutna najmanje sljedeće dvije godine:¹⁷

- Promjena potražnje – Iz perspektive potražnje, COVID-19 mijenja sklonosti i ponašanja putnika prema poznatom i predvidljivom, odnosno putovanjima s niskim rizikom. U kratkom roku dominirat će domaća i regionalna putovanja, detaljnije planiranje putovanja te boravak na otvorenom. Za pokretanje potražnje bit će ključna proaktivna i transparentna komunikacija te bliska suradnja poduzeća s partnerima u lancu vrijednosti;
- Zdravlje i higijena – Zdravlje i sigurnost bit će na prvom mjestu. Osobna iskustva, savjeti stručnjaka, zabrinutost zbog fizičkog distanciranja usmjeravat će ponašanje turista u kratkom i srednjem roku. Važno je steći povjerenje i ostvariti transparentnu komunikaciju između putnika i zaposlenika u turizmu. Poslovni subjekti morat će surađivati kako bi se proveli protokoli o sigurnim putovanjima;
- Inovacije i digitalizacija – COVID-19 potaknuo je implementaciju inovacija i novih tehnologija u turizmu. Potrošači također usvajaju nove tehnologije;
- Održivost – Pojačana je svijest javnosti o okolišu i zalaganje za zaštitu divljih životinja i čuvanje oceana. Jača kontrola zaštite okoliša u poslovnom sustavu, podržava se različitost i uključivost. S obzirom na velik udio žena, manjina i mladih u usporedbi s drugim sektorima, turizam ima jedinstvenu priliku zaštititi ranjive skupine i djelovati na smanjenje siromaštva i nejednakosti.

Na temelju navedenog može se zaključiti da je pandemija izazvala važne promjene u cjelokupnom gospodarskom sustavu, uključujući turizam. Pokrenuti su novi trendovi koji će preobraziti turistički sektor. Neki od njih su kratkoročni ili srednjoročni, dok se za neke pojave može konstatirati da su osnažene i da će dugoročno značajno transformirati turizam. Očekuju se dugoročne promjene na strani ponude i potražnje.

2.2. Kvalitativna analiza trendova u turizmu

Osim trendova koji su potaknuti pandemijom koronavirusa, od kojih su neki kratkoročni ili srednjoročni, na turizam

djeluju i drugi uzroci te su evidentni dugoročni trendovi od kojih su neki neovisno od pandemije, a drugi su osnaženi za vrijeme pandemije. U ovom je dijelu fokus na dugoročnim trendovima, odnosno megatrendovima koji će utjecati na različita područja života i rada ljudi tijekom 10–15 godina i reflektiraju se na čitav niz aktivnosti u različitim sektorima. Ti trendovi uzrokovani su promjenama u okruženju turističkog sustava. Dugoročno mijenjaju obrasce ponašanja ljudi i poslovne aktivnosti. Najvažniji uzroci dugoročnih trendova na globalnom turističkim tržištu vezuju se za promjene u demografskom i tehnološkom okruženju te klimatske promjene i prekomjerni turizam koji su katalizator dugoročnog trenda održivog razvoja turizma. Slijedi prikaz najvažnijih sveobuhvatnih trendova na globalnom turističkom tržištu koji imaju dalekosežne učinke.

2.2.1. Utjecaj demografskih promjena na turizam

Turizam čine ljudi. Broj i struktura stanovništva važni su čimbenici razvoja turističke ponude i potražnje. S jedne strane, determiniraju veličinu i strukturu turističke potražnje, a s druge strane mogu biti ograničavajući ili stimulativni čimbenik razvoja turističke ponude. Demografske promjene dugoročnog su karaktera pa su rezultati demografske politike vidljive za desetak i više godina. Stoga, pri razvoju strategija razvoja turizma treba voditi računa o demografskim promjenama i razvijati one turističke proizvode koji će odgovarati budućim potrebama ljudi.

U demografskom okruženju razvidno je nekoliko trendova koji će globalno imati velike posljedice na turizam. Najvažniji dugoročni trendovi su rast broja stanovništva, promjene u demografskoj strukturi stanovništva, migracije i urbanizacija.

Na globalnoj razini vidljiv je trend rasta broja stanovnika. Prema podacima Ujedinjenih naroda u svijetu je 2019. godine bilo 7,7 milijardi stanovnika (UN, 2019)¹⁸ Očekuje se da će do 2030. godine broj stanovnika rasti za 10 %, a do 2050. godine za 26 % kad će iznositi 9,7 milijardi stanovnika. Pri tome će se najveći porast ostvariti u Africi, dok će rast broja stanovnika u Europi i Sjevernoj Americi iznositi samo 2 % do 2050. godine (UN, 2019)¹⁹ Uzmu li se u obzir i migracije, koje će biti najveći uzrok promjena broja stanovnika u nekim zemljama, jasan je zaključak da će se promjene u broju stanovnika reflektirati na gospodarski rast i razvoj te da će, osim na turističku potražnju, značajno utjecati i na tržište rada. To može biti značajan ograničavajući čimbenik razvoja turizma u zemljama koje se suočavaju s padom broja stanovnika i iseljavanje, kao što je slučaj u Hrvatskoj.

¹⁷ obrada prema World Travel & Tourism Council, Oliver Wyman (2020) To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID – 19, September 2020.

¹⁸ United Nations, World Population Prospects (2019.) Highlights, June 2019. <https://population.un.org/wpp>, (21. 21. 2021.)

¹⁹ United Nations, World Population Prospects (2019.) Highlights, June 2019. <https://population.un.org/wpp>, (21. 21. 2021.)

Migracije stanovništva u vezi su i s trendom urbanizacije. Projekcije su Ujedinjenih naroda da će se broj stanovnika koji žive u urbanim područjima sa sadašnjih 55 % do 2050. godine povećati na 68 % (UN, 2018). Migracije stanovništva iz ruralnih u urbana područja te povećanje broja stanovnika može povećati broj ljudi u urbanim područjima na 2,5 milijardi do 2050., pri čemu se gotovo 90 % tog povećanja događa u Aziji i Africi (UN, 2018)²⁰.

Trendovi rasta broja stanovnika, migracije i urbanizacija reflektirati će se na turističko tržište tako da će na globalnoj razini turistički promet rasti na istoku i jugu Zemlje, odnosno očekuje se porast odlaznih putovanja iz Afrike, Bliskog istoka i Azije (World Travel & Tourism Council, 2019.).²¹ Međutim, urbanizacija se može očitovati i u vidu prekomjernog turizma koji negativno djeluje na održivost turizma destinacije i narušava kvalitetu života stanovnika.

Za turizam Hrvatske i Primorsko-goranske županije važan je dugoročni trend starenja stanovništva koji rezultira promjenama u generacijskim skupinama. Prema podacima Ujedinjenih naroda (UN, 2020)²² u 2020. godini u svijetu je živjelo oko 727 milijuna osoba u dobi od 65 godina ili više. Očekuje se da će se taj broj više nego udvostručiti do 2050. i doseći preko 1,5 milijardu ljudi, odnosno da će udio starijih osoba u globalnoj populaciji porasti s 9,3 % u 2020. na 16,0 % u 2050. te da će do sredine stoljeća svaka šesta osoba u svijetu imati 65 godina ili više (UN, 2020)²³.

Demografske promjene, uključujući starenje stanovništva i migracije, reflektiraju se na broj pripadnika generacijskih skupina. Kako na tržište rada ulaze mlađe generacije, dugoročno će doći do promjena u stilu života i putovanja. Promjene su vidljive već i danas. Budući da svaka generacija ima određena obilježja ponašanja na turističkom tržištu, važno je istaknuti najvažnije karakteristike generacijskih skupina, s aspekta turističke potražnje. U Tablici 1 prikazana su obilježja generacija koje danas sudjeluju na turističkom tržištu.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Vladimir Franolić

²⁰ United Nations (2018) Revision of World Urbanization Prospects, <https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html> (21. 12. 2021.)

²¹ World Travel & Tourism Council (2019) World, Transformed: Megatrends and Their Implications for Travel & Tourism, January 2019., str. 13.

²² United Nations (2020) World Population Ageing 2020 Highlights, October 2020. <https://www.un.org/development/desa/pd/> (21. 12. 2021.).

²³ ibid.

Tablica 1: Generacijske skupine

GENERACIJSKA SKUPINA	GODINE ROĐENJA*	OBILJEŽJA PUTOVANJA
BABY BOOMGENERACIJA	1946.–1964.	<ul style="list-style-type: none"> Turisti stariji od 65 godina ostvarili su gotovo 1 od 4 turističkih noćenja u privatne svrhe koje su stanovnici EU realizirali u 2019. godini te odlaze na duža putovanja, po mogućnosti u svoju zemlju prebivališta.²⁴ Glavni motivi putovanja su im opuštanje i odmor. Traže iskustva na otvorenom (planinarenje, kampiranje, posjet povijesnim i slikovitim atrakcijama i sl.). Sporo prihvaćaju promjene i često putuju s obitelji.²⁵ Iskusni su, zahtjevni, djeluju racionalno, traže mnogo informacija o ponudnom proizvodu i imaju dovoljno vremena za provjeru dobivenih podataka, a vrijeme provedeno u donošenju odluke o kupnji je duže u usporedbi s mladim putnicima.²⁶ Stariji putnici duže ostaju na svom odredištu, troše više vremena na planiranje i češće posjećuju prijatelje i rođake.²⁷
GENERACIJA X	1965.–1980.	<ul style="list-style-type: none"> Pripadnici generacije X vole trošiti novac na nova iskustva koja će obogatiti njihov život poput putovanja i odmora. Važna im je vrijednost za novac. Prikupljaju informacije i rezerviraju smještaj putem Interneta. Često putuju s članovima obitelji.²⁸
GENERACIJA Y (MILENIJALCI)	1981.–1996.	<ul style="list-style-type: none"> Najveća generacijska skupina koju čini 31,5 % populacije od 7,7 milijardi ljudi, što ju čini privlačnim turističkim tržištem.²⁹ Aktivni su u planiranju putovanja i traže informacije iz različitih izvora. Radlje istražuju međunarodne lokacije nego domaća odredišta. Traže širok spektar turističkih iskustava, otvoreni su za komunikaciju i brzo reagiraju na internetsko oglašavanje.³⁰ Često rezerviraju putem Interneta. Ukoliko putuju poslovno, žele produžiti svoja poslovna putovanja kako bi dodatno vrijeme proveli s prijateljima i obitelji. Milenijalci su digitalni nomadi, traže autentična iskustva i putovanja zasnovana na aktivnostima, poput kulturnog/obrazovnog, kulinariskog, volonterskog i avanturističkog turizma.³¹ Pod utjecajem su tehnologije, očekuju brzinu i efikasnost na svojim putovanjima, Ne boje se isprobavanja novih proizvoda i korištenja novih načina rezervacije. Navikli su dijeliti svoje životne aktivnosti i mišljenja s prijateljima putem društvenih medija. Dosljedno provjeravaju recenzije prije rezerviranja. Rado putuju s prijateljima, traže interakciju i socijalizaciju. Odsjedaju u hostelima, ali traže i dodatne sadržaje te autentična iskustva lokalne kulture. Promoviraju društvenu odgovornost.³²
GENERACIJA Z	1997.–2012.	<ul style="list-style-type: none"> Generacija Z odrasla je u okruženju prožetom informacijsko-komunikacijskom tehnologijom i može se definirati kao hiperpovezana generacija³³. Sudjeluje u različitim slobodnim aktivnostima; imaju želju za društvenom interakcijom, sudjelovanjem i zajedničkim stvaranjem iskustava koja se također mogu odvijati u virtualnom svijetu.³⁴ Prema istraživanju Europske komisije za putovanje³⁵, generaciju Z karakteriziraju sljedeća obilježja: <ul style="list-style-type: none"> odrasla je u doba razvijene svijesti o ljudskom ponašanju, osobnom zdravlju, tehnologiji i utjecaju čovječanstva na okoliš, pitanja poput globalizacije, financijske krize, terorizma, klimatskih promjena i tehnologije odigrala su snažnu ulogu u oblikovanju stavova i uvjerenja generacije Z, a samim time i njihovom ponašanju na putovanju, imaju osjećaj odgovornosti prema globalnoj zajednici i okolišu, imaju visoka očekivanja u pogledu pristupačne, besprijeorne povezanosti kod kuće i tijekom putovanja, svjesni su važnosti tjelesnog i mentalnog zdravlja, pripadnici te generacije ušli su na tržište rada i za očekivati je da će u budućnosti predstavljati značajan turistički segment.

Izvor: prema Pew Research Center, Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>, (15. 12. 2021.)

²⁴Eurostat, Statistics Explained, Tourism trends and ageing, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_trends_and_ageing (21. 8. 2021.)

²⁵Nordin, S. (2005) Tourism of Tomorrow: Travel Trends and Forces of Change, Östersund: European Tourism Research Institute

²⁶Śniadek, J. (2006) Age of seniors—a challenge for tourism and leisure industry. Studies in physical culture and tourism, 13, str. 103–105., http://www.wbc.poznan.pl/Content/61372/PDF/Sniadek_REV.pdf, (15. 12. 2021.)

²⁷Horneman, L., Carter, R.W., Wei, S. i Ruys, H. (2002.) Profiling the senior traveller: an Australian perspective. Journal of Travel Research, 41(1), str. 23–37. <https://doi.org/10.1177/004728750204100104>

²⁸Nordin, S., op. cit.

²⁹The Wandering RV, 75+ Millennials Travel Statistics & Trends for 2021, <https://www.thewanderingrv.com/millennials-travel-statistics/> (22. 12. 2021.)

³⁰Kim, H., Xiang, Z. i Fesenmaier, D. R. (2015). Use of the Internet for trip planning: A generational analysis, Journal of Travel and Tourism Marketing 32 (3), str. 276–289. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.896765>

³¹eHotelier, 2019 trends in global millennial travel, <https://insights.ehotelier.com/global-news/2019/04/16/2019-trends-in-global-millennial-travel/>, (22. 12. 2021.)

³²Lee, T. Y. (2013). Top 10 Trends of the Next Generation of Travel: The Millennials. HVS Global Hospitality Report, (April), str. 1–16.

³³Haddouche, H. i Salomone, C. (2018.) Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. Journal of Tourism Futures, 4(1), str. 69–79. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>

³⁴Skinner, H., Sarpong, D. i White, G. R. T. (2018) Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching, Journal of Tourism Futures, 4(1), str. 93–104. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0060>

³⁵European Travel Commission, Study on Generation Z Travellers, Brussels, July 2020, https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf (19. 12. 2021.)

Promjene vezane za broj i strukturu stanovništva reflektiraju senaturističko tržište. Zbog promjena u strukturi kućanstva, odnosno sve većeg broja samačkih kućanstava, na globalnoj razini uočen je porast broja samostalnih (solo) i višegeneracijskih putovanja.³⁶ Samostalna putovanja su u 2019. godini činila 11 % turističkog tržišta, pri čemu su žene zastupljene s 84 %.³⁷ dok su se do 2016. godine smatrala tržišnom nišom.

Za turizam Primorsko-goranske županije od velike je važnosti trend starenja stanovništva. U budućnosti se može očekivati porast potražnje za zdravstveno-turističkim uslugama. Zdravstveni turizam krovni je pojam koji objedinjava pojmove medicinskog i wellness turizma, te njihove podgrupe.³⁸ Županija raspolaže potencijalima za još snažniji razvoj zdravstvenog turizma. Lječilišta, specijalne bolnice, klinike i poliklinike, medicinske i dentalne ustanove, hotelska poduzeća, ali i brojna mala i srednja poduzeća imaju mogućnost razvijati nove proizvode i programe i diversificirati svoju ponudu u skladu s potrebama tržišta.

2.2.2. Održivi razvoj turizma

Turizam je vrlo osjetljiv na različite krizne situacije koje se javljaju u okruženju u kojemu se odvijaju turističke aktivnosti. Veliku zabrinutost i interese stručnjaka, znanstvenika i opće populacije izazivaju globalne klimatske promjene. Istraživanje provedeno 2020. godine pokazalo je da 37 % od više od 20 tisuća ispitanika vjeruje da su klimatske promjene najviše zabrinjavajuće pitanje okoliša s kojim se svijet suočava.³⁹

Postoji interakcija između turizma i klimatskih promjena. S jedne strane, klima je važan čimbenik razvoja turizma i atraktivnosti turističke destinacije. Stoga su dionici u turizmu svjesni važnosti očuvanog okoliša i klime za dugoročni razvoj turizma. Međutim, iako je turizam osjetljiv na klimatske promjene, istovremeno ima značajan negativan učinak na klimu i okoliš, budući da pridonosi emisiji stakleničkih plinova koji izazivaju globalno zatopljenje. Turizam je odgovoran za oko 8 % ukupnih emisija CO₂.⁴⁰ Najveći generator emisije ugljika je promet. Utvrđeno je da je 2016. godine promet povezan s turizmom prouzročio pet posto globalnih emisija ugljika, a predviđa se da će emisije CO₂ iz prometa povezanog s turizmom porasti i predstavljati 5,3 % svih emisija koje će prouzrokovati ljudi u svijetu u 2030. godini.⁴¹

Polazeći od činjenice da turizam predstavlja okosnicu razvoja mnogih gospodarstava u svijetu, uključujući Republiku Hrvatsku, potrebno je ulagati napore da se minimiziraju negativni učinci turizma na okoliš, kako bi se očuvali resursi za razvoj turizma, ali i kvalitetan život budućih generacija.

Na stanje u okolišu negativno utječe i prekomjerni turizam (engl. overtourism), koji predstavlja izazov upravljanju turističkim destinacijama. Posljedica je urbanizacije, gospodarskog razvoja, nižih troškova prijevoza, olakšanim putovanjima i rastućom srednjom klasom u naprednim gospodarstvima i gospodarstvima u razvoju, što je pretvorilo gradove u sve popularnija odredišta za putovanja.⁴²

Kao odgovor na izazove koji proizlaze iz djelovanja čovjeka na okoliš, uključujući turističku aktivnost, pojavljuje se paradigma održivog razvoja turizma. Održivi razvoj turizma nije novi trend, ali s vremenom nije izgubio na značaju. Štoviše, zaključak UNWTO/PATA foruma o turističkim trendovima održanog 2018. godine je da je održivost srž razvoja turizma do 2030. godine.⁴³

Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP) Svjetske turističke organizacije (UNWTO) definiraju održivi turizam kao turizam koji:⁴⁴

- optimalno koristi okolišne resurse koji su ključni element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti;
- poštuje društveno-kulturnu autentičnost destinacije, čuva njezino izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti te doprinositi međukulturalnom razumijevanju i toleranciji i
- osigurava da su gospodarske aktivnosti održive i dugoročne te da donose društvenu i gospodarsku korist svim dionicima uz pravičnu raspodjelu, između ostaloga stabilnost zaposlenja, mogućnosti zarade društvenih usluga zajednici, pomažući uklanjanju siromaštva.

U temeljnom dokumentu „Učiniti turizam održivijim: vodič za kreatore politike“⁴⁵ UNEP i UNWTO ističu da su „smjernice za održivi razvoj turizma i prakse upravljanja primjenjive na sve oblike turizma u svim vrstama destinacija, uključujući masovni turizam i različite segmente

³⁶ World Tourism Organisation (2019) International Tourism Highlights, 2019 Edition., <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (19. 12. 2021).

³⁷ Solo Travel Statistics (2020–2021). <https://www.condorferries.co.uk/solo-travel-statistics> (19. 12. 2021).

³⁸ World Tourism Organization (2018) European Travel Commission, Exploring Health Tourism – Executive Summary, <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420308> (20. 12. 2021).

³⁹ Statista, Environmental pollution worldwide, <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/study/56496/environmental-pollution/> (17. 12. 2021).

⁴⁰ Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., Malik, A. (2018) The carbon footprint of global tourism. Nature Climate Change, 8(6), 522–528, doi: 10.1038/s41558-018-0141-x

⁴¹ Statista, Share of carbon dioxide emissions coming from tourism-related transport worldwide in 2016, with a forecast for 2030, <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/statistics/1222827/global-carbon-emission-share-of-tourism-related-transport/#statisticContainer> (17. 12. 2021).

⁴² World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018) 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>

⁴³ World Tourism Organization (2019) 12th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook, The Future of Tourism: Road to 2030, 25 – 27 October 2018, Gulin, China, Executive Summary, Madrid, 2019., <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420728> (20. 12. 2021).

⁴⁴ United Nations Environment Programme (UNEP), World Tourism Organizations (UNWTO), Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Maker, Paris, Madrid, 2005., str. 11.–12.

⁴⁵ United Nations Environment Programme (UNEP), World Tourism Organizations (UNWTO), Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Maker, Paris, Madrid, 2005., str. 11.–12.

nišnog turizma“. Nadalje „načela održivosti odnose se na ekološke, gospodarske i socio-kulturne aspekte razvoja turizma, a između ove tri dimenzije mora se uspostaviti odgovarajuća ravnoteža kako bi se zajamčila njegova dugoročna održivost“. Ne manje važno, treba istaknuti da „održivi turizam također treba održavati visoku razinu zadovoljstva turista i osigurati značajno iskustvo turistima, podižući njihovu svijest o pitanjima održivosti i promicati među njima prakse održivog turizma.“

Program Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP) Svjetske turističke organizacije (UNWTO) istaknuo je 2005. godine ciljeve održivog razvoja turizma.⁴⁶ Međutim, izazov paradigme održivog razvoja nije donošenje ciljeva i strategija, već implementacija načela održivog razvoja u praksi kako u javnom tako i u privatnom sektoru. Stoga je UNWTO razvio Statistički okvir za mjerenje održivosti turizma⁴⁷ te prati napredak u ostvarenju ciljeva održivog razvoja. Tako Svjetska turistička organizacija (UNWTO) i UNDP u svom dokumentu „Turizam i ciljevi održivog razvoja – Put do 2030., Naglasci“ otkrivaju da javni i privatni sektor u potpunosti prepoznaju potencijalni doprinos turizma ciljevima održivog razvoja te da zemlje kao i poduzeća mogu potaknuti istinski napredak u razvoju turizma kako bi on postao zeleniji, pravedniji i uključiviji.⁴⁸ Njihovo istraživanje o integraciji održivih obrazaca potrošnje i proizvodnje u turističke politike objavljeno 2019. godine pokazalo je da je održivost ključni dio turističkih politika u svim državama koje su bile uključene u istraživanje.⁴⁹

Održivi turizam strateški je prioritet i Europske unije. Europska komisija donijela je 2007. godine „Agendu održivog i konkurentnog europskog turizma“⁵⁰ čije su polazište izazovi održivog turizma koji uključuju: očuvanje prirodnih i kulturnih bogatstava; ograničavanje negativnih utjecaja na turističke destinacije, uključujući korištenje prirodnih resursa i proizvodnju otpada; promicanje dobrobiti lokalne zajednice; smanjenje sezonske potražnje; ograničavanje utjecaja turizma na okoliš; učiniti turizam dostupnim svima; poboljšanje kvalitete turističkih poslova. Nadalje, u ožujku 2021. godine prihvaćena je Rezolucija Europskog parlamenta o uspostavi strategije Europske unije za održivi turizam, koja treba omogućiti: oživljavanje sektora zahvaljujući planovima za odgovor na pandemiju COVID-19; (2) preusmjeravanje politika upravljanja unutar okvira Unije, (3) prijelaz na održiv, odgovoran i pametan turizam, (4) planiranje budućnosti turističkog sektora.⁵¹ Razvidno je da održivi razvoj turizma nije privremeni trend,

već će biti dominantna paradigma razvoja turizma i u predstojećem razdoblju.

Načela održivog razvoja implementirana su u ključne razvojne dokumente u Republici Hrvatskoj. Krovni strateški dokument Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine⁵² donesen je 2021. godine. Taj sveobuhvatni dokumenti strateškog planiranja predstavlja uporište za razvoj hrvatskog turizma. Strategijom je razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma određen kao jedno od prioritarnih politika za ostvarenje strateškog cilja „Konkurentno i inovativno gospodarstvo“⁵³. U skladu sa spomenutom Strategijom, koja daje veliki značaj turizmu kao dijelu gospodarskog sustava Republike Hrvatske i kao strateški prioritet ističe održivi razvoj turizma, Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske izradilo je Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine koja predstavlja ishodište razvoja turizma na nacionalnoj, ali i regionalnim razinama.

Osim što je održiv, turizam danas treba biti društveno odgovoran i pristupačan svima. Pristupačni turizam (engl. Accessible tourism) omogućuje ljudima sa specifičnim zahtjevima za pristup (uvažavajući mobilnost, vid, sluh i kognitivne dimenzije pristupa), da funkcioniraju neovisno, pravedno i dostojanstveno kroz isporuku univerzalno dizajniranih turističkih proizvoda, usluga i okruženja. To uključuje sve ljude, čak i one koji putuju s djecom u kolicima, osobe s invaliditetom i starije osobe.⁵⁴ O navedenom svjedoče i sljedeći podaci:⁵⁵

- milijarda ljudi živi s nekim oblikom invaliditeta (15 % svjetske populacije);
- do 2050. godine 1 od 6 osoba bit će u dobi višoj od 65. godina, a u Europi i Sjevernoj Americi 1 od 4 osobe koje žive u Europi mogle bi imati 65 godina ili više;
- više od 46 % starijih osoba (preko 60) već imaju invaliditet;
- putnici s invaliditetom obično putuju u pratnji 2 do 3 osobe;
- potencijalno tržište ljudi s invaliditetom u Europskoj uniji je više od 80 milijuna ljudi (130 milijuna ako se dodaju starije i prateće osobe);

⁴⁶ United Nations Environment Programme (UNEP), World Tourism Organizations (UNWTO), Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Maker, Paris, Madrid, 2005., str. 18–19.

⁴⁷ UNWTO, <https://www.unwto.org/standards/statistical-framework-for-measuring-the-sustainability-of-tourism> (15. 12. 2021.)

⁴⁸ World Tourism Organization and United Nations Development Programme (2017) Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419340>, (15. 12. 2021.)

⁴⁹ World Tourism Organization (2019.) United Nations Environment Programme, Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Politics, Madrid, 2019., <https://doi.org/10.18111/9789284420605> (18. 12. 2021.)

⁵⁰ European Commission, Communication from the Commission (2007) Agenda for a sustainable and competitive European tourism, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621> (9. 12. 2021.)

⁵¹ Europski parlament, Rezolucija Europskog parlamenta o uspostavi strategije EU-a za održivi turizam, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_HR.html (9. 12. 2021.)

⁵² Hrvatski sabor, NN 13/2021., https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html (15. 12. 2021.)

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009) A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. Journal of Hospitality and Tourism Management, 16(1), str. 32–44.

⁵⁵ World Tourism Organization (2020.) UNWTO Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19, Issue I: Persons with Disabilities, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422296> (17. 12. 2021.)

- 70 % osoba s invaliditetom u Europskoj uniji ima financijske i fizičke mogućnosti za putovanje;
- prosječna potrošnja turista s invaliditetom za odmor u Španjolskoj iznosi više od 800 eura za razliku od 600 eura koliko troše osobe bez invaliditeta.

Pristupačnost se ne odnosi samo na osobe s invaliditetom, već na sve ljude koji, bez obzira na svoje životne okolnosti (na primjer, obitelji s malom djecom, mladi studenti, stariji ljudi), imaju pravo na pristup turističkim doživljajima. Stoga, turizam treba biti dostupan svima, kako osobama s posebnim potrebama ili osobama koje žive u specifičnim okolnostima⁵⁶. Pravo na turizam svim ljudima istaknuto je i u Globalnom etičkom kodeksu za turizam koji promiče odgovorni, održivi i svima pristupačni turizam.⁵⁷ UNWTO je ponudio i referentni okvir za intervencije, alate i resurse koji su potrebni za pružanje usluga i upravljanje pristupačnim turizmom. Cilj je potaknuti ključne dionike u sektoru turizma na implementaciju mjera koje će rezultirati većim sudjelovanjem različitih skupina ljudi u turističkoj djelatnosti, uključujući osobe s invaliditetom⁵⁸. Turističke destinacije koje implementiraju te mjere, razvit će turističku ponudu koja će poboljšati turističko iskustvo, ali i istovremeno unaprijediti kvalitetu života svojih stanovnika. Takav turizam koji integrira koncepte održivog turizma, pristupačnog i socijalnog turizma može se svesti pod krovni naziv turizam za sve (engl. Tourism for all)⁵⁹. Može se zaključiti da će megatrend održivog, društveno odgovornog, uključivog i svima pristupačnog turizma biti temeljna paradigma razvoja turizma razdoblju koje slijedi.

2.2.3. Digitalna transformacija i inovacije u turizmu

Razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije značajno je utjecao na sve sfere društva i poslovne procese. Turizam je jedan od prvih sektora koji je digitalizirao poslovne procese na globalnoj razini⁶⁰. Razvijena su brojna tehnološka rješenja koja pospješuju digitalnu transformaciju u turizmu i nameću nove trendove. Glavni tehnološki trendovi primjenjivi u turizmu su:⁶¹

- **Glasovno pretraživanje i glasovna kontrola** – omogućava putnicima glasovno pretraživanje prilikom pronalaženja i rezervacija zrakoplovnih karata, hotelskih soba i različitih doživljaja putovanja. Može se koristiti za upravljanje

rasvjetom i grijanjem u hotelskim sobama, za dobivanje turističkih informacija bez potrebe za razgovorom s članom osoblja.

- **Robotika** – primjena robota u hotelijerstvu, restoraterstvu, zračnim lukama ili putničkim agencijama smanjuje kontakte među ljudima, zamjenjuje ljudsku radnu snagu, skraćuje vrijeme čekanja na uslugu i pruža niz drugih koristi.
- **Beskontaktno plaćanje** – omogućuje bržu obradu plaćanja, uštedom vremena unapređuje korisničko iskustvo, a u vrijeme pandemije virusa COVID-19 štiti osoblje, dok se putnici osjećaju sigurnije.
- **Umjetna inteligencija (AI)** – umjetna inteligencija kontinuirano uči iz interakcija s kupcima. Koristi se za obradu podataka i potrebe korisničke podrške te poboljšanja iskustva kupaca.
- **Virtualna stvarnosti (VR)** – putnicima pruža mogućnost doživljaja udaljenih lokacija iz udobnosti vlastitog doma. Koristeći VR korisnici mogu doživjeti virtualne obilaske hotela i restorana, znamenitosti, nacionalnih parkova ili druge aktivnosti.
- **Proširena stvarnost (AR)** – tehnologija omogućava proširenje stvarnog okruženja dodatnim sadržajima te poboljšava korisničko iskustvo, pružajući korisnicima informacije o lokalnim odredištima ili zabavu.
- **Chatbotovi s umjetnom inteligencijom** – klijentima pružaju brze odgovore na pitanja 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, neovisno o raspoloživosti osoblja.
- **Internet stvari (IoT)** – podrazumijeva internetsku međusobnu povezanost uređaja za svakodnevnu upotrebu, omogućavajući slanje i primanje podataka.
- **Tehnologija prepoznavanja** – uključuje prepoznavanje otiska prsta, prepoznavanje lica, skeniranje mrežnice i druge biometrijske identifikatore.
- **Veliki podatci (engl. big data)** – primjenjuju se za analizu poslovanja, za potrebe upravljanja prihodima, predviđanje razine potražnje, optimizaciju cijena i promotivnih strategija te za personalizaciju turističke ponude.
- **Mjere kibernetičke sigurnosti** – s ciljem unapređenja kibernetičke sigurnosti potrebno je pratiti propise i ulagati u hardver i softver.

⁵⁶ World Tourism Organization (2016) Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418077> (17. 12. 2021.)

⁵⁷ World Tourism Organization (2001) Global Code of Ethics for Tourism, Madrid, <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (9. 12. 2021.)

⁵⁸ World Tourism Organization (2016) Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418077> (17. 12. 2021.)

⁵⁹ World Tourism Organization (2016) Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context, Madrid, 2016. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/moduleieng13022017.pdf> (17. 12. 2021.)

⁶⁰ World Tourism Organization (2021) Digital transformation, <https://www.unwto.org/digital-transformation> (16. 12. 2021.)

⁶¹ Revfine, 11 Key Technology Trends Emerging in the Travel & Tourism Industry, <https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/> (16. 12. 2021.)

Najvažniji utjecaj digitalizacije na turistički sektor vidljiv je u području pojave pametnih rješenja koja olakšavaju putovanja, razvoj pametnih destinacija i novih profila poslova.⁶² Sveobuhvatni pametni model putovanja uključuje primjenu mjera koje poboljšavaju i olakšavaju putovanja i unapređuju sigurnost, kao što su primjena pametnih viza, sigurnosnih procesa i infrastrukture koja se temelji na inovativnim tehnologijama.⁶³

Primjena inovativnih tehnoloških rješenja i digitalna transformacija mijenjaju način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te omogućavaju razvoj pametnih destinacija. Pametna turistička destinacija podrazumijeva dinamičko međusobno povezivanje dionika putem tehnološke platforme na kojoj se informacije koje se odnose na turističke aktivnosti mogu odmah razmjenjivati.⁶⁴ Ta integrirana platforma ima više dodirnih točaka kojima se može pristupiti putem raznih uređaja krajnjih korisnika što će podržati stvaranje i olakšavanje turističkih iskustava u stvarnom vremenu i poboljšati učinkovitost upravljanja turističkim resursima u cijeloj destinaciji i na mikro i na makro razini. Konačni cilj je korištenje sustava za poboljšanje turističkog iskustva i unapređenje učinkovitosti upravljanja resursima kako bi se maksimizirala konkurentnost destinacije i zadovoljstvo potrošača, dok se također demonstrira održivost tijekom duljeg vremenskog okvira.⁶⁵

Očekuje se da će najveći utjecaj digitalne transformacije u turizmu biti vidljiv u utjecaju na radnu snagu u turističkom sektoru. Upravljanje pametnim destinacijama zahtijevat će nove vještine nužne za implementaciju pametnih inicijativa. Iako će uvođenje automatizacije promijeniti prirodu nekih poslova u turizmu, a neke u potpunosti iskorijeniti, generirat će se i nove prilike za zapošljavanje, a mikro, mala i srednja poduzeća imat će priliku za rast.⁶⁶ Zato je potrebno poticati obrazovanje u području inovativnih tehnologija koje će omogućiti implementaciju digitalnih rješenja u poslovne procese i upravljanje pametnim turističkim destinacijama.

2.3. Trendovi na strani turističke potražnje

Promjene na strani turističke potražnje vezuju se za ponašanje potrošača, odnosno posjetitelja turističkih destinacija. Neki su trendovi potaknuti pandemijom i očekuje se da će biti kratkoročni ili srednjoročni. Međutim,

postoje i trendovi koji nisu vezani za globalnu zdravstvenu krizu, iako je ona još više ukazala na značaj tih promjena. Promjene u ponašanju turista izazvane pandemijom su sljedeće:⁶⁷

- ljudi putuju u bliže destinacije, odnosno ostaju kod kuće i odlaze na jednodnevne izlete u blizini (tzv. staycation) stoga se domaći turizam pokazao otporniji na krizu;
- turisti su zabrinuti zbog zdravstvenih i sigurnosnih mjera i pravila otkazivanja turističkih aranžmana;
- odlasci u prirodu, ruralni turizam i izleti postali su popularan način provođenja slobodnog vremena zbog ograničenja u putovanjima, ali i želje za stjecanjem iskustava na otvorenom;
- povećano je zanimanje za rezervacije u zadnji čas (engl. lastminute) zbog neizvjesnosti i ograničenja putovanja;
- brži oporavak međunarodnog turizma ostvarit će se u segmentu mladih putnika. „Zreli“ putnici i umirovljenici će biti najugroženiji segmenti;
- putnici poklanjaju više pažnje održivosti, autentičnosti i utjecaju turizma na lokalnu zajednicu.

Promjene u ponašanju turista događaju se i neovisno o pandemiji virusa COVID-19 i vezuju se za opće megatrendove. Međutim, neke od tih trendova pandemija je dodatno osnažila. Pojavljuje se nova vrsta potrošača pod nazivom „osviješteni putnici“. Oni na svijet oko sebe gledaju na drugačiji način. Željni su jedinstvenih iskustava, ali ne na štetu okoliša i lokalne zajednice.⁶⁸ U skladu s njihovim potrebama i željama identificirano je sljedećih šest trendova koji će biti prisutni u dugom roku:⁶⁹

- **Turizam u divljini (engl. Wilderness tourism)** – opterećenje tehnologijom, urbanizacija, zagađenje i tjeskoba motivira turiste da traže opuštanje u prirodi. Željni su novih iskustava koje im može pružiti boravak na mirnim mjestima.
- **Ekoturizam (engl. Eco tourism)** – ljudi će više razmišljati o načinu na koji putuju i odabiru smještajnih objekata, s ciljem minimiziranja utjecaja na planet. Turisti će posjećivati ruralna i šumovita područja, tražiti mogućnosti za boravak na farmi, prakticiranje poljoprivrednih aktivnosti i sl. Predviđa se da će tržište ekoturizma u svijetu rasti, s 181,1 milijarda USD u 2019. do 333,8 milijarde USD u 2027.⁷⁰

⁶² World Tourism Organization (2021) Digital transformation, <https://www.unwto.org/digital-transformation> (16. 12. 2021.)

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Dimitrios Buhalis and Aditya Amaranggana, 'Information and Communication Technologies in Tourism 2014', Information and Communication Technologies in Tourism 2014, 2013, 553–64 <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>>.

⁶⁵ Dimitrios Buhalis and Aditya Amaranggana, 'Information and Communication Technologies in Tourism 2014', Information and Communication Technologies in Tourism 2014, 2013, 553–64 <<https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>>.

⁶⁶ World Tourism Organization (2021) Digital transformation, <https://www.unwto.org/digital-transformation>, (16. 12. 2021.)

⁶⁷ Ibid. – World Tourism Organizations (2021) COVID – 19 and Tourism – 2020: A Year in Review, Madrid, 2021.

⁶⁸ Euronews, Travel Trend Report (2020) Travel after 2020 what will tourism look like in our new reality?

⁶⁹ Euronews, Travel Trend Report (2020) Travel after 2020 what will tourism look like in our new reality?

⁷⁰ Statista, Sustainable tourism worldwide, <https://www.statista.com/> (20. 12. 2021.)

- **Nomadski turizam (engl. Nomadic tourism)** – pojavljuje se kao rezultat globalnog prelaska na rad na daljinu tijekom pandemije virusa COVID-19. Mogućnost rada na daljinu mnogim ljudima dopušta rad putem interneta iz udaljenih mjesta. Istovremeno, turisti se mogu povezivati s prirodom i stvarati jedinstvena iskustva, na primjer putujući kamperima.
- **Wellness turizam (engl. Wellness Tourism)** – suvremeni život, uključujući pandemiju, ukazali su na ranjivost ljudi te će se više pažnje posvećivati fizičkom i mentalnome zdravlju. Očekuje se da će u 2022. godini wellness turizam vrijediti 919 milijardi USD, odnosno predstavljati 18 % globalnog turizma, što predstavlja sjajnu priliku za razvoj wellness i zdravstvenog turizma.
- **Autentični turizam (engl. Authentic Tourism)** – turisti žele doživjeti autentična iskustva, „uroniti u zajednicu“, boraviti u autentičnim, a ne sterilnim destinacijama. Žele surađivati s lokalnom zajednicom, volontirati, boraviti u obiteljima domaćina.
- **Svjesni turizam (engl. Mindful Tourism)** – osviješteni putnici tražit će manje posjećene lokacije i povezivanje s mjestima koja posjećuju. Vidljivi su negativni utjecaji prekomjernog turizma na prirodu, povijesna i zaštićena mjesta. Zato turizam treba biti pažljiviji i etičniji.

Slijedom navedenoga proizlazi zaključak da će u budućnosti biti naglasak na dobrobiti ljudi, tjelesnom i mentalnom zdravlju, autentičnim iskustvima, povezivanju s prirodom i lokalnom zajednicom. Navedeni trendovi na strani turističke potražnje ishodište su promjena na strani turističke ponude.

2.4. Trendovi na strani turističke ponude

Trendovi na globalnom turističkom tržištu otvaraju nove mogućnosti za razvoj inovativne turističke ponude. Razvidno je da će turističke destinacije i poslovni subjekti koji su prilagodljivi promjenama, implementiraju nove tehnologije i brzo odgovaraju na zahtjeve tržišta biti otpornije na druge potencijalne krize u budućnosti i osnažiti svoju konkurentsku prednost.

Svjetsko vijeće za putovanja i turizam (WT&TC) identificiralo je pet međusobno povezanih transformativnih megatrendova koji će u dugoročno predstavljati mogućnosti za one subjekte na turističkom tržištu koji se mogu prilagoditi promjenama:⁷¹

- **„Poboljšana stvarnost“** je trend koji se temelji na integriraju inovacija i suvremene tehnologije u svakodnevni život. Nositelji turističke ponude imaju mogućnost kreirati jedinstvena putovanja i ponuditi posjetiteljima personalizirana iskustva. Bit će potrebno diferencirati ponudu za posebne tržišne segmente i turistima pružiti mogućnost za iskustvo autentičnih doživljaja, novih kultura i povezivanje sa zajednicama.
- Trend pod nazivom **„Restrukturirani život“** temelji se na činjenici da nestaju tradicionalne granice između posla i slobodnog vremena. Ekonomija honorarnih poslova (tzv. gig ekonomija) i ekonomija dijeljenja redefinišu odnose i stvaraju nova očekivanja u području života i rada. Destinacije i poslovni subjekti morat će prilagoditi ponudu stilu života putnika, omogućiti im povezivanje i uranjanje u nove kulture.
- **„Revolucionirani podatci“** je trend utemeljen na tehnološkim inovacijama, kao što su Internet stvari (engl. Internet of Things – IoT) i strojno učenje. Bit će potrebno bolje razumjeti ponašanje turista i stvoriti besprijekorno iskustvo putovanja koristeći se Internetom stvari (IoT) i biometrijskim rješenjima. Korisnička iskustva potrebno je obogatiti implementacijom tehnologije, na primjer sustava za prepoznavanje glasa i obradu prirodnog jezika, primjena chatbotova u zračnim lukama ili korištenje virtualne stvarnosti prije kupnje. Važno je omogućiti potrošačima kontrolu s ciljem smanjenja zabrinutosti oko načina korištenja tehnologije i dijeljenja osobnih podataka.
- Trend **„Raspodijeljena snaga“** uzima u obzir urbanizaciju i rast azijske srednje klase, što rezultira promjenom dinamike moći i pojavom novih utjecajnih središta na istoku i jugu Zemlje. Bit će potrebno pratiti demografske promjene i planirati prisutnost na novim tržištima. Također, nužno je razumjeti potrebe novih generacija i ponuditi personalizirana iskustva, kvalitetu i vrhunske usluge. Istovremeno, treba voditi računa o pritisku na destinacije i resurse te proaktivno upravljati destinacijama.
- **„Ponovno osmišljena potrošnja“** naziv je trenda koji uzima u obzir svijest potrošača o porastu ekoloških rizika. Zahtijeva se etičnija i učinkovitija upotreba resursa te promjena stila života. Potrebno je voditi računa o čuvanju destinacija, zaštiti okoliša i zdravlju zajednice.

Uvažavajući sve navedeno, može se zaključiti da turizam u budućnosti treba biti održiv, ekološki prihvatljiv, odgovoran, autentičan i pristupačan svim ljudima. Očekuje se da

⁷¹ World Travel & Tourism Council (2019) World, Transformed: Megatrends and Their Implications for Travel & Tourism

kreatori turističkih politika i nositelji ponude u turizmu prihvate digitalizaciju poslovanja, budu inovativni i kreativni, da u svojem djelovanju implementiraju načela etike, društvene odgovornosti s krajnjim ciljem održivog razvoja turizma i unapređenja kvalitete života ljudi.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Višnja Bolf

Sumarno, razvoj turizma određene turističke destinacije ovisi o brojnim čimbenicima i pojavama. Sagledavanje smjera razvoja tih pojava nužno je za učinkovito planiranje budućeg razvoja.

Turizam je važan sektor globalnog i mnogih nacionalnih gospodarstva. Generator je gospodarskog rasta, stvara infrastrukturu i radna mjesta, unapređuje životni standard i kvalitetu života ljudi. Za uspješno planiranje budućeg razvoja turizma potrebno je razumjeti trendove koji se pojavljuju unutar sektora i u okruženju.

Kvantitativna analiza aktualnih trendova dovodi do zaključka da je turizam tijekom posljednjih nekoliko desetljeća doživio ekspanziju, unatoč povremenim udarcima. Prognozirano je održivi rast sektora do 2030. godine. Međutim, dugogodišnji trend rasta globalnog turističkog prometa prekinut je 2020. godine, uslijed pojave zarazne bolesti pod nazivom COVID-19. Ograničenja putovanja koja su uvedena u cijelom svijetu, uključujući potpuno zatvaranje granica, vratila su međunarodni turizam na razinu od prije trideset godina. Došlo je do izraženog pada turističkog prometa, gubitka bruto domaćeg proizvoda i velikog broja radnih mjesta na globalnoj razini. U 2021. godini započeo je blagi oporavak koji je još uvijek neizvjestan, ponajprije zahvaljujući domaćem turizmu. Istovremeno, pandemija je potaknula određene globalne trendove, od kojih su neki kratkoročni, a neki su naglasili i ubrzali trendove koji su započeli neovisno o pandemiji. Turisti su postali svjesni važnosti fizičkog i mentalnog zdravlja, prihvatili su nove tehnologije koje im omogućavaju rad na daljinu. Mijenja se

stil života ljudi. Nestaju granice između života i rada, traže se novi načini provođenja slobodnog vremena, autentična i personalizirana iskustva, cijeni se boravak u netaknutoj prirodi i povezanost s lokalnom zajednicom.

Dugoročno će na turizam utjecati i demografske promjene, kao što je tendencija starenja stanovništva i naglašena urbanizacija, zatim klimatske promjene i inovacije u području tehnologije.

Kao odgovor na izazove i trendove u okruženju predlaže se digitalizirati poslovanje, diversificirati turističke proizvode i razvijati ponudu za specifične tržišne segmente, ponuditi autentična i personalizirana iskustva. U skladu s raspoloživim resursima sugerira se razvijati specifične oblike turizma, kao što su zdravstveni turizam, ruralni, nautički i ekoturizam, kulturni, sportski i avanturistički turizam. Svi dionici u turizmu trebaju zajednički razvijati održive i zelene strategije, kako bi destinacije postale održive, pametne i pristupačne svima.

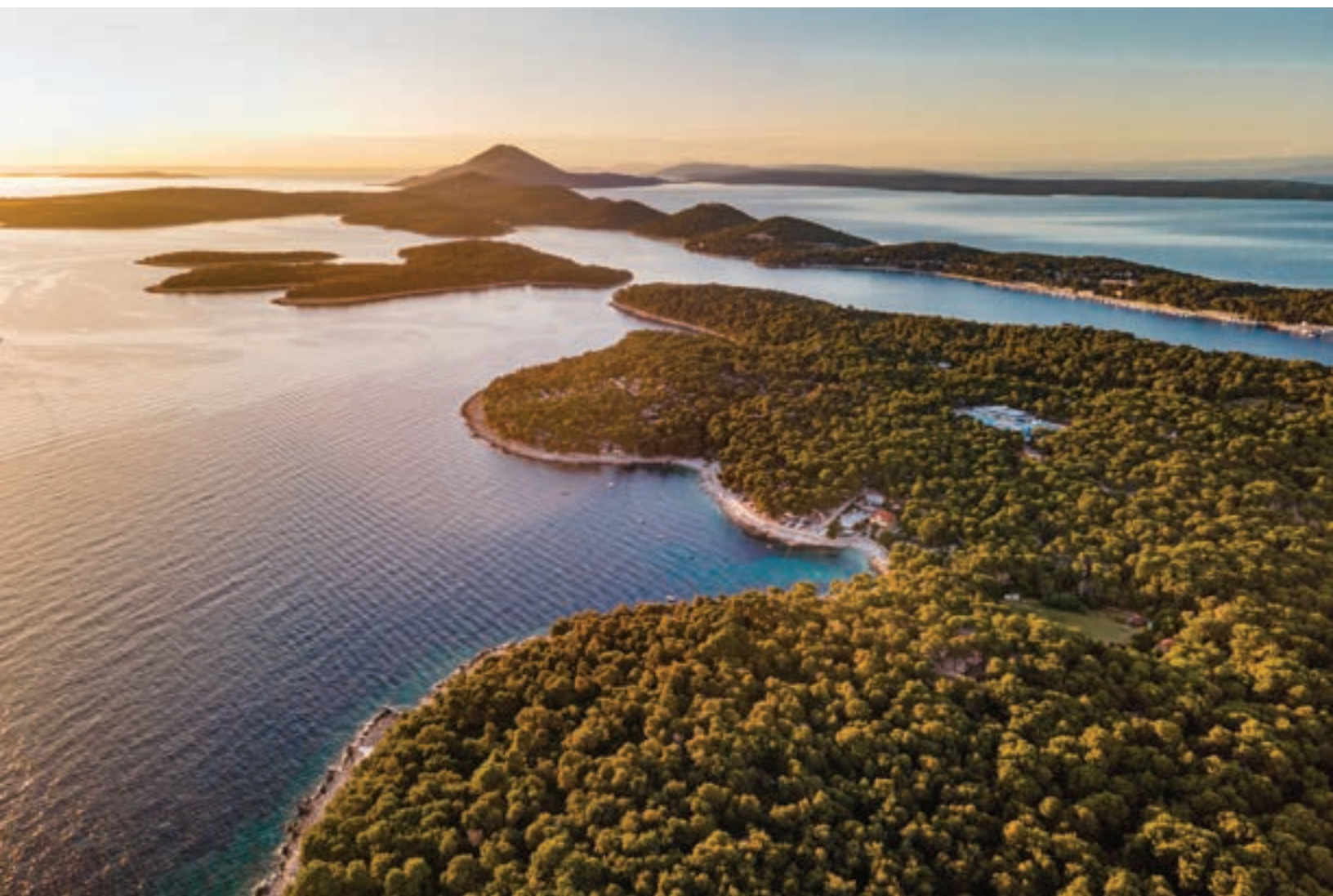


Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Frank Heuer



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Arsen Miletić

3. SPECIFIČNOSTI I ZNAČAJ IMPLEMENTACIJE ODRŽIVOG RAZVOJA TURIZMA



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Sandro Tariba

Održivi, odgovorni i uključivi razvoj svih segmentata gospodarstva i društva imperativ je razvojnih procesa, pri čemu je implementacija održivog razvoja turizma neizostavan dio spomenutog procesa. Posebno je značajna za regije u kojima turizam značajno determinira ukupan razvoj.

Održivi razvoj je razvojna koncepcija kojom se potrebe sadašnjih generacija trebaju zadovoljiti tako da se time ne ugrozi sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe. Održivi razvoj povezuje ciljeve gospodarskog rasta i razvoja i poboljšanje kvalitete okoliša te napose

kvalitete života lokalnog stanovništva. Upravljanje održivim razvojem pretpostavlja različita znanja i vještine, zahtjeva interdisciplinarni pristup i integralni razvoj. Održivi razvoj nije fiksno stanje harmonije nego proces promjena pri čemu su iskorištavanje resursa, usmjeravanje investicija, orijentacija tehnološkog razvoja i institucionalne promjene usklađene sa sadašnjim i budućim potrebama. Za turizam je održivost od ključnog značaja te se planiranje u skladu s načelima održivog razvoja turizma podrazumijeva. Pri tome je neophodno uvažiti specifičnosti svakog pojedinog područja, dakle i Primorsko-goranske županije kao turističke destinacije.

SPECIFIČNOST	KRATKI OPIS
<p>PROSTORNA RAZNOLIKOST</p>	<p>Područje Primorsko-goranske županije obuhvaća primorje, otoke i gorje. Na relativno malom prostoru izmjenjuju se različita prostorna obilježja, što je u smislu turističke atraktivnosti pozitivno korelirano.</p>
<p>RAZLIKA U STUPNJU TURISTIČKE RAZVIJENOST</p>	<p>Gradovi i općine na području Primorsko-goranske županije značajno se razlikuju u stupnju turističke razvijenosti što pri implementaciji koncepcije održivog razvoja turizma predstavlja poseban izazov. Naime, slijedom navedenog potrebno je mjere i aktivnosti vezane za turistički razvoj prilagođavati lokalnim specifičnostima.</p>
<p>PROMJENE GOSPODARSKE STRUKTURE</p>	<p>Period tranzicije značajno je promijenio gospodarsku strukturu Primorsko-goranske županije, gradova i općina. Turizam pri tome ima sve veći značaj i predstavlja dominantnu ekonomsku aktivnost s perspektivom daljeg jačanja.</p>
<p>ODGOVORNO UPRAVLJANJE RESURSIMA</p>	<p>Odgovorno upravljanje svim raspoloživim resursima usko je vezano za implementaciju održivog razvoja turizma. Pri tome je potrebno uvažavati potrebe ukupnog gospodarstva kao i svih stanovnika Primorsko-goranske županije.</p>
<p>OTPORNOST</p>	<p>Krize s kojima se ukupno čovječanstvo pa time i turizam suočio naglašavaju potrebu jačanja otpornosti turističkog sustava, posebno zbog izuzetno velikog značaja koji turistički razvoj ima za Kvarner. Otpornost i održivost komplementarni su koncepti dugoročnog značaja za lokalnu zajednicu.</p>

Održivi turizam podrazumijeva participativno planiranje, uvažavanje svih dionika i usmjereno institucijsko djelovanje.

4. ANALIZA STANJA TURIZMA



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Frank Heuer

4.1. Makroekonomski pokazatelji kretanja gospodarstva s naglaskom na turizam

4.1.1. Ostvareni bruto domaći proizvod

Opći pokazatelj dostignute razine razvoja nekog područja je ostvarena razina bruto domaćeg proizvoda. Što je veći bruto domaći proizvod područje je bogatije i može podmiriti veći broj i višu razinu različitih potreba. Ostvarena masa bruto domaćeg proizvoda (BDP) za područje Primorsko-goranske županije iznosi oko 31.920 mln kuna u 2019. (tekuće cijene). Primorsko-goranska županija u istoj godini sudjelovala je s udjelom od 7,7 % u ukupnom ostvarenom BDP-u Republike Hrvatske. Prema ostvarenom BDP-u, ukupnom i po stanovniku, županija se ubraja u ekonomski najrazvijenije regije u Republici

Hrvatskoj te po regionalnom indeksu konkurentnosti drži status jedne od najkonkurentnijih županija.

Analizirajući kretanje ukupnog BDP-a u razdoblju 2014.–2019. u Primorsko-goranskoj županiji godine može se vidjeti da je on rastao sa prosječnom godišnjom stopom od 1,9 % ako se BDP promatra u tekućim cijenama ili 2,5 % ako se promatra u realnim cijenama. Sljedeća tablica prikazuje kretanje ukupnog BDP-a kao i BDP-a po stanovniku na razini Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije u razdoblju 2014.–2019. godine.

Tablica 2: Kretanje ukupnog BDP-a i BDP-a po stanovniku u Republici Hrvatskoj i Primorsko-goranskoj županiji u razdoblju 2014.–2019. godine

	REPUBLIKA HRVATSKA		PRIMORSKO – GORANSKA ŽUPANIJA		UDIO BDP-A PGŽ
	BDP MIL. HRK	BDP PO STANOVNIKU U HRK	BDP MIL. HRK	BDP PO STANOVNIKU U HRK	
2014.					
TEKUĆE CIJENE	328.109	77.456	28.123	95.743	8,6 %
REALNE CIJENE 2019.	338.280	79.857	28.995	98.711	
2015.					
TEKUĆE CIJENE	338.975	80.555	28.364	97.177	8,4 %
REALNE CIJENE 2019.	351.517	83.536	29.413	100.773	
2016.					
TEKUĆE CIJENE	351.349	84.207	29.181	100.815	8,3 %
REALNE CIJENE 2019.	363.646	87.154	30.202	104.344	
2017.					
TEKUĆE CIJENE	366.426	88.726	31.088	108.365	8,5 %
REALNE CIJENE 2019.	374.854	90.767	31.803	110.857	
2018.					
TEKUĆE CIJENE	385.377	92.389	32.154	111.413	8,3 %
REALNE CIJENE 2019.	390.772	93.682	32.604	112.973	
2019.					
TEKUĆE CIJENE U 2019.	412.228	101.354	31.920	112.923	7,7 %

Izvor: Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku NKPJS 2012., 2. razina i županije, razne godine, Državni zavod za statistiku

BDP u apsolutnim iznosima na razini Republike Hrvatske, ali i Primorsko-goranske županije do 2018. godine konstantno raste. U 2019. dolazi do povećanja BDP-a u Republici Hrvatskoj, ali smanjenja u Primorsko-goranskoj županiji. Udio BDP-a Primorsko-goranske županije u ukupno ostvarenom BDP-u Republike Hrvatske kreće se u rasponu od 7,7 % do 8,6 %, i prikazuje negativni trend kretanja.

Bruto domaći proizvod po stanovniku u 2019. godini iznosi 15.232 EUR-a te se nalazi na trećem mjestu po veličini iza Grada Zagreba (23.742 EUR-a) i Istarske županije (15.959 EUR-a) te je veći za 11,4 % od prosjeka Republike Hrvatske.

Grafikon 2: Ostvarena razina BDP-a po stanovniku najrazvijenijih hrvatskih županija u 2019. godini

Izvor: Državni zavod za statistiku, <https://geostat.dzs.hr/>

Analizirajući gospodarsku strukturu može se uočiti da sve gospodarske grane nemaju jednako značenje za razvoj Primorsko-goranske županije. To nameće potrebu da se detaljnije analiziraju one grane koje imaju ili bi mogle imati značajniju ulogu u budućem gospodarskom razvoju. Stoga je osim BDP-a, zanimljivo analizirati i ostvarenu bruto dodanu vrijednost gospodarstva Županije. Struktura

gospodarstva, odnosno bruto dodane vrijednosti (koja se od BDP-a razlikuje za iznos poreza na proizvode i dodijeljene subvencije) pokazuje koliko pojedine djelatnosti sudjeluju u ukupnoj proizvodnji roba i usluga. U 2019. godini ona je iznosila 26.281 mil. kuna, a strukturu po djelatnostima prikazuje sljedeća tablica.

Tablica 3: Kretanje bruto domaće vrijednosti (BDV-a) Primorsko-goranske županije u razdoblju 2014.–2019. godine

Djelatnost – NKD 2007.	(tekuće cijene, mil. kuna)					
	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.
A	266	275	249	250	266	278
B, C, D, E	6.795	6.338	6.230	6.917	6.898	5.530
F	1.344	1.439	1.481	1.515	1.699	1.627
G, H, I	5.627	6.002	6.096	6.660	6.775	7.128
J	575	579	587	560	586	599
K	850	846	856	899	816	802
L	3.006	3.029	3.054	2.971	3.022	3.258
M, N	1.642	1.722	1.748	1.818	2.000	2.208
O, P, Q	2.876	2.950	3.049	3.109	3.356	3.736
R, S, T, U	781	790	848	979	1.005	1.115
Ukupno	23.762	23.970	24.198	25.678	26.423	26.281

Napomena: Djelatnost A – Poljoprivreda šumarstvo i ribarstvo, B – rudarstvo i vađenje, C – prerađivačka industrija, D – Opskrba električnom energijom, plinom, parom i klimatizacijom, E – Opskrba vodom; Uklanjanje otpadnih voda, gospodarenje otpadom te djelatnosti sanacije okoliša; F – Građevinarstvo; G – Trgovina na veliko i na malo; Popravak motornih vozila i motocikala, H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane; J – Informacije i komunikacije, K – Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja, L – Poslovanje nekretninama, M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti, O – Javna uprava i obrana, Obvezno socijalno osiguranje, P – Obrazovanje, Q – Djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi, R – Umjetnost, zabava i rekreacija, S – Ostale uslužne djelatnosti, T – Djelatnosti kućanstva kao poslodavca, U – Djelatnosti izvan teritorijalnih organizacija i tijela

Izvor: Bruto domaći proizvod za Republiku Hrvatsku NKDJS 2012., 2. razina i županije, razne godine, Državni zavod za statistiku, razne godine

Najzastupljenije djelatnosti slijedom ostvarene bruto domaće vrijednosti u Primorsko-goranskoj županiji pripadaju dvjema grupama i to: djelatnosti rudarstva i vađenja, prerađivačke industrije, opskrbe električnom energijom, plinom, parom i klimatizacijom te opskrba vodom (21,04 %) kao i djelatnosti trgovine, prijevoza i skladištenja te pružanje smještaja te pripreme i usluživanja hrane (27,12 %). Ostale djelatnosti čine 51,84 % ostvarene bruto dodane vrijednosti Primorsko-goranske županije

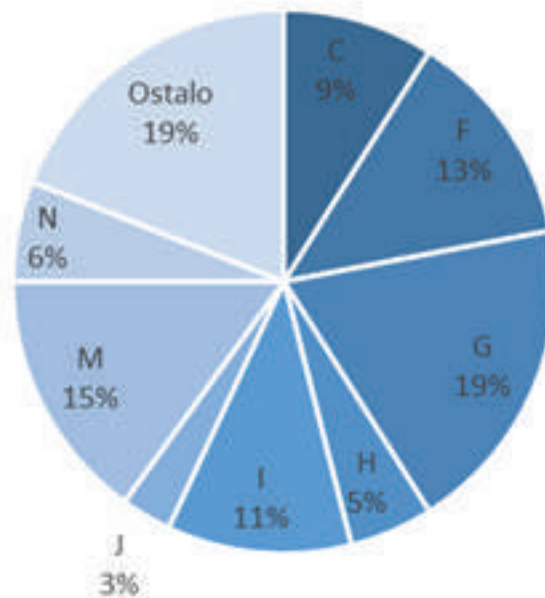
u 2019. godini. Ako se ti pokazatelji uspoređuju s Republikom Hrvatskom, može se vidjeti da Primorsko-goranska županija ostvaruje visoke postotke udjela u grupama djelatnosti B, C, D, E (8,63 %), djelatnosti L (10,45 %), djelatnost F (8,94 %) te djelatnostima G, H, I (8,8 %).

4.1.2. Poduzetništvo

Prema podacima FINE u 2019. godini broj poduzeća u Primorsko-goranskoj županiji iznosio je 11.261. U odnosu na 2015. godinu taj broj se povećao za 1.825 poslovnih subjekata ili za 19,3%. Broj poduzeća u promatranom razdoblju rastao je s prosječnom godišnjom stopom od 4,5%.

U 2019. godini najviše poduzeća bilo je registrirano u djelatnosti G (Trgovina na veliko i malo) i M (Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti) i djelatnosti F (Građevinarstvo) što prikazuje i sljedeći grafikon.

Grafikon 3: Struktura poduzeća po djelatnosti Primorsko-goranske županije prema NKD-u 2019. godini



Napomena: Djelatnost C – prerađivačka industrija, F – Građevinarstvo; G – Trgovina na veliko i na malo; Popravak motornih vozila i motocikala, H – Prijevoz i skladištenje; I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane; J – Informacije i komunikacije, M – Stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti, N – Administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti

Izvor: Statistički podaci o gospodarstvu PGŽ, Primorsko-goranska županija, <https://www.pgj.hr/ustroj/upravna-tijela/upravni-odjel-za-turizam-poduzetnistvo-i-ruralni-razvoj/statisticki-podaci-o-gospodarstvu-pgz/>

Ako se navedeni podaci uspoređuju s 2015. godinom, može se vidjeti da se promijenio udio u ostvarenim gubicima i da je on u 2019. godini narastao. No, kad se rezultati iz 2019. godini uspoređuju s 2020. godinom, može se vidjeti da su oni lošiji u zadnjoj godini. No, to je posljedica pandemije koronavirusa, ali i znatne pomoći koju je pružila država, ponajviše mjerama očuvanja radnih mjesta.

Hrvatska gospodarska komora osmislila je Indeks gospodarske snage županije s ciljem njihova realna rangiranja i analiziranja njihova položaja u odnosu na prosjek Republike Hrvatske. Indeks se računa kao zbroj ponderiranih indeksa osnovnih gospodarskih pokazatelja u trogodišnjim prosjecima te demografskih projekcija, nakon čega se provodi rangiranje dobivenih indeksa. Uz BDP po stanovniku koji ima najveću težinu, pokazatelji koji ulaze u izračun indeksa gospodarske snage su⁷²: ukupni

prihod poduzetnika po zaposlenom; prosječne neto plaće; konsolidirani financijski rezultat poslovanja poduzetnika po zaposlenom; prihod na inozemnom tržištu poduzetnika po zaposlenom; stopa nezaposlenosti i promjena broja stanovnika, zadnja procjena DZS-a u odnosu na popis 2011. godine.

Posljednji dostupan Indeks gospodarske snage županija, koji obuhvaća prosjek razdoblja od 2018. do 2020., ali i nešto stariji posljednji raspoloživi podaci za BDP per capita, pokazuju da se šest županija nalazilo iznad prosječnog indeksa za Republiku Hrvatsku, pri čemu je Grad Zagreb premašio taj prosjek za visokih 54,6%. Primorsko-goranska županija prema ovom indeksu nalazi se na petom mjestu indeksom 101,7 što znači i iznad prosjeka Hrvatske.

⁷² Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali, Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, listopad, 2021.

Tablica 4: Poredak županija prema odabranim pokazateljima i HGK-ovom Indeksu gospodarske snage županija

Županija	BDP po stanovniku prosjek 2016.–2018 indeks	Prosječne neto plaće po zaposlenom, prosjek 2017.–2019., indeks	Ukupni prihodi poduzetnika po zaposlenom prosjek 2018.–2020., indeks	Konsolidirani financijski rezultat po zaposlenom prosjek 2018.–2020., indeks	Prihodi na inozemnom tržištu po zaposlenom prosjek 2018.–2020., indeks	Stopa nezaposlenosti, prosjek 2018.–2020., indeksi, RH u odnosu na županiju	Demografija – indeks promjene broja stanovnika 2020/2021.	HGK indeks gospodarske snage
Grad Zagreb	178,9	116,9	129,1	149,9	99,4	240,5	102,4	154,6
Istarska	126,2	99,0	78,8	51,0	124,2	184,2	101,0	115,9
Varaždinska	86,1	84,3	78,3	81,1	140,5	218,8	94,1	111,2
Zagrebačka	77,0	98,4	113,3	120,4	101,8	144,8	97,4	102,8
Primorsko-goranska	121,7	100,0	78,2	49,0	82,6	132,9	95,0	101,7
Međimurska	83,7	86,3	69,2	90,0	121,8	167,2	95,7	101,3
Vukovarsko-srijemska	57,2	85,8	131,3	102,3	257,8	56,4	82,9	95,8
Koprivničko-križevačka	74,7	91,3	84,7	98,6	115,0	132,9	91,3	95,0
Krapinsko-zagorska	65,1	86,3	77,4	108,9	124,3	141,3	93,5	94,4
Zadarska	84,0	93,8	72,6	54,8	90,4	100,0	98,6	86,1
Karlovačka	71,7	92,5	73,7	98,7	85,6	90,4	88,9	83,5
Dubrovačko-neretvanska	105,7	99,6	63,3	31,2	56,7	75,0	100,1	83,0
Osječko-baranjska	75,1	90,2	83,9	81,2	88,4	52,3	88,5	78,0
Splitsko-dalmatinska	77,7	93,3	77,8	50,5	58,9	60,4	98,4	75,2
Ličko-senjska	75,6	91,2	67,2	38,3	74,6	71,0	86,9	73,5
Sisačko-moslavačka	68,1	89,6	71,5	38,9	112,3	46,3	83,6	71,1
Brodsko-posavska	55,2	87,2	693,2	49,1	117,1	58,0	85,6	70,4
Požeško-slavonska	55,4	87,1	65,8	54,2	75,1	69,1	83,7	67,8
Bjelovarsko-bilogorska	66,7	83,7	66,8	40,8	54,9	65,5	87,8	67,6
Šibensko-kninska	79,8	92,2	75,0	-32,9	59,5	66,3	90,3	66,8
Virovitičko-podravska	54,1	82,3	66,3	45,1	74,6	47,2	85,5	63,0

Izvor: Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali, Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, listopad, 2021.

Na ostvarenje indeksa od 101,7 najviše su utjecale komponente poput pozitivnog indeksa ostvarenog BDP-a po stanovniku od 121,7 te prosječne neto plaće po zaposlenom koje su druge po veličini nakon Grada Zagreba. Važno je za naglasiti da su u primorskim županijama, a tu ulazi i Primorsko-goranska županija ostvareni rezultati nešto slabiji nego prethodnih godina radi negativnog utjecaja pandemije.

U nastavku se iznose financijski rezultati gospodarstvenika koji su registrirani na području Primorsko-goranske županije u razdoblju 2015.–2019. po djelatnostima.



Tablica 5: Financijski rezultati gospodarstva na području Primorsko-goranske županije u 2015. i u 2019. godini (po djelatnostima, 000 kn, stalne cijene u 2019. godini)

DJELATNOST	UKUPNI PRIHODI		UKUPNI RASHOD		DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA		GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA									
	2015	%	2019	%	2015	%	2015	%								
A. POLJOPR., ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	334.729	0,94	467.739	1,14	327.442	0,95	461.512	1,17	18.967	0,88	17.981	0,7	11.680	1,11	11.754	1,16
B. RUDARSTVO I VAĐENJE	96.730	0,27	51.279	0,13	81.764	0,24	48.499	0,12	15.243	0,71	3.152	0,12	277	0,03	372	0,04
C. PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	6.994.082	19,59	6.229.606	15,2	6.537.559	18,9	6.048.321	15,3	569.710	26,5	417.004	16,3	113.186	10,7	235.719	23,3
D. OPS. EL. ENER., PLINOM, PAROM I KLIM.	141.103	0,4	139.401	0,34	139.698	0,4	137.703	0,35	2.323	0,11	6.192	0,24	918	0,09	4.495	0,44
E. OPSKRBA VODOM; UKLA. OTPA. VODA, GOSP. VODOM...	1.068.411	2,99	1.288.144	3,14	1.037.661	3,0	1.263.303	3,2	38.326	1,78	35.755	1,4	7.577	0,72	10.914	1,08
F. GRAĐEVINARSTVO	3.106.619	8,7	3.740.529	9,13	3.233.723	9,34	3.686.959	9,35	130.095	6,05	205.721	8,04	257.199	24,4	152.150	15,1
G. TRG. NA VEL.IMALO; POPR. MOT. VOZILA I MOTOCIKALA	12.737.568	35,7	14.964.646	36,5	12.434.406	35,9	14.343.375	36,4	415.387	19,3	698.583	27,3	112.226	10,6	77.312	7,65
H. PRIJEVOZI I SKLADIŠTENJE	3.370.335	9,44	4.119.217	10,05	3.371.642	9,74	3.963.589	10,1	164.434	7,65	217.277	8,49	165.742	15,7	61.650	6,1
I. DJEL. PRUŽ. SMJEŠTE PRIP. I USL. HRANE	2.530.799	7,09	3.314.063	8,09	2.553.936	7,38	3.345.882	8,48	161.232	7,5	168.705	6,59	184.368	17,5	200.523	19,8
J. INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	437.214	1,22	681.188	1,66	389.020	1,12	601.105	1,52	58.993	2,75	91.820	3,59	10.800	1,02	11.737	1,16
K. FINANCIJSKE DJEL. I DJEL. OSIGURANJA	39.107	0,11	23.356	0,06	39.591	0,11	18.721	0,05	7.545	0,35	5.234	0,2	8.028	0,76	600	0,06
L. POSLOVANJE NEKRETNINAMA	377.086	1,06	369.657	0,9	429.234	1,24	362.744	0,92	35.313	1,64	71.268	2,78	87.461	8,29	64.355	6,37
M. STRUČNE, ZNAN. I TEHNI. DJELATNOSTI	1.886.406	5,28	2.339.909	5,71	1.666.848	4,82	2.079.484	5,27	273.498	12,7	352.942	13,8	53.103	5,03	92.517	9,16
N. ADMINI. I POM. USLUŽNE DJELATNOSTI	1.285.835	3,6	1.809.371	4,41	1.230.376	3,56	1.720.037	4,36	80.348	3,74	116.280	4,54	24.889	2,36	26.946	2,67
O. JAVNA UPRAVA	3.664	0,01	31.739	0,08	2.605	0,01	31.586	0,08	1.130	0,05	312	0,01	71	0,01	159	0,02
P. OBRAZOVANJE	60.704	0,17	74.118	0,18	57.169	0,17	69.932	0,18	5.185	0,24	5.294	0,21	1.650	0,16	1.108	0,11
Q. DJ. ZDR. ZAŠTITE I SOC. SKRBI	435.098	1,22	540.848	1,32	361.526	1,04	488.591	1,24	76.766	3,57	63.077	2,46	3.194	0,3	10.821	1,07
R. UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	641.688	1,8	647.379	1,58	561.566	1,62	613.605	1,56	86.679	4,03	73.944	2,89	6.557	0,62	40.170	3,98
S. OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	148.330	0,42	146.604	0,36	148.494	0,43	146.933	0,37	5.398	0,25	6.890	0,27	5.562	0,53	7.220	0,71
NEPOZNATO	3.857	0,01	3.931	0,01	2.054	0,01	1.848	0	2.157	0,1	2.088	0,08	355	0,03	5	0
UKUPNO	35.699.366		40.982.724		34.606.315		39.433.729		2.148.730		1.054.842		1.010.527			

Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020., obrada autora; Podatci obuhvaćaju financijske rezultate trgovačkih društava sa sjedištem na području Primorsko-goranske županije prema službenom izvješću FINE. Podaci ne obuhvaćaju: financijske pokazatelje obrtnika, financijskih institucija, neprofitnih i proračunskih organizacija, niti podatke o privatnom individualnom sektoru (poljoprivreda, iznajmljivanje soba).

Prema ostvarenim prihodima najveći značaj u Primorsko-goranskoj županiji ima djelatnost G i djelatnost C. Te dvije djelatnosti u 2015. godini imale su udio od 55,3 % a u 2019. godini 51,7 %. Djelatnost I (Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane) u 2015. godini imala je udio od 7,1 % dok je 2019. godine taj udio narastao na 8,1 %.

Ukupni prihodi su u 2019. godini u odnosu na 2015. rasli s prosječnom godišnjom stopom od 3,5 %. Ako se ostvareni ukupni prihodi uspoređuju po granama, može se vidjeti da je u 2015., ali i u 2019. godini, najznačajnija djelatnost, djelatnost G – Trgovina na veliko i malo. Nakon nje dolazi djelatnost C – prerađivačka industrija sa udjelom od 19,6 % u 2015. godini ili 15,2 % u 2019. godini. Nakon ovih dolaze djelatnosti F i H. U razdoblju 2015.–2019. djelatnosti koje su ostvarile pad udjela u ukupnim prihodima su: djelatnost B, C, D, L, S. Djelatnosti koje su ostvarile rast udjela su: A, E, F, G, H, I, J, M, N, O, Q i R. No, može se vidjeti da ta povećanja ili smanjenja nisu bila značajna.

Ukupni rashodi slijedili su rast prihoda te su rasli s istom godišnjom stopom rasta od 3,3 %. Pojedinačno u 2019. godini najveće ostvarene rashode ima djelatnost G – trgovina na veliko i malo s udjelom od 36,4 % zatim C – prerađivačka industrija sa 15,3 % te H – Prijevoz i skladištenje s 910,1 %. Ostale djelatnosti imaju manje udjele u ukupnim rashodima.

Usporedba među djelatnostima ne daje pravu sliku doprinosa pojedine djelatnosti razvoju Županije. Naime, trgovina ima značajno velike udjele prihoda i rashoda, a znatno manje udjele efekata poslovanja odnosno ostvarene dobiti.

Najveću dobit prije oporezivanja u 2015. godini imala je djelatnost C – prerađivačka industrija s udjelom od 37,7 %, zatim, G – trgovina na veliko i malo s udjelom 29 %, F – građevinarstvo s udjelom od 13,1 % te M – stručne, znanstvene i tehničke djelatnosti s udjelom od 8,8 %. Ako se uspoređuju ti podaci s 2019. godinom, može se primijetiti da se smanjila dobit djelatnosti A, B, C, E, K, O, Q i R.

U 2015. godini najveći gubitak prije oporezivanja ostvaruje djelatnost F – građevinarstvo s udjelom od 64,9 % te djelatnost L – poslovanje nekretninama s udjelom od 9,4 %.

Analiza djelatnosti I – Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Positivna kretanja u djelatnosti I ostvaruju se u svim promatranim kategorijama u razdoblju 2015.–2019. godine. U razdoblju 2015.–2020. godine kretanja nisu pozitivna zbog utjecaja pandemije virusa COVID-19 na ukupno gospodarstvo. Iz tog razloga u razmatranje će se uzeti financijski pokazatelji razdoblja 2015.–2019. godine. Ukupni prihodi rastu s prosječnom godišnjom stopom od 6,2 %, a istu tu stopu prikazuju i ukupni rashodi. Dobit prije oporezivanja raste s prosječnom godišnjom stopom od 1,5 % dok gubitak prije oporezivanja raste nešto brže, odnosno s prosječnom godišnjom stopom od 2,3 %.

Tablica 6: Glavni financijski pokazatelji djelatnosti I Primorsko-goranske županije u razdoblju 2015.–2020. godine (iznosi u 000, stalne cijene 2020.)

OPIS	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	GODIŠNJA STOPA RASTA/PADA 2015/2019.	GODIŠNJA STOPA RASTA/PADA 2015/2020.
UKUPNI PRIHODI	2.436.190	2.718.366	2.707.820	3.031.960	3.290.865	2.030.314	6,2 %	-2,99 %
UKUPNI RASHODI	2.458.462	2.709.154	2.758.557	3.058.930	3.322.461	2.740.033	6,2 %	1,8 %
DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA	155.205	163.523	166.981	179.787	167.524	64.896	1,5 %	-13,5 %
GUBITAK PRIJE OPOREZIVANJA	177.476	154.312	217.718	206.756	199.119	774.616	2,3 %	27,8 %

Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020.; Podaci obuhvaćaju financijske rezultate trgovačkih društava sa sjedištem u Primorsko-goranskoj županiji prema službenom izvješću FINE. Ovi podaci ne obuhvaćaju financijske pokazatelje obrtnika, financijskih institucija, neprofitnih i proračunskih organizacija te privatnog individualnog sektora.

Analiza djelatnosti N potkategorija 79 – Djelatnost putničkih agencija

Positivna kretanja u djelatnosti N ostvaruju se u svim promatranim kategorijama u razdoblju 2015.–2019. godine. Tako ukupni prihodi rastu s prosječnom godišnjom stopom

od 9,1 %, a rashodi rastu s manjom prosječnom godišnjom stopom od 8,9 %. Taj sporiji rast rashoda od prihoda je pozitivni pokazatelj. Dobit prije oporezivanja raste s prosječnom godišnjom stopom od 9,4 % što je više nego što ostvaruje djelatnost I. Dobar pokazatelj je i što gubitak opada s prosječnom godišnjom stopom od -2,99 %.

Tablica 7: Glavni financijski pokazatelji djelatnosti N (Potkategorija 79 – Djelatnost putničkih agencija) Primorsko-goranske županije u razdoblju 2015.–2020. godine

(iznosi u 000, stalne cijene 2020.)

Opis	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	Godišnja stopa rasta/pada 2015/2019.	Godišnja stopa rasta/pada 2015/2020.
Ukupni prihodi	712.363	744.960	935.834	1.049.770	1.102.166	265.050	9,1 %	-15,2 %
Ukupni rashodi	684.332	713.624	886.862	993.340	1.052.487	282.778	8,9 %	-13,7 %
Dobit prije oporezivanja	36.185	36.374	52.953	61.014	56.683	6.484	9,4 %	-24,9 %
Gubitak prije oporezivanja	8.153	5.039	3.981	4.585	7.004	24.212	-2,99 %	19,8 %

Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020.; Podaci obuhvaćaju financijske rezultate trgovačkih društava sa sjedištem u Primorsko-goranskoj županiji prema službenom izvješću FINE. Ovi podaci ne obuhvaćaju financijske pokazatelje obrtnika, financijskih institucija, neprofitnih i proračunskih organizacija te privatnog individualnog sektora.

Da bi se mogli postaviti okviri ukupnog razvoja Primorsko-goranske županije, nužno je ocijeniti dostignuti stupanj te mogućnosti daljnjeg razvoja gospodarstva, temeljenog na povijesnom nasljeđu, resursnoj osnovici i trendovima prisutnim na globalnom i nacionalnom planu.

Primorsko-goranska županija prepoznata je kao područje koje je jako ekonomski aktivno. Područje Županije obuhvaća 6,3 % područja Republike Hrvatske, a ostvaruje sljedeće rezultate.

Tablica 8: Ostvareni udjeli poduzetnika Primorsko-goranske županije u ukupnim pokazateljima poduzetnika Republike Hrvatske (2015. i 2019. godine)

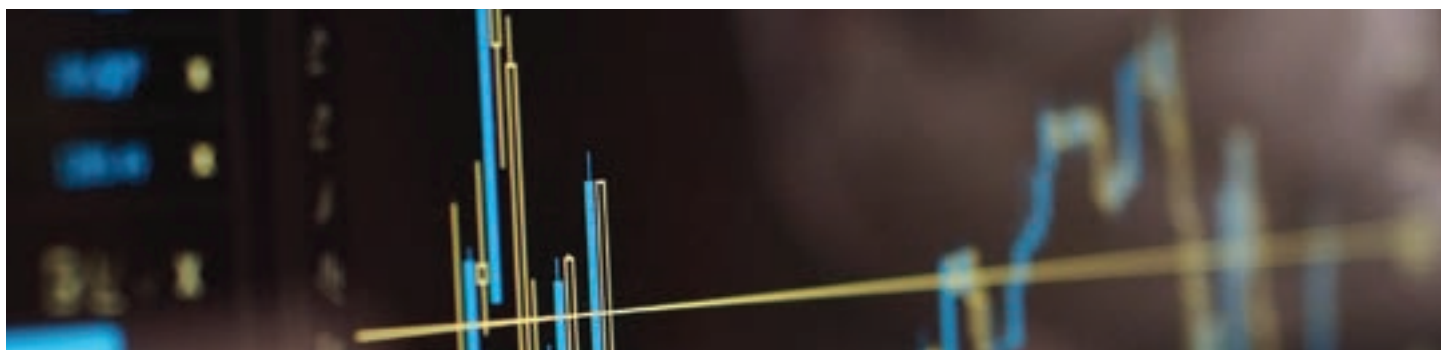
Opis	2015.	2019.
Udio prihoda poduzetnika PGŽ u ukupnim prihodima RH	5,5 %	5,2 %
Udio rashoda poduzetnika PGŽ u ukupnim rashodima RH	5,6 %	5,3 %
Udio neto dobiti poduzetnika PGŽ u ostvarenoj neto dobiti RH	5,0 %	4,5 %
Udio gubitka poduzetnika PGŽ u ostvarenim gubitcima u RH	5,7 %	6,3 %
Udio broja tvrtki PGŽ broju tvrtki registriranih u RH	8,5 %	8,1 %

Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020.

Kao što prikazuje prethodna tablica, na 6,3 % područja Republike Hrvatske poduzetnici Primorsko-goranske županije u 2019. godini ostvarili su 5,2 % udjela u ukupnim prihodima Republike Hrvatske 5,3 % u ukupnim rashodima te od 4,5 % udjela u ostvarenoj neto dobiti.

4.1.3. Izravna inozemna ulaganja

Inozemna ulaganja predstavljaju sva ulaganja inozemnih pravnih i fizičkih osoba u gospodarske djelatnosti neke zemlje. Od inozemnih ulaganja mogu se očekivati pozitivni učinci poput priljeva u državni proračun kroz priljeve od poreza, povećanje broja radnih mjesta, kvalitetniji prijenos znanja, tehnologije i know-how-a. Prema podacima Hrvatske narodne banke u 2020. godini uloženo je 161 mil. EUR-a inozemnih ulaganja u gospodarstvo Primorsko-goranske županije.



Tablica 9: Izravna inozemna ulaganja u gospodarstvo Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije u razdoblju 2014.–2018. godine

	(u milijunima EUR-a)						
	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Republika Hrvatska	2.311,07	23,23	368,37	447,01	1.084,54	3.475,18	1.045,45
Primorsko-goranska županija	123,95	-79,03	184,70	85,98	158,93	151,82	161,37
Udio Primorsko-goranske županije u ukupnim inozemnim ulaganjima	5,4 %	-	50,1 %	19,2 %	14,7 %	4,36 %	15,4 %

Izvor: Baza inozemnih izravnih ulaganja, Statistički podaci Hrvatske Narodne banke, Zagreb, 2020.

Iz prethodne tablice može se vidjeti da se postotak izravnih inozemnih ulaganja u gospodarstvo Primorsko-goranske županije iz godine u godinu mijenja, a time i ostvareni udjeli u ukupnim izravnim inozemnim ulaganjima.

No interesantno je analizirati i ulaganje u djelatnost I.

Tablica 10: Izravna inozemna ulaganja u djelatnost I u Republici Hrvatskoj i Primorsko-goranskoj županiji u razdoblju 2014.–2020. godina

	(u milijunima EUR-a)						
	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Republika Hrvatska	198,23	45,03	61,11	70,62	102,69	169,19	-58,95
Primorsko-goranska županija	-7,35	-15,02	-27,47	4,14	-0,79	14,03	-8,28

Napomena: detaljan prikaz djelatnosti N potkategorija 79 (putničke agencije) Hrvatska narodna banka nije dostavila zbog čuvanja tajnosti individualnih podataka na koji su obvezni temeljem Zakona o službenoj statistici (Narodne novine, br. 25/2020).

Izvor: Baza inozemnih izravnih ulaganja, Statistički podaci Hrvatske Narodne banke, Zagreb, 2020.

Iz ovih podataka može se vidjeti da u djelatnost I Primorsko-goranske županije ne ulaže se dovoljno izravnih inozemnih ulaganja. Jedine godine koje ostvaruju pozitivan predznak u smislu ulaganja su 2017. i 2019. godina. Ako se taj podatak uspoređuje s ukupnim izravnim inozemnim ulaganjima u PGŽ, onda se može vidjeti da je udio ulaganja u djelatnost I u 2017. godini iznosio 4,81 %, dok je u 2019. godini on iznosio 9,24 %.

4.1.4. Obrtništvo

Obrtnici su veoma važni u ostvarenju pozitivnih gospodarskih kretanja kako u Republici Hrvatskoj tako i u Primorsko-goranskoj županiji. Broj obrtnika u Županiji raste iz godine u godinu, a u razdoblju 2014.–2020. raste s prosječnom godišnjom stopom od oko 1,58 %.

Tablica 11: Glavne karakteristike obrtništva Primorsko-goranske županije u razdoblju 2014.–2020. godine

Opis	2014.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Broj aktivnih obrta	7.956	7.790	7.778	8.013	8.553	8.745
• Udio aktivnih obrta PGŽ u aktivnim obrtima u Republici Hrvatskoj	10,2 %	10,3 %	10,1 %	9,8 %	9,6 %	9,6 %
Vlasnici obrta	8.198	8.030	8.018	8.232	8.779	8.973
• M	5.515	5.356	5.339	5.395	5.712	5.793
• Ž	2.683	2.674	2.679	2.837	3.067	3.180
Broj radnika zaposlenih u obrtu – osiguranici MIO	6.824	6.771	6.486	6.418	6.384	6.351
• Udio zaposlenih radnika u obrtu PGŽ u ukupnom broju zaposlenih radnika u obrtu u RH	7,0 %	6,9 %	6,6 %	6,6 %	6,6 %	6,8 %
Ukupno zaposleni u obrtu (radnici i vlasnici)	15.022	14.801	14.504	14.650	15.163	15.324
• Radnici	6.824	6.771	6.486	6.418	6.384	6.351
• Vlasnici	8.198	8.030	8.018	8.232	8.779	8.973
• Udio ukupno zaposlenih u obrtu PGŽ u ukupno zaposlenim u obrtima u RH	8,48 %	8,4 %	8,2 %	8,13 %	8,12 %	8,23 %
Položeni majstorski ispiti	32	44	33	37	33	24
• Udio položenih majstorskih ispita obrtnika PGŽ u ukupno položenim ispitima obrtnika RH	2,9 %	3,4 %	2,8 %	3,1 %	2,8 %	3,3 %

Izvor: Obrtništvo u brojkama, Statistički pregled, Hrvatska obrtnička komora, razne godine

Udio broja obrtnika PGŽ u ukupnom broju obrtnika Republike Hrvatske u promatranom razdoblju opada. On je tako u 2014. godini iznosio 10,2 % dok je u 2020. godini taj udio iznosio 9,6 %. Gledano po spolu veći udio u vlasništvu imaju muškarci od žena. Tako je taj udio u 2020. godini iznosio 64,5 % u korist muških vlasnika i 35,5 % u korist ženskih vlasnika obrta. Broj zaposlenih radnika (osiguranici Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje) u obrtnima u Primorsko-Goranskoj županiji u promatranom razdoblju opada. Na razni Republike Hrvatske taj isti

pokazatelj iskazuje iste tendencije. Majstorski ispiti polažu se za obavljanje vezanih obrta za koje se prema odredbama Pravilnika o vezanim i povlaštenim obrtima i načinu izdavanja povlastica (NN 42/08) traži majstorski ispit. To su znanja koja su vrlo cijenjena i u Republici Hrvatskoj i u Europskoj uniji. U promatranom razdoblju broj položenih ispita opada, no raste udio položenih majstorskih ispita obrtnika PGŽ u ukupno položenim ispitima obrtnika Republike Hrvatske.

Tablica 12: Cehovski ustroj u aktivnim obrtnima u Primorsko-goranskoj županiji u razdoblju 2014.–2020.

Opis	2014.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Proizvodna zanimanja	674	615	595	585	585	588
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	8,5 %	7,9 %	7,6 %	7,3 %	6,8 %	6,7 %
Uslužno zanatstvo	3.046	3.117	3.244	3.504	3.985	4.249
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	38,3 %	40 %	41,7 %	43,7 %	46,6 %	48,6 %
Ugostiteljstvo i turizam	1.447	1.399	1.348	1.324	1.317	1.261
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	18,2 %	18 %	17,3 %	16,2 %	15,4 %	14,4 %
Trgovina	1.086	964	903	876	886	869
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	13,7 %	12,4 %	11,6 %	10,9 %	10,4 %	9,9 %
Prijevoz roba i stvari	642	632	635	645	669	640
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	8,1 %	8,1 %	8,2 %	8,0 %	7,8 %	7,3 %
Ribarstvo, marikultura i poljodjeljstvo	451	427	412	396	397	397
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	5,7 %	5,5 %	5,3 %	4,9 %	4,6 %	4,5 %
Frizeri, kozmetičari, njega tijela i fitness	610	636	641	638	714	741
• Udio u ukupnim obrtima PGŽ	7,7 %	8,2 %	8,2 %	8,5 %	8,3 %	8,5 %
Ukupno	7.956	7.790	7.778	8.013	8.553	8.745

Izvor: Obrtništvo u brojkama, Statistički pregled, Hrvatska obrtnička komora, razne godine

Povoljan geostrateški položaj pridonosi konkurentnosti i potencijalima prometnih pravaca – pomorskih, kopnenih, cestovnih i željezničkih te zračnih, uvelike utječu na razvoj cjelokupnoga gospodarstva. Velike infrastrukturne investicije, sufinancirane iz EU fondova, u lučku i željezničku infrastrukturu, izgradnja i izbor koncesionara za novi kontejnerski terminal u riječkoj luci – Zagreb Deep Sea Container Terminal, izgradnja pristupne ceste D-403 te uređenje pratećih željezničkih čvorišta u narednim će godinama značajno utjecati na privlačenje novih količina tereta i izazvati multiplikativne učinke na sve dionike prometnog sektora i cjelokupno gospodarstvo. Izmjenom prostornih planova i granica lučkog područja, provedbom natječaja za izbor koncesionara za izgradnju i upravljanjem novom lukom nautičkog turizma u samom centru Rijeke, u luci Porto Baroš, Rijeka bi u sljedećim godinama trebala postati novi nautički centar sjevernog Jadrana. Prednosti i

potencijale županijskog gospodarstva znatno potenciraju neprestana ulaganja u razvijenost gospodarske infrastrukture, kapacitete i broj poduzetničkih zona, uređen sustav prostornog planiranja i dokumentacije, otvorenost gospodarske i regionalne suradnje, razvoj poduzetništva pametnom specijalizacijom, suvremeno sveučilište te mogućnosti razmjene i transfera znanja i novih tehnologija.

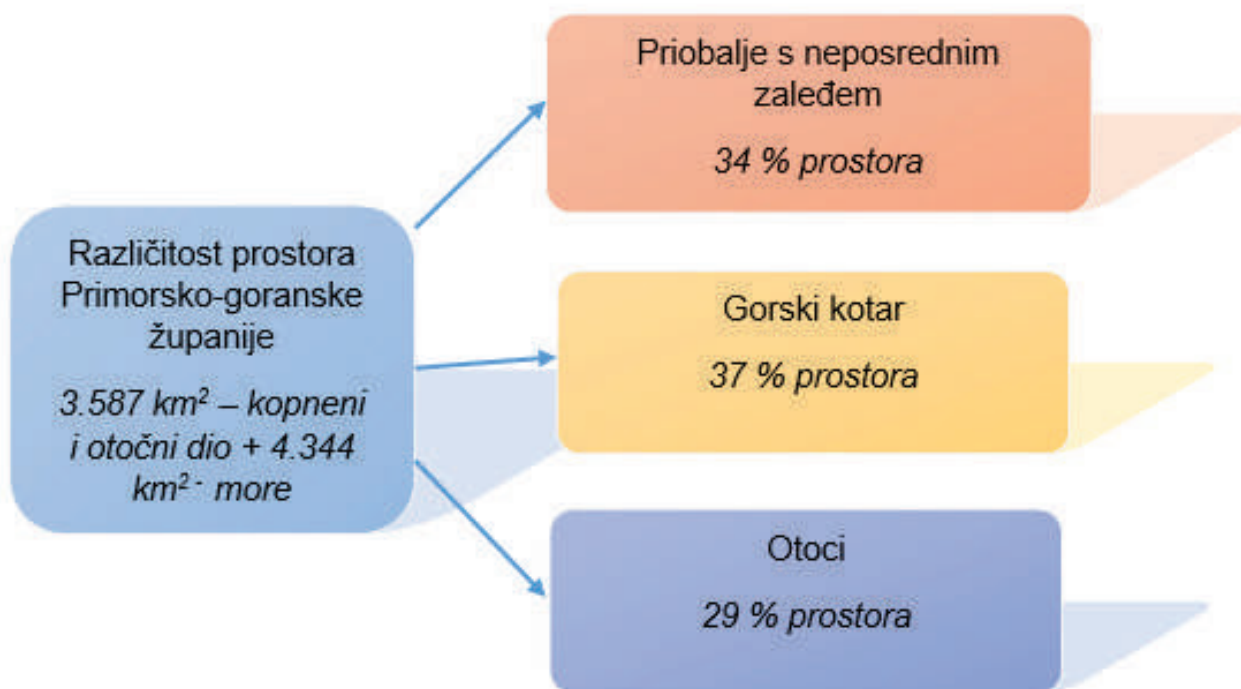
4.2. Analiza prirodnih i antropogenih atrakcija

Primorsko-goranska županija prepoznata je kao turistička destinacija s raznolikim prirodnim i kulturnim vrijednostima na relativno malom području. Raznolikost i specifičnost kulturnih i prirodnih atrakcija (mora, gorja i otoka) temelj su za razvoj turističke ponude destinacije.

U cilju što obuhvatnijeg prikaza promjena nastalih u razdoblju od 2016. godine kad je napravljena sveobuhvatna situacijska analiza kulturne i prirodne resursne osnove prema klasterima destinacije Kvarner, a u okviru dokumenta Strateški plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.–2020. ova analiza daje prikaz trenutnog stanja prirodnih i antropogenih atrakcija na prostoru Primorsko-goranske županije.

Tijekom rada na analizi atrakcijske osnove ukupna prirodna i antropogena atrakcijska osnova Primorsko-goranske županijepodijeljena je na prirodne i antropogene atrakcije, a antropogene su podijeljene na kulturno-povijesne i ostale antropogene atrakcije.

Prikaz 1. Geografske cjeline Primorsko-goranske županije



Izvor: obrada autora Javna ustanova Priroda, Primorsko-goranska županija, <https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/> (3. 1. 2021.)

Prirodne su atrakcije dodatno postale važne na turističkom tržištu tijekom pandemije virusa COVID-19 kad se turisti odlučuju za boravak na otvorenim prostorima i u prirodi. Zdravstvena sigurnost koju pruža prirodno okruženje uvelike omogućuje razvoj turizma u okviru prirodnih atrakcija. Uslijed zatvorenih državnih granica i limitiranog kretanja ljudi prema aktivnostima u prirodnom okruženju najprije su se usmjerili domaći turisti i domicilno stanovništvo. Destinacija Primorsko-goranske županije bila je prepoznata odmah čim su se ostvarile mogućnosti za slobodna putovanja (izvan granica matične države) i to ponajviše zbog svojeg geografskog položaja i blizine emitivnih tržišta koje su dostupne automobilom u kratkom vremenu.

4.2.1. Prirodni resursi i atrakcije

Na području Primorsko-goranske županije mogu se diferencirati tri osnovne subregionalne cjeline – priobalna, goranska i otočna (Prikaz 1.) koje nisu geografski homogene.⁷³ Brojne i različite prirodne atrakcije i resursi ovih cjelina su temelj za raznolike turističke aktivnosti te upravo prirodne vrijednosti predstavljaju osnovni motiv dolaska u turističku destinaciju. Strateško upravljanje temelj je za održivost, zaštitu i očuvanost prostornih obilježja Primorsko-goranske županije, ali i za buduće turističke aktivnosti te za unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Inače, more i priobalje glavni su motiv dolaska u Primorsko-goransku županiju temeljni su resurs razvoja prevladavajućeg oblika ljetnog odmorišnog turizma što potvrđuju i istraživanja TOMAS 2019. Instituta za turizam.⁷⁴ Prema istraživanju more (73,5 %) i priroda (13 %) su glavni motivi putovanja u ljetnoj sezoni u Primorsko-goranskoj županiji.

Ukupna dužina obale Primorsko-goranske županije iznosi 1.065 km i to 133 km obale kopno-more i 932 km obale otoci-more. Najznačajniji resurs vezan za priobalje, tj. obalu, more, otoke i podmorje svakako su plaže. Primorsko-

⁷³ Javna ustanova Priroda, Primorsko-goranska županija, <https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/> (10. 1. 2022.)

⁷⁴ Institut za turizam, TOMAS 2019: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 2019., Institut za turizam, Zagreb, 2020, str. 132. <http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> (10. 3. 2022.)

goranska županija raspolaže prema prikupljenim podacima Regionalnog plana uređenja i upravljanja morskim plažama⁷⁵ s ukupno 406 plaža. Na morskim plažama Primorsko-goranske županije u 2021. godini na 270 lokacija utvrđivala se kakvoća mora. Ukupno je tijekom 2021. ispitano 2747 uzoraka. Ukupnim ispitivanjima čak je 94,8 % plaža ocijenjeno izvrsnom godišnjom ocjenom.⁷⁶ Isto tako važno je naglasiti da tijekom sezone 2021. nije bilo niti jedne lokacije s nezadovoljavajućom ocjenom kakvoće što je vrlo važno jer je more i njegova kakvoća jedan od važnih faktora kvalitete i održivosti najrazvijenijeg ljetnog odmorišnog turizma. Mnoge se plaže susreću s prevelikim brojem kupaca tijekom vršne sezone te s nedovoljnom infrastrukturnom opremljenošću stoga je potrebno njima upravljati na održivim načelima kako bi se adekvatno valorizirale te zaštitile, ali i unaprijedila sadržajna, a time ukupna kvaliteta plaža.

U turističkoj ponudi Primorsko-goranske županije, priobalje (Opatijska rivijera, Rijeka i riječki prsten i Crikveničko-vinodolska rivijera) vrlo je značajno, osobito zbog svojih prirodnih ljepota (većim dijelom je građeno od vapnenaca mezozojske starosti između kojih se izdvajaju dolomitne zone, osobito u sjevernom priobalju Riječkog zaljeva oko Kastva i na Cresu).⁷⁷ Priobalje određuje izrazita razvedenost te posebne klimatske pogodnosti definirane s pretežito mediteranskom klimom s utjecajem planinske klime (bura, kiša i snijeg) tijekom zimskih mjeseci. Čist zrak u kombinaciji s morskim aerosolom u spoju sa suncem te blagom mediteranskom klimom i terapijski djelotvornom

vegetacijom predstavlja temelj za razvoj zdravstvenog turizma Kvarnera. Potkraj 19. st. i početkom 20. st. otvorena su klimatska lječilišta u Opatiji, Crikvenici, Velom i Malom Lošinju, na Rabu i u središtima Gorskog kotara, Skradu i Delnicama. Osim izrazito razvijenog i dominantnog ljetnog odmorišnog turizma ovaj dio Primorsko-goranske županije nastoji razvijati i druge specifične oblike turizma (npr. osobito je značajan zdravstveni turizam (posljednje desetljeće dentalni turizam), kulturni, događajni, sportski, itd. U blizini grada Rijeke Sportsko-rekreativni centar Platak (Općine Čavle i Jelenje) nadmorske visine 1100 do 1363 metra nudi infrastrukturu za nordijsko skijanje, sanjkanje, snowboarding, te biciklističke i pješačke staze. Ukupna dužina skijaških staza iznosi 5,5 km. Uz navedenu infrastrukturu nalaze se ugostiteljsko-turistički i drugi sadržaji. Priobalje je definirano različitim geografskim karakteristikama s turističkom razvijenosti. Osim turističke razvijenosti priobalje je značajno gospodarsko i prometno područje za Primorsko-goransku županiju.

Otočna cjelina Primorsko-goranske županije ima izrazite značajke mediteranske klime, a sastavljena je od dvaju niza otoka – zapadnog s Cresom i Lošinjem i nekoliko manjih otoka te istočnog s Krkom i Rabom i manjim nenastanjenim otocima. Najveći površinom su Krk i Cres, ali Cres ima dužu obalu od Krka (Tablica 13). Otoci zbog specifičnih vrijednosti svoga teritorija omogućuju bavljenje različitim outdoor aktivnostima kao što su npr. aktivnosti vezane za more, trčanje, sportska natjecanja i utrke, pješačenje, i sl. Dominantni oblik turizma je ljetni odmorišni turizam.

Tablica 13: Najveći otoci Primorsko-goranske županije

Otok	Površina km ²	Dužina obale km	Najveća visina m
Krk	406	189,3	568
Cres	406	247,7	639
Rab	91	103,2	410
Lošinj	75	112,2	589
Unije	17	38,1	132
Ilovik	6	14,1	92
Susak	4	12,9	98

Izvor: JU Priroda (<https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/>) -i Ministarstvo turizma i sporta – Turizam u brojkama 2020., https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-06/HTZ%20TUB%20HR_%202020_0.pdf 4. 1. 2022.)

Goranska subregionalna cjelina obuhvaća visoravni, manja polja i doline Gorskog kotara, visoke gorske predjele i kraška polja Risnjaka i Snježnika te dolinu rijeke Kupe. Gorsko područje ima od umjereno kontinentalne do planinske klime.

⁷⁵ Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije, Opatija, 2015.

⁷⁶ Vukić Lušić, D., Cenov, A., Kakvoća mora na morskim plažama u Primorsko-goranskoj županiji u 2021., Nastavni zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije, 2021.

⁷⁷ JU Priroda, <https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/> (5. 1. 2022.).

Tablica 14: Najviši planinski vrhovi goranskog područja

Naziv vrhova	Visina u m
Risnjak	1528
Snježnik	1506
Bjelolasica	1534
Viševica	1428

Izvor: JU Priroda, Javna ustanova Priroda, Primorsko-goranska županija, <https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/> 3. 1. 2021.

Gorski kotar ima vrijedne prirodne resurse i atrakcije, ali nedovoljno turistički valorizirane. Prema Master planu turističkog razvoja Gorskog kotara⁷⁸ iz 2020. godine evaluirane najznačajnije prirodne atrakcije Gorskog kotara (Kanjon Kamačnik, Poučna staza Leska, Zeleni vir i Vražji prolaz, Park šuma Golubinjak, Begovo Razdolje, Špilje

Lokvarka i Vrelo) raspolažu s potencijalom valorizacije, ali im nedostaje kvalitetan marketing, turistički doživljaj i adekvatna interpretacija. Osim toga evaluirane prirodne atrakcije su vizualno vrlo atraktivne, ali je loše ocijenjena stavka uređenosti atrakcija (potrebne intervencije u prostoru kroz održavanje staze, pristup i sl.)

Zaštićena područja

Na području Primorsko-goranske županije zaštićena su 32 područja i pojedinačne prirodne vrijednosti (udio u zaštićenim područjima Republike Hrvatske iznosi 7,85 %), koje se štite putem osam različitih kategorija sukladno Zakonu o zaštiti prirode (Prikaz 2.). Ukupna površina zaštićenih područja iznosi 263,3 km² (3,35 % ukupne površine Županije, odnosno 3,5 % ukupnog teritorija Hrvatske), a od toga 218,54 km² pripada kopnu (6,09

%). Jedino morsko područje pod zaštitom je akvatorij otoka Prvić s Grgurovim kanalom površine 44,76 km², odnosno 1,05 % ukupne površine mora u Županiji.⁷⁹ Javna ustanova „Priroda“ upravlja s 27 područja, Javna ustanova „Nacionalni park Risnjak“ upravlja s 3 područja dok s jednim područjem upravlja Javna ustanova „Park prirode Učka“. Od sredine prošlog stoljeća pa do 1980-ih proglašen je najveći dio zaštićenih područja. Zaštićena se područja moraju očuvati i adekvatno turistički valorizirati na održivim načelima.

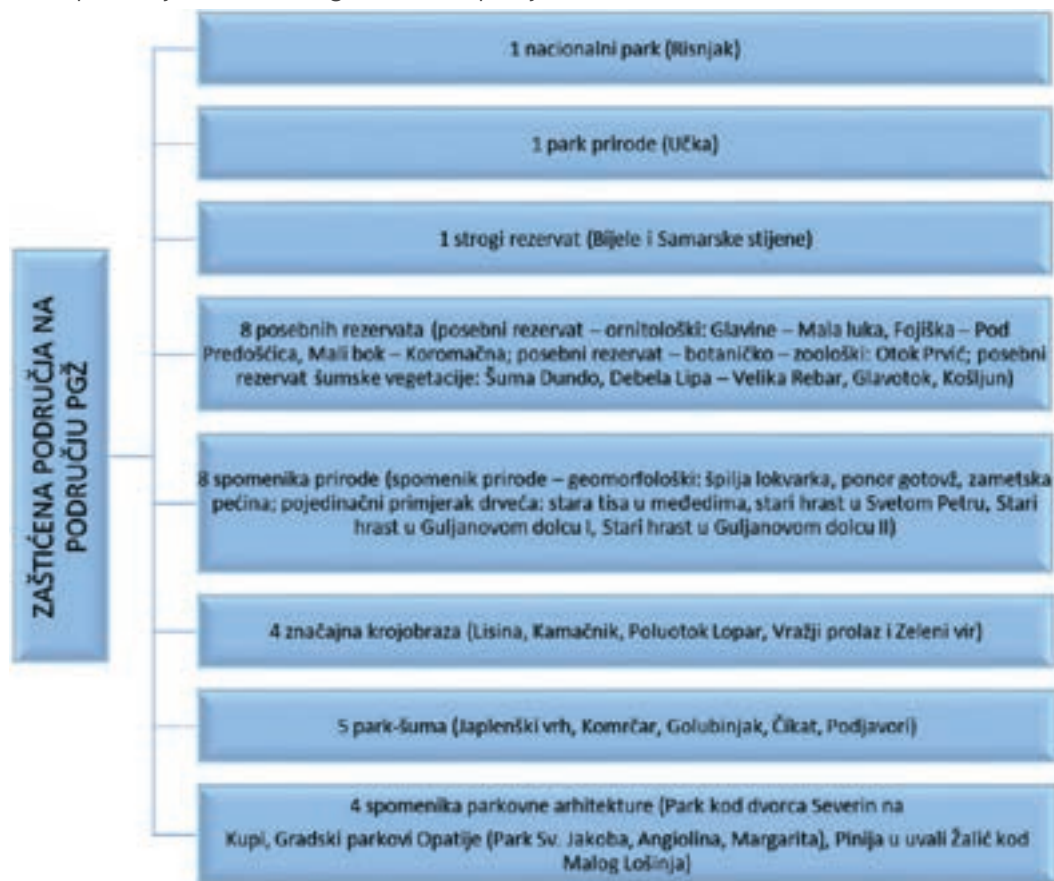


Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Višnja Bolf

⁷⁸ Horwath HTL, Master plan turističkog razvoja Gorskog kotara, Zagreb, 2020., str. 50.

⁷⁹ Javna ustanova Priroda, Zaštićena područja Primorsko-goranske županije (<https://ju-priroda.hr/zasticena-podrucja-pgz/> - 2. 1. 2021.)

Prikaz 2. Zaštićena područja Primorsko-goranske županije



Izvor: obrada autora Šišić, S., Godišnji program zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja zaštićenih područja u Primorsko-goranskoj županiji u 2019. godini, Javna ustanova Priroda, Primorsko-goranska županija, Rijeka, 2018., str. 4.; JU Priroda, Zaštićena područja Primorsko-goranske županije, <https://ju-priroda.hr/zasticena-podrucja-pgz/> (20. 1. 2022.)

U goranskom se području nalazi jedini Nacionalni park na području Kvarnera, a to je NP Risnjak. Površinom od 63,5 km² zauzima središnji dio masiva Risnjaka i Snježnika te gornji tok rijeke Kupe s izvorišnim dijelom te temeljni fenomen zaštite je šuma i hidrogeološki spomenik prirode – izvor Kupe.⁸⁰ Analizom u razdoblju od 2010. do 2020. godine vidljivo je da se broj posjetitelja u NP Risnjak u ukupnom broju posjetitelja nacionalnih parkova Hrvatske kreće oko 0,5 %. Udio je pandemijskoj 2020. godini povećan na 1,3 %. (Tablica 15). NP Risnjak je nedovoljno uključen u turističku ponudu Primorsko-goranske

županije te ga je potrebno dodatno turistički valorizirati i intenzivnije ponuditi u turističkoj ponudi priobalja. Prirodne atrakcije su zanimljive i u izvansezonskom razdoblju, ali se moraju poduzeti dodatne marketinške aktivnosti. U cilju kvalitetnije valorizacije prirodne baštine Gorskog kotara 2021. godine otvoren je Centar za posjetitelje Velike zvijeri u Staroj Sušici s ciljem stvaranja Gorskog kotara kao ekološki očuvane destinacije u kojoj još i nadalje obitavaju medvjed, vuk i ris.⁸¹ Ovaj centar svakako može doprinijeti stvaranju integrirane ponude goranskog područja.

Tablica 15: Broj posjetitelja Nacionalnog parka Risnjak od 2010. do 2020. godine

	Broj posjetitelja											
	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	
Risnjak	17.005	18.212	16.359	13.985	11.338	12.715	14.346	16.575	16.816	31074	14.580	
% u ukupnom broju posjetitelja RH	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,6 %	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,4 %	0,4 %	0,8 %	1,3 %	

Izvor: obrada podataka – Ministarstvo turizma i sporta, Turizam u brojkama, <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> i Državni zavod za statistiku, Posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u 2011. i 2010. godini, <https://www.dzs.hr/> (5. 1. 2022.).

⁸⁰ NP Risnjak, <https://www.np-risnjak.hr/opce-informacije/> (5. 1. 2022.)

⁸¹ Velike zvijeri, Centar za posjetitelje, <https://centar-velikezvijeri.eu/posjeti-nas/> (4. 1. 2022.)

4.2.2. Kulturno-povijesne atrakcije i resursi

Na području Primorsko-goranske županije i Istarske županije nalazi se jedini park prirode na području Kvarnera, a to je PP Učka (površina: 160 km², najviši vrhovi: Vojak 1401 m, Veli Planik 1272 m) koji je proglašen parkom 1999. godine. Specifičnosti PP Učka nalaze se u njegovom reljefu i neposrednoj blizini mora, što je uvjetovalo razvoj specifične klime te bujne šumske vegetacije. Područje parka pruža posjetiteljima mogućnost bavljenja različitim outdoor aktivnostima: planinarenje, biciklizam, letenje, trail running, sportska natjecanja i utrke, itd. Najznačajnije odredište PP Učka koje je otvoreno u svibnju 2021. godine je Centar za posjetitelje Poklon čija je glavna uloga da kroz edukaciju i multimedijalno iskustvo, podiže svijest posjetitelja o važnosti prirode i potrebi njezine aktivne zaštite.⁸² Park prirode Učka zanimljiv je i po svojim stazama (poučne staze i šetnice, planinarske staze, biciklističke staze).

U Primorsko-goranskoj županiji mreža Natura 2000 sastavljena je od 111 lokaliteta od kojih su 3 područja značajna za ptice (POP), a 108 područja značajno je za divlje vrste i stanišne tipove (POVS). Obuhvat ekološke mreže u Županiji na kopnu obuhvaća gotovo 75 % ukupne površine, a na moru 16 % pa je s obzirom na obuhvat ekološke mreže i biološku raznolikost, Primorsko-goranska županija jedna od najbogatijih europskih regija te Republike Hrvatske.⁸³ Visok postotak ekološke mreže s obzirom na ostatak Hrvatske je u velikim očuvanim kompleksima šuma koji podržavaju prisustvo triju velikih zvijeri (vuka, medvjeda i risa) te čitavom nizu šumskih vrsta ptica.⁸⁴

Razvoju ekoturizma i edukaciji o osjetljivosti ekološkog sustava bjeloglavih supova u Belom na otoku Cresu pridonosi Centar za posjetitelje i oporavilište za bjeloglave supove koji je otvoren 2016. godine i koji predstavlja jedinstveno mjesto interpretacije o tisućljetnom suživotu otočana i bjeloglavih supova. Kvarnerska populacija jedinstvena je u svijetu jer se bjeloglavi supovi u Primorsko-goranskoj županiji gnijezde na liticama neposredno iznad mora, a u drugim zemljama pretežno u planinskim područjima.⁸⁵

Prirodne vrijednosti temeljni su resurs za turističke aktivnosti te se s njima mora upravljati na održivim načelima što podrazumijeva zaštitu, adekvatno valoriziranje što podrazumijeva i unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva i boravka turista na tim prostorima.

Područje Primorsko-goranske županije posjeduje vrlo različite kulturno-povijesne atrakcije koje najčešće nisu primaran motiv dolaska u turističku destinaciju, ali su značajne prilikom boravka turista u destinaciji. Posjet njima turistima predstavlja dodatnu aktivnost, ali i vrijednost tijekom boravka u destinaciji. Destinacija Primorsko-goranske županije na svom području ima kulturno-povijesne atrakcije koje su nedovoljno aktivno uključene u turističku ponudu te u integralni turistički proizvod destinacije.

Posebno se mogu istaknuti:

- mali povijesni gradovi, arheološka nalazišta;
- sakralna baština, posebice Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan na otoku Košljunu;
- kašteli i dvorci;
- rute, posebno kulturno-turistička ruta Putevima Frankopana;
- pomorska baština.

Priobalje je područje sa specifičnim cjelinama malih povijesnih gradića (npr. Brseč, Mošćenice, Kastav, Veprinac, Trsat, Bakar, Volosko, Crikvenica, Novi Vinodolski, itd.) koji dominiraju prostorom i koji imaju svoju specifičnu kulturno-povijesnu baštinu. Specifična i jedinstvena baština malih povijesnih gradića Kvarnera predstavlja resursnu osnovu koja treba dodatnu turističku valorizaciju.

Važna kulturno-povijesna baština je i sakralna baština s najpoznatijim Svetištem Majke Božje Trsatske koje predstavlja najstarije hrvatsko marijansko svetište s kontinuiranim štovanjem Majke Božje. Svetište Majke Božje Trsatske prepoznato je kao centar vjerskog i kulturnog okupljanja te predstavlja značajnu sakralnu kulturno-povijesnu baštinu Primorsko-goranske županije.

Jedinstvenu noviju interpretaciju kulturno-povijesne baštine predstavlja Kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana kojom je obuhvaćeno ukupno 17 frankopanskih kaštela i 3 sakralne lokacije s područja županije, a čime se prezentira i štiti kulturno nasljeđe obitelji Frankopan na području Primorsko-goranske županije.⁸⁶ U okviru rute napravljeno je 8 interpretacijskih centara tematski vezanih na Frankopane od kojih je pet u priobalju: Kraljevica, Bribir, Bakar, Trsat, Grobnik, jedan na otoku Krku i dva u Gorskom kotaru – u Brodu na Kupi i Čabru. Inače, važne novije kulturno-turističke rute su: Ruta Camino Krk (otočna kružna ruta dugačka 150 kilometara) i Povijesno-mitska staza Trebišća-Perun.

⁸² Park prirode Učka, <https://www.pp-ucka.hr/centar-za-posjetitelje/> (5. 1. 2022.)

⁸³ Javna ustanova Priroda, Natura 2000 u Primorsko-goranskoj županiji, <https://ju-priroda.hr/nature-2000-u-pgz/> (3. 1. 2021.)

⁸⁴ Ministarstvo zaštite okoliša i energetike, Izvješće o stanju prirode u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2013. do 2017. godine (15. 3. 2022.)

⁸⁵ Bjeloglavi sup, <https://belivisitorcentre.eu/posljednja-hrvatska-populacija-na-kvarneru/> (4. 1. 2022.)

⁸⁶ Upoznajmo Frankopane, <https://frankopani.eu/frankopani/> (5. 2. 2022.)

Otoci predstavljaju specifične cjeline sa starim povijesnim gradićima te bogatom sakralnom baštinom (Omišalj, Malinska, Vrbnik, Krk, Punat, Baška, Dobrinj). Na otoku Krku nalazi se Jurandvor s ranoromaničkom Crkvom sv. Lucije u kojoj je pronađen najpoznatiji krčki i slavenski glagoljski spomenik – Baščanska ploča, datirana oko 1100. godine. Glagoljica na cijelom području nije dovoljno uključena u turističku ponudu. Na otoku Krku značajan je i otočić Košljun u Puntarskoj dragi koji je rezervat prirode i spomenik kulture. U franjevačkom samostanu, s crkvom navještenja Marijina iz 1480. godine, nalazi se knjižnica, etnografski muzej i stalna izložba sakralne umjetnosti. Otok Rab ima vrijednu kulturno-povijesnu baštinu, a osobito u turističkoj valorizaciji dominira povijesna urbana cjelina grada Raba. Cres i Lošinj također imaju specifičnu kulturno-povijesnu baštinu koja predstavlja izrazitu vrijednost za ove otočne prostore.

U Gorskom kotaru općenito nedostaju atrakcije koje interpretiraju kulturno-povijesnu baštinu, a za postojeće koje su u ponudi potrebno je unaprijediti turističku valorizaciju. Prema Master planu turističkog razvoja Gorskog kotara⁸⁷ promatrane atrakcije: Popovićev mlin Delnice, Kaštel Petra Zrinskog Čabar, Kolarnica i Kuća Delač Brod Moravice imaju znatne nedostatke (potrebna ulaganja u opću uređenost objekata: recepcijski dijelovi, prostorije s postavom i dr.) te je potrebno unaprijediti njihovu interpretaciju.

Turističkom ponudom kulturno-povijesne baštine mora se upravljati na održivim načelima što podrazumijeva adekvatnu zaštitu, edukaciju, infrastrukturno uređenje i interpretaciju kako se ne bi uništila njena vrijednost te kako bi se očuvala za buduće generacije. Kulturno-povijesna baština Primorsko-goranske županije nije dovoljno uključena u turističku ponudu te bi se zajedničkim sinergijskim djelovanjem sektora kulture i turizma trebalo unaprijediti stvaranje prepoznatljivosti antropogenih atrakcija u turističkoj ponudi.

Kulturna dobra

O bogatstvu kulturno-povijesne baštine govori i činjenica da se na području Kvarnera prema Registru kulturnih dobara Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske nalazi 396 zaštićenih kulturnih dobara i 20 preventivno zaštićenih dobara. (tablica 17.) Na Reprezentativnoj listi nematerijalne kulturne baštine UNESCO-a od 2009. godine nalazi se godišnji pokladni ophod Zvončara na području Kastva. S područja Primorsko-goranske županije s drugim dijelovima jadranske obale i otoka na UNESCO listi nalazi se i sljedeća nematerijalna baština: tradicijske ribolovne vještine, običaji i vjerovanja na Jadranu, klapsko pjevanje i umijeće suhozidne gradnje.⁸⁸

Tablica 16: Kulturna dobra Primorsko-goranske županije u Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske na dan 3. 1. 2022.

	Zaštićeno kulturno dobro	Preventivno zaštićeno dobro
Nepokretna pojedinačna kulturna dobra	232	10
Kulturnopovijesna cjelina	87	2
Kulturni krajolik	1	1
Arheologija	52	5
Nematerijalna kulturna dobra	24	2
Ukupno	396	20

Izvor: Ministarstvo kulture i medija, Registar kulturnih dobara na dan 3. 1. 2022. <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (3. 1. 2022.)

4.2.3. Ostale antropogene atrakcije

U antropogene atrakcije, osim kulturno-povijesnih atrakcija, pripadaju i različite manifestacije i događaji, muzejske zbirke i nematerijalna baština kao što su tradicija, folklor, način života i rada lokalnog stanovništva, enogastronomija, itd. U tom dijelu Primorsko-goranska županija uistinu nudi bezbroj mogućnosti za turiste motivirane pojedinim segmentima navedene ponude (Tablica 18).

Antropogene atrakcije Primorsko-goranske županije:

- muzeji i zbirke,
- kazališta,
- glagoljska baština,
- maritimna baština.

Zbog pandemije virusa Covid-19 te epidemiološkim mjerama, koje su bile na snazi, te manjem broju gostiju, većina manifestacija i događaja se otkazivala, odgađala ili održavala pod strogim mjerama, što je organizatorima

⁸⁷ Horwath HTL, Master plan turističkog razvoja Gorskog kotara, Zagreb, 2020., str. 52.

⁸⁸ Ministarstvo kulture i medija, Registar kulturnih dobara na dan 20. 1. 2022 <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> (20. 1. 2022.)

pričinjavalo velike organizacijske probleme, a često i gubitke. Osobito je smanjen broj manifestacija i događaja u 2020. i 2021. godini.

Na području Primorsko-goranske županije prije pandemije virusa Covid-19 organizirane su mnogobrojne manifestacije i događaji od lokalnog, nacionalnog i međunarodnog značenja. Različitost manifestacija i događaja može se podijeliti na tematska područja koja obuhvaćaju (od outdoor manifestacija i natjecanja, gastronomskih događanja, kulturno-zabavnih događaja i drugo). Istaknut je broj tradicionalnih manifestacija povijesne tematike koje nisu atraktivne samo za lokalno stanovništvo već i za turiste i posjetitelje destinacija. Zatim značajnu ulogu imaju glazbene i scenske manifestacije koji se intenzivno odvijaju u ljetnim mjesecima na otvorenim prostorima. Osobitost i specifičnost područja Primorsko-goranske županije otvara mogućnosti daljnjeg razvoja filmskih i glazbenih festivala kao segmenata turističke ponude.

Najznačajniji program koji je uključivao brojne manifestacije i projekte, ali zbog pandemije nisu svi realizirani, svakako je projekt Europske prijestolnice kulture koji je 2020. godine dodijeljen Rijeci. Ovaj projekt svakako daje dodatnu vrijednost u promociji turizma Rijeke i Primorsko-goranske županije. Tri glavne programske teme izabrane su kao simboli isprepletanja identiteta Rijeke i suvremene Europe: voda, rad i migracije.⁸⁹ Primjenom principa kružne ekonomije u obnovi i revitalizaciji resursa (npr. industrijska baština, mali srednjovjekovni gradovi, kašteli, itd.) mogu se dobiti nove vrijednosti pa su tako na području bivše tvornice Rikard Benčić u Rijeci obnovljene tri zgrade industrijske baštine koje dobivaju kulturnu namjenu: Muzej Grada Rijeke, Gradska knjižnica Rijeka, Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Dječja kuća namijenjena razvoju dječje kreativnosti. Također, obnavlja se i uređuje brod Galeb koji postaje brod-muzej i kulturno-turistička atrakcija u Rijeci. Prema predviđenim planovima po završetku rekonstrukcije i opremanja broda „Galeb“ s temeljnom kulturnom namjenom kao stalni muzejski postav, povremene izložbe, kino i kreativne radionice te za komercijalnu namjenu – hostel, bar/restoran, i suvenirnicu.⁹⁰

Područje Primorsko-goranske županije dobro je pozicionirano na gastro i eno karti Hrvatske. Oznake kvalitete eno i gastro ponude „Kvarner Gourmet“, „Kvarner Food“ i „Kvarner Wines“ pridonose prepoznatljivosti eno i gastro ponude Kvarnera. Na području Kvarnera eno i gastro ponuda temelji se na tradicionalnoj pripremi hrane i autohtonim namirnicama različitih područja koje Primorsko-goranska županija obuhvaća. Primorska

kuhinja, kao i kuhinja otoka, temelji se na ribi, morskim plodovima, janjetini, šarogama, marunima, voću i povrću te, dakako, maslinovom ulju i autohtonim vinima Kvarnera (vrbnička žlahtina, belica, jarbola, trojiščina, sansigot). Gorski kotar ima jela sa specifičnim šumskim plodovima, gljivama te jelima od divljači. U 2021. godini tri su restorana u Primorsko-goranskoj županiji imala Michelinove zvjezdice, a to su: „Draga di Lovrana“ iz Lovrana, restoran „Nebo“ riječkog Hilton hotela i „Alfred Keller“ hotela Alhambra na Malom Lošinjju. U destinacijama diljem Primorsko-goranske županije organiziraju se gastro i eno manifestacije koje su dodatno doprinijele prepoznatljivosti njihove ponude.

Primorsko-goranska županija nudi mogućnosti aktivnog odmora; od biciklizma (razvrstanog u više kategorija), Trail (šumski putevi) trčanja, planinarenja, jedrenja, jedrenja na dasci, supanja, sportova na snijegu i drugih aktivnosti. Sportska infrastruktura može privući segmente usmjerene k sportskim događanjima, bilo kao aktivne sudionike ili gledatelje.

Primorsko-goranska županija turistička je destinacija s raznolikim prirodnim ljepotama i kulturnim vrijednostima. Prirodnim i antropogenim atrakcijama treba se upravljati na održivim načelima. Održivim strateškim upravljanjem prirodnim i kulturnim atrakcijama, ali i stavljanjem u ponudu do sada nedovoljno turistički valoriziranih područja te prirodne i kulturne baštine, osigurava se rješavanje primarnog problema destinacije Primorsko-goranske županije, a to je sezonalnost. Cilj turističkih aktivnosti mora biti unapređenje kvalitete života i rada lokalnog stanovništva. Osim toga, potrebno je i kontinuirano unapređivanje kvalitete boravka turista u Primorsko-goranskoj županiji čime se osigurava konkurentnost i prepoznatljivost destinacije na turističkom tržištu.

4.3. Ljudski potencijali

4.3.1. Obilježja ljudskih potencijala

Stanovništvo je ključan nositelj gospodarskog i društvenog razvoja, a njegovo demografsko obilježje i aktivnost reflektirat će se na tijek budućeg razvoja određenje zemlje i regije. Analizom kretanja stanovništva i drugim obilježjima dobiva se podloga za procjenu ljudskih potencijala određene regije i županije.

Hrvatska, pa tako i Primorsko-goranska županija, bilježi kontinuirani pad broja stanovnika. Novi popis stanovništva iz 2021. godine pokazuje da je u 10 godina Primorsko-

⁸⁹ Rijeka 2020, <https://rijeka2020.eu/o-epk-projektu/program/> (5. 2. 2022.)

⁹⁰ Grad Rijeka, Brod Galeb, <https://www.rijeka.hr teme/za-gradane/kultura-2/kulturna-bastina/kapitalni-programi-zastite-ocuvanja-kulturnih-dobara/brod-galeb/> (16. 1. 2022.)

goranska županija izgubila oko 29,7 tisuća stanovnika, s 296 tisuća u 2011. godini broj stanovnika smanjio se na 266,5 tisuća. Županija je stoga izgubila više od 10 % svoga stanovništva te se u usporedbi s drugim županijama smjestila u sredinu s obzirom na negativni saldo. Promatrajući zasebno priobalje, otoke i Gorski kotar u periodu od 2011. godine do 2021. godine, najveći pad stanovništva zabilježen je u Gorskom kotaru (17,3 %) nakon čega slijede otoci i priobalje. Grad Rijeka prema novom popisu ima 108.622 stanovnika što je pad od oko 20 tisuća stanovnika ili čak 16 % u odnosu na 2011. Unatoč tome i dalje se radi o trećem gradu po veličini u Hrvatskoj.⁹¹ Županija bilježi kontinuirano smanjenje nataliteta i prirodnog prirasta te porast broja stanovnika starije životne dobi i smanjenje udjela mlađega stanovništva. Udio stanovništva iznad 60 godina u 2021. godini u Primorsko-goranskoj županiji iznosio je visokih 33 %, dok je udio žena u odnosu na muškarce 52 %. U skladu s trendom koji vlada u Hrvatskoj i EU povećao se broj stanovnika u dobnoj skupini od 65 godina.⁹²

Primorsko-goranska županija s 57 srednjih škola po broju istih zauzima treće mjesto u Hrvatskoj nakon Grada Zagreba (119) i Splitsko-dalmatinske županije (90). U srednjim školama provode se razni programi, i to gimnazijski, strukovni i obrtničko-industrijski, umjetnički i programi za učenike s poteškoćama. U školskoj godini 2020./2021. bilo je upisano 9.243 učenika što čini 6,3 % svih srednjoškolaca u Hrvatskoj. Od 2015./2016. primjetan je trend kontinuiranog smanjenja broj učenika izuzev 2020./2021. kad je zamijećen blagi rast u odnosu na prijašnju školsku godinu.⁹³

Sustav strukovnog obrazovanja i osposobljavanja od posebne je važnosti za turizam. Postojeći sustav strukovnog odgoja i obrazovanja obuhvaća 70,9 % ukupne srednjoškolske populacije, odnosno 135.930 učenika u 290 škola.⁹⁴ Obrazovanje srednjoškolskih kadrova za turizam provodi 105 strukovnih srednjih širom Hrvatske od kojih je većina smještena u Jadranskoj Hrvatskoj. Školske godine 2020./2021. u njih se upisalo gotovo 13.800 učenika. Programi za zanimanja hotelsko-turistički tehničar (44 ustanove), kuhar (72 ustanove) i konobar (64 ustanove) nudi najveći broj obrazovnih ustanova. U Primorsko-goranskoj županiji postoji 9 srednjoškolskih ustanova koje provode obrazovne programe u području turizma i ugostiteljstva i u njih je upisano 1.153 učenika što tu županiju smještava na drugo

mjesto nakon Splitsko-dalmatinske županije na području Jadranske Hrvatske.⁹⁵ Ministarstvo turizma i sporta, potpisalo je 2020. godine ugovore sa šest imenovanih regionalnih centara kompetentnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva, U Primorsko-goranskoj županiji smješten je jedan od šest centara i to u Ugostiteljskoj školi Opatija. Regionalni centri predstavljat će instrument kojim se može unaprijediti kvaliteta strukovnog obrazovanja za turizam i ugostiteljstvo i prilagođavati ga potrebama tržišta rada s ciljem jačanja konkurentnosti ljudskih potencijala.

Studijski programi vezani za turizam u sklopu visokoškolskoga obrazovanja izvode se na sedam sveučilišta i sedam veleučilišta i visokih škola u Hrvatskoj. Turizam se na svim razinama obrazovanja u Primorsko-goranskoj županiji izučava na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu na kojem je 2020./2021. studiralo 2034 studenata (UNIRI, 16698 studenata). Iste godine diplomiralo je 497 studenata što čini 14,1 % diplomanata UNIRI.⁹⁶ Valja napomenuti da se na navedenom fakultetu provodi jedini poslijediplomski sveučilišni (doktorski) studij u potpunosti fokusiran na turizam.

Osim formalnog oblika obrazovanja čitav niz ustanova provodi i programe u sklopu obrazovanja odraslih za turizam i ugostiteljstvo. Stopa stjecanja tercijarnog obrazovanja prošle se godine naglo povećala, ali je razina sudjelovanja u programima obrazovanja odraslih i dalje vrlo niska. Hrvatska ima vrlo nisku stopu sudjelovanja u programima obrazovanja odraslih – 2,9 % u odnosu na prosjek EU-a od 11,1 %.⁹⁷ Na području Primorsko-goranske županije provodi se ukupno 67 programa na 10 ustanova usmjerenih na različita zanimanja u turizmu.⁹⁸ Programe obrazovanja odraslih provodi Sveučilište u Rijeci, Veleučilište u Rijeci, Visoka škola Par i Narodno sveučilište. Prema podacima Agencije za znanost i visoko obrazovanje raste broj programa u turizmu što je vidljivo u online bazi studiji.hr koja se kontinuirano upotpunjuje novim podacima.⁹⁹

Demografska obilježja, aktivnost stanovništva i obrazovanje ljudskih potencijala u Primorskoj-goranskoj županiji predstavljaju ključnu polaznu točku u planiranju društvenog i gospodarskog razvoja. Trendovi u kretanju stanovništva i njegove karakteristike stvaraju osnovu ljudskih potencijala Primorsko-goranske županije.

⁹¹ Državni zavod za statistiku: Prvi rezultati Popisa 2021, <https://popis2021.hr/> (5. 7. 2022.)

⁹² Državni zavod za statistiku: Prvi rezultati Popisa 2021, <https://popis2021.hr/> (5. 7. 2021.); Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područna služba Rijeka, Godišnjak 2020. <https://publikacije.hzz.hr/statistike-publikacije-pu-i-ps/primorsko-goranska/>

⁹³ Državni zavod za statistiku: Statistika u nizu, obrazovanje i kultura, obrazovanje pregled po županijama za 2022, <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> (5. 7. 2022)

⁹⁴ Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, <https://www.asoo.hr/obrazovanje/strukovno-obrazovanje-opis-sustava-strukovnog-obrazovanja-i-osposobljavanja/> (10. 7. 2021.)

⁹⁵ Izvor: MZOS, „ŠeR- Školski e-rudnik“, <https://app.powerbi.com/view?r=eyJhojZWE3YTE4OWQ0OWJmNCOOTJmLWE2MjktYTQ5EMWJINDNlZDQ0IiwidCl6IjJMTFJmNjI3NjEtNDVhY1h0WYyLTRhYzc3ZTk0ZTFkNCIsImMiOj9h> (10.07.2021.)

⁹⁶ Sveučilište u Rijeci, <https://uniri.hr/studiranje/sveuciliste-u-brojevima/> (3. 7. 2022)

⁹⁷ Svjetska banka: Analička podloga za nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030: tržište rada, <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/805581604614182103-0080022020/original/9Triterada.pdf>

⁹⁸ Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, <https://www.asoo.hr/obrazovanje/obrazovanje-odraslih/pretrazivanje-obrazovanja-odraslih/> (15. 7. 2021.)

⁹⁹ Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, <https://www.asoo.hr/obrazovanje/obrazovanje-odraslih/pretrazivanje-obrazovanja-odraslih/> (15. 7. 2021.)

4.3.2. Tržište rada

Radno sposobno stanovništvo koje obuhvaća stanovništvo dobi od 15 do 64 godine života demografski je oblik unutar kojega se definira ekonomska aktivnost stanovništva neke zemlje ili regije. Na brojnost radno sposobnog stanovništva utječu demografski, ekonomski, ali i drugi čimbenici. U Hrvatskoj je 2020. godine došlo do smanjenja zaposlenosti i značajnog povećanja nezaposlenosti. Prosječni broj registrirane zaposlenosti smanjen je za 0,7 %, u usporedbi s 2019. godinom. Godišnji prosjek registriranoga broja zaposlenih u 2020. godini iznosio je 1.543.869 osoba.¹⁰⁰

U Primorsko-goranskoj županiji godine 2020. evidentirana su 120.493 aktivna stanovnika od čega su 110.808 aktivni osiguranici Hrvatskog zavoda za mirovinsko osiguranje, a 9.685 nezaposlene osobe. Aktivno stanovništvo, kao i broj nezaposlenih osoba, u odnosu na 2019 se povećavalo. U Primorsko-goranskoj županiji je u 2021. bilo 116.724 aktivnih osoba starijih od 15 što u odnosu na 2020. godinu predstavlja smanjenje od 3.769 osoba. Valja primijetiti da od 2019 godine (113.551) postoji blagi pozitivan trend povećanja broja aktivnog stanovništva u županiji.¹⁰¹

Zaposlenost u Hrvatskoj i Primorsko-goranskoj županiji možemo promatrati i prema područjima Nacionalne klasifikacije djelatnosti. U Hrvatskoj u 2020 godini najveći je broj zaposlenih osoba bio u prerađivačkoj industriji, njih 16,5 % (254.998), dok je u djelatnostima pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane bilo 6,4 % (99.240) ukupno zaposlenih osoba. Prema podacima Hrvatskoga zavoda za mirovinsko osiguranje krajem 2020. u Primorsko-goranskoj županiji bilo je zaposleno 110.808 osoba što je manje za 2.250 ili 2,0 % u odnosu na isto razdoblje 2019. godine. Najveći broj zaposlenih je u trgovini (15,9 %), prerađivačkoj industriji (11,3 %), građevinarstvu (8,5 %), djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (7,7 %) i dr. Najveći pad broja zaposlenih u odnosu na prosinac 2019 godine evidentiran je u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane i to 13,4%.¹⁰² Ukupan broj zaposlenih u Primorsko-goranskoj županiji u djelatnosti (I) je u 2021. godini (6.336) bio približno isti razini zaposlenosti u navedenoj djelatnosti u 2019 godini (6.340).¹⁰³

U nastavku se iznosi pregled financijskih rezultata povezanih s ljudskim potencijalima gospodarstvenika koji su registrirani na području Primorsko-goranske županije u razdoblju 2015–2020. godine po djelatnostima. U pregledu je poseban naglasak stavljen na prosječne isplaćene neto plaće po zaposlenome.



¹⁰⁰ Hrvatski zavod za zapošljavanje: Godišnjak 2020. godine, <https://publikacije.hzz.hr/statisticke-publikacije/> (1. 7. 2022)

¹⁰¹ Državni zavod za statistiku RH, Statistika u nizu, Zaposlenost - Aktivno stanovništvo (24. 6. 2022.) 9.4.7. aktivno stanovništvo prema administrativnim izvorima, stanje 31. ožujka)

¹⁰² Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područna služba Rijeka, Godišnjak 2020. <https://publikacije.hzz.hr/statisticke-publikacije-pu-i-ps/primorsko-goranska/>, str 9.

¹⁰³ Državni zavod za statistiku RH, Statistika u nizu, Zaposlenost - pregled po županijama (2022), <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> (2.1. zaposleni u pravnim osobama po gradovima/općinama NKD-u 2007., stanje 31. ožujka1)

Tablica 17: Financijski rezultati gospodarstva vezani uz ljudski potencijal na području Primorsko-goranske županije u 2015. i u 2020. godini (po djelatnostima, 000 kn)

DJELATNOST	TROŠKOV I OSOBLJA		NETO PLAĆA I NADNICA		PROSJEČNI BR. ZAPOSLENIH NA BAZI SATI RADA		PROSJEČNA MJESEČNA NETO PLAĆA PO ZAPOSLENIKU U KUNAMA									
	2015	2020	%	2015	2020	%	2015	2020	% od PGŽ	% od PGŽ						
A. POLJOPR., ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	44.959	71.977	0,8 %	1,1 %	29.624	0,9 %	47.519	1,1 %	597	1,0 %	779	1,3 %	4.135	83,8 %	5.083	88,7 %
B. RUDARSTVO I VADENJE	5.775	7.979	0,1 %	0,1 %	3.586	0,1 %	4.877	0,1 %	58	0,1 %	59	0,1 %	5.152	104,4 %	6.888	120,2 %
C. PRERADIVAČKA INDUSTRIJA	1.120.075	1.258.120	20,7 %	19,1 %	701.335	20,6 %	804.014	19,1 %	11.741	20,4 %	10.921	17,8 %	4.978	100,9 %	6.135	107,1 %
D. OPS. ELENER., PLINOM, PAROM I KLIM.	18.233	18.526	0,3 %	0,3 %	11.093	0,3 %	11.716	0,3 %	185	0,3 %	160	0,3 %	4.997	101,3 %	6.102	106,5 %
E. OPSKRBA VODOM; UKLA. OTPAVODA, GOSP. VODOM...	264.018	312.958	4,9 %	4,7 %	164.398	4,8 %	199.944	4,7 %	2.513	4,4 %	2.700	4,4 %	5.452	110,5 %	6.171	107,7 %
F. GRAĐEVINARSTVO	414.126	676.879	7,7 %	10,3 %	265.518	7,8 %	440.933	10,5 %	5.166	9,0 %	7.068	20,6 %	4.283	86,8 %	5.199	90,7 %
G. TRG. NA VEL.IMALO; POPR. MOT. VOZILA I MOTOČIKALA	990.119	1.287.949	18,3 %	19,5 %	628.272	18,4 %	822.913	19,5 %	12.579	21,9 %	12.670	20,6 %	4.162	84,3 %	5.412	94,5 %
H. PRIJEVOZ I SKLADISTENJE	680.951	772.377	12,6 %	11,7 %	411.709	12,1 %	479.760	11,4 %	6.367	11,1 %	6.622	10,8 %	5.389	109,2 %	6.037	105,4 %
I. DJEL. PRUŽ. SMAJŠ. TE PRIP. I USL. HRANE	574.877	627.782	10,6 %	9,5 %	362.509	10,6 %	415.354	9,8 %	6.583	11,4 %	6.746	11,0 %	4.589	93,0 %	5.131	89,5 %
J. INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	122.385	193.905	2,3 %	2,9 %	74.445	2,2 %	121.891	2,9 %	1.128	2,0 %	1.393	2,3 %	5.500	111,4 %	7.282	127,1 %
K. FINANIJSKE DJEL. I DJEL. OSIGURANJA	8.310	6.877	0,2 %	0,1 %	5.403	0,2 %	4.599	0,1 %	108	0,2 %	80	0,1 %	4.169	84,5 %	4.790	83,6 %
L. POSLOVANJE NEKRETNINAMA	35.346	49.702	0,7 %	0,8 %	22.365	0,7 %	31.333	0,7 %	478	0,8 %	568	0,9 %	3.899	79,0 %	4.597	80,2 %
M. STRUČNE, ZNAN. I TEHNI. DJELATNOSTI	533.268	699.422	9,9 %	10,6 %	317.357	9,3 %	428.067	10,1 %	4.464	7,8 %	5.382	8,8 %	5.924	120,0 %	6.628	115,7 %
N. ADMIN. I POM. USLUŽNE DJELATNOSTI	304.542	250.689	5,6 %	3,8 %	236.437	6,9 %	171.068	4,1 %	2.582	4,5 %	2.757	4,5 %	7.631	154,6 %	5.171	90,2 %
O. JAVNA UPRAVA	1.061	7.065	0,0 %	0,1 %	681	0,0 %	4.266	0,1 %	13	0,0 %	54	0,1 %	4.365	88,4 %	6.583	114,9 %
P. OBRAZOVANJE	23.958	30.423	0,4 %	0,5 %	15.081	0,4 %	19.985	0,5 %	304	0,5 %	375	0,6 %	4.134	83,8 %	4.441	77,5 %
Q. DJ. ZDR. ZAŠTITE I SOC. SKRBI	118.105	161.588	2,2 %	2,4 %	70.452	2,1 %	101.074	1,7 %	1.047	1,8 %	1.325	2,2 %	5.607	113,6 %	6.357	110,9 %
R. UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA	101.798	111.145	1,9 %	1,7 %	63.512	1,9 %	71.036	1,7 %	954	1,7 %	900	1,5 %	5.548	112,4 %	6.577	114,8 %
S. OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI	37.934	57.336	0,7 %	0,9 %	24.765	0,7 %	38.325	0,9 %	689	1,2 %	799	1,3 %	2.995	60,7 %	3.997	69,8 %
NEPOZNATO	0	51	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	35	0,0 %	0	0,0 %	1	0,0 %	0	0,0 %	2.930	51,1 %
UKUPNO	5.399.840	6.602.750			3.408.542		4.218.709		57.556		61.359		4.935		5.730	

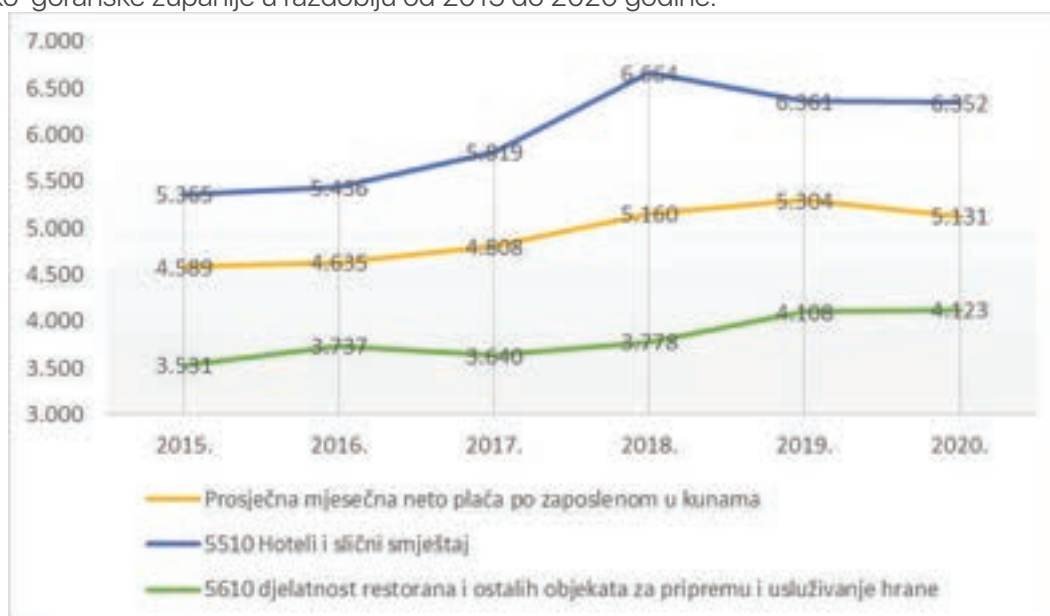
Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020., obrada autora; Podatci obuhvaćaju financijske rezultate trgovačkih društava sa sjedištem na području Primorsko-goranske županije prema službenom izvješću FINE. Podaci ne obuhvaćaju: financijske pokazatelje obrtnika, financijskih institucija, neprofitnih i proračunskih organizacija, niti podatke o privatnom individualnom sektoru (poljoprivreda, iznajmljivanje soba).

Prosječna neto plaća po zaposlenom u Primorsko-goranskoj županiji u 2021. godini, prema podacima DZS-a, iznosila je 7.086 kn, što je za 5,64 % više u odnosu na prosječnu neto plaću u 2020. godini koja je iznosila 6.702 kn, ali i ispod prosjeka Hrvatske (7.129 kn).¹⁰⁴

Prosječna neto plaća u djelatnosti (I) na razini Hrvatske iznosila je 5.565 kuna što je za 28 % niže u odnosu na prosječnu neto plaću u Hrvatskoj. U Primorsko-goranskoj županiji plaća u djelatnosti (I) također je ispod prosjeka županije za 2021. godinu. Promatraju li se potkategorije može se zaključiti da su neto plaće u hotelima i sličnom smještaju znatno više od prosjeka djelatnosti dok su neto plaće u djelatnosti restorana i ostalih objekata za

pripremu i usluživanje hrane ispod prosjeka djelatnosti. Tako je 2020. godine prosječna mjesečna neto plaća zaposlenoga u djelatnosti I u Primorsko-goranskoj županiji bila 5.131 kunu, u hotelima ona iznosi 6.352 kuna a u restoranima 4.123 kune. U djelatnosti N potkategorija 79 – djelatnost putničkih agencija plaća je iste godine iznosila 4.423 kune. Valjda napomenuti da se primjećuje porast neto plaće u djelatnosti (I) za 2021 godinu u odnosu na 2020. godinu i to u svim županijama. Najviša neto plaće u djelatnosti I u 2021. godini isplaćena je u Istarskoj županiji (6.783 kn), Dubrovačko-neretvanskoj županiji (6.027), a Primorsko-goranska županija (5.935 kn) nalazi se na trećem mjestu.¹⁰⁵

Grafikon 4: Prosječna mjesečna neto plaća po zaposlenom djelatnosti I – pružanje smještaja te pripreme i usluživanja hrane Primorsko-goranske županije u razdoblju od 2015 do 2020 godine.



Izvor: Izvještaji RGFI, FINA, Zagreb, 2020., obrada autora; Podaci obuhvaćaju financijske rezultate trgovačkih društava sa sjedištem na području Primorsko-goranske županije prema službenom izvješću FINE. Podaci ne obuhvaćaju: financijske pokazatelje obrtnika, financijskih institucija, neprofitnih i proračunskih organizacija, niti podatke o privatnom individualnom sektoru (poljoprivreda, iznajmljivanje soba).

Prosječni broj nezaposlenih u 2020. godini povećao se u svim županijama. Najznačajnije povećanje zabilježile su Istarska (48,6 %) i Dubrovačko-neretvanska županija (38,9 %) te Primorsko-goranska (28,5 %). Nakon 2010. godine broj nezaposlenih u Primorsko-goranskoj županiji raste do 2013. godine, dok su od 2014. godine do 2019. godine primjetni pozitivni trendovi smanjenja registrirane nezaposlenosti. Broj nezaposlenih u Primorsko-goranskoj županiji (prosjeak godine) kretao se od 12.888 ljudi u 2016. godini na 8.617 nezaposlenih u 2020. godini. Nezaposlenost u Primorsko-goranskoj županiji imala je trend pada do 2020. godine da bi u 2020. godini ponovno značajno porasla. Godine 2020. zabilježen je porast broja nezaposlenih za 1.913, odnosno 28 % u odnosu na

prethodnu godinu što može između ostaloga biti posljedica pandemije virusa Covid-19. Tijekom 2020., a u odnosu na 2019. godinu, prosječan broj nezaposlenih povećao se u svim dobnim skupinama i to: u dobnj skupini od 40 do 44 godina (44,9 %), od 35 do 39 godina (43,7 %), od 25 do 29 godina (38,7 %), od 30 do 34 godine (36,9 %) i u dobnj skupini od 20 do 24 godine (36,5 %).¹⁰⁶

Potražnja za ljudskim potencijalima iskazana je brojem radnih mjesta prijavljenih Zavodu za zapošljavanje od strane poslodavaca. Prijavljena potražnja za radnicima prethodnih je godina bilježila usporavajući trend rasta i 2020. godine ostvareno je smanjenje prijavljenih potreba za radnicima. Tako su, tijekom 2020. godine poslodavci

¹⁰⁴ Državni zavod za statistiku RH, Statistika u nizu, Zaposlenost i plaće – pregled po županijama (2022), <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>

¹⁰⁵ Državni zavod za statistiku RH, Statistika u nizu, Zaposlenost i plaće – pregled po županijama (2022), <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>

¹⁰⁶ Statistički podaci o gospodarstvu Primorsko-goranske županije <https://www.pgz.hr/ustroj/upravna-tijela/upravni-odjel-za-turizam-poduzetnistvo-i-ruralni-razvoj/statisticki-podaci-o-gospodarstvu-pgz/> pripremljeno prema podacima Hrvatskoga zavoda za zapošljavanje,

u Hrvatskoj prijavili Zavodu ukupno 164.760 slobodnih radnih mjesta, što u usporedbi s 2019. godinom znači smanjenje od 26,5 %, odnosno za 59.427 traženih radnika. Hrvatskom zavodu za zapošljavanje PS Rijeka u istome su periodu prijavili ukupno 11.071 slobodnih radnih mjesta što je za 37 % manje nego 2019. godine (17.607). U Primorsko-goranskoj županiji poslodavci su najviše tražili radnike uslužnih i trgovačkih djelatnost (29,9 %), znanstvenike, inženjere, stručnjake (21,9 %), jednostavna zanimanja (19,55 %) te zanimanja u obrtu i pojedinačnim zanimanjima.¹⁰⁷ Najveće smanjenje slobodnih radnih mjesta vidljivo je u administrativnim i pomoćnim uslužnim djelatnostima (60,3 %) i djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (44,7 %).

U Primorsko-goranskoj županiji najveći udio u ukupnom broju zaprimljenih prijava slobodnih radnih mjesta tijekom 2020. godine bio je u trgovini na malo i veliko (17,9 %), djelatnosti pružanja smještaja i pripreme i usluživanja hrane (14,6 %) te u djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (10 %). Najveći broj prijava bio je u ispostavi Rijeka.¹⁰⁸ Prema podacima u 2020. godini najveći broj osoba iz evidencije u Primorsko-goranskoj županiji (HZZ PS Rijeka) zaposlio se u sljedećim djelatnostima: pružanje smještaja te pripreme i usluživanja hrane (2.128 ili 24,2 %), trgovina na malo i veliko (1.326 ili 15 %), prerađivačka industrija (867 ili 9,8 %), obrazovanje (861 ili 9,8 %), administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti (613 ili 6,9 %) i građevinarstvo (555 ili 6,3 %).

Sezonsko je zapošljavanje u Primorsko-goranskoj županiji najbrojnije u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane (preko 50 %). Prema podacima HZZ-a na sezonskim poslovima u Hrvatskoj zaposleno je 21.031 osoba u 2020. godini, a tijekom 2019. godine 28.967 osoba što čini 20,8 % ukupno zaposlenih iz evidencije HZZ-a (na temelju radnog odnosa). Tijekom 2020. sezonski su zaposlene, iz evidencije HZZ PS Rijeka, 2.121 osobe ili 24,0 % ukupnog broja zaposlenih u 2020. godini. U odnosu na isto razdoblje prethodne godine to je smanjenje od 5,9 %. Od ukupnog broja zaposlenih u sezoni bilo je 1.229 zaposlenih žena (57,9 %) i 892 muškarca (42,1 %). U Primorsko-goranskoj županiji zapošljava se i sezonska radna snaga iz drugih županija. U 2020. godini zaposleno je 1.213 osoba iz drugih županija ili 36,4 % od ukupnog broja sezonskih radnika zaposlenih na području naše županije.¹⁰⁹

Prema anketi koju provodi među poslodavcima Hrvatski zavod za zapošljavanje u 2020. godini udio poslodavaca koji su tražili domaće zaposlenike u djelatnost pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane je u 2019. bio 76,8 % dok je u 2020. zabilježen pad na 70,6 %. Godine 2019. 75,3 % poslodavaca navodi da ima problem s pronalaskom domaćih zaposlenika za rad u turizmu dok je 2020. navedeni postotak nešto niži (60,6 %).¹¹⁰ Najviše sezonskih radnika u Primorsko-goranskoj županiji zaposleno je u sljedećim zanimanjima: konobar/konobarica (442 ili 20,8 % od ukupno zaposlenih iz evidencije HZZ PS Rijeka na sezonskim poslovima), kuhar/kuharica (200 ili 9,4 %), prodavač/prodavačica (191 ili 9,0 %), pomoćni kuhar/pomoćna kuharica (130 ili 6,1 %) i sobar/sobarica (124 ili 5,8 %).

Demografske promjene i migracija stanovništva smanjile su radno aktivno stanovništvo Hrvatske i Primorsko-goranske županije. Sve manje mladih odlučuje se za razvoj karijere u turizmu (niske plaće, teški uvjeti rada, visoka sezonalnost poslovanja i shodno tome i nesigurnosti ugovora o radu i sl.) što rezultira niskom potražnjom u odnosu na ponudu radnih mjesta u turizmu. U tom smislu naglasak se daje daljnjem jačanju sinergije obrazovnog sustava i tržišta rada kao i kontinuiranoj prilagodbi promjenama u ovom segmentu.

4.4. Obilježja turističkog prometa i smještajnih kapaciteta

Turizam zbog svojeg potencijala za zapošljavanje, gospodarskog potencijala kao i zbog svojih utjecaja na okoliš i društvo ima važnu ulogu u razvoju svake zemlje. Upravo zato potrebno je pratiti statistiku turizma na razini države kao i na razini destinacije u svrhu evaluacije postignutih rezultata, ali i planiranja budućih aktivnosti u području turizma. U nastavku se analiziraju statistički podaci za razdoblje od pet godina uzimajući 2015. godinu kao početnu i 2019. kao završnu, relevantnu godinu za izračun trendova. Analizom se navode podaci iz 2020. i 2021. godine, no uslijed pandemije virusa COVID-19, podaci dviju posljednjih godina ne uzimaju se u analizu za izračun trendova.

¹⁰⁷ Zavod za zapošljavanje – statistika, registrirana nezaposlenost, <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>

¹⁰⁸ Hrvatski zavod za zapošljavanje, Područna služba Rijeka, Godišnjak 2020. <https://publikacije.hzz.hr/statisticke-publikacije-pu-i-ps/primorsko-goranska/>

¹⁰⁹ Hrvatski zavod za zapošljavanje, <https://www.hzz.hr/statistika/sezonsko/> (1. 7. 2021.).

¹¹⁰ Zavod za zapošljavanje, Anketi poslodavaca 2020, <https://www.hzz.hr/content/stats/HZZ-Anketa-poslodavaca-2020-020321.pdf> (20. 6. 2021.).

4.4.1. Turistički promet i struktura smještajnih kapaciteta

Analizirajući period od 2015. do 2019. godine, najveći skok broja ostvarenih dolazaka u odnosu na prethodnu godinu ostvaren je 2017. godine na razini Primorsko-goranske županije. U promatranom razdoblju trend povećanja broja dolazaka godišnje bilježi 4,89 %, što je daleko niže od trenda na razini Republike Hrvatske koji iznosi 8,39 % godišnje. Povećanje ostvarenih noćenja na Kvarneru godišnje iznosi 4,26 % i time je bliže trendu povećanja

ostvarenih noćenja godišnje na razini Republike Hrvatske od 6,31 %.

U promatranom razdoblju od 2015. do 2019. godine, bilježi se znatno veći udio ostvarenih dolazaka i noćenja stranih turista. Pandemijska 2020. i 2021. bilježe povećanje udjela domaćih turista u odnosu na prethodne godine, no to su odstupanja uzrokovana koronavirusom i nisu realan pokazatelj dugoročnih trendova.

Tablica 18: Dolasci turista na području Kvarnera u razdoblju od 2015. do 2021. godine

	DOLASCI		DOLASCI		Ukupno
	Domaći	Udio domaćih	Strani	Udio stranih	
2015	292.413	11,93 %	2.158.635	88,07 %	2.451.048
2016	304.168	11,71 %	2.294.269	88,29 %	2.598.437
2017	316.934	11,36 %	2.472.245	88,64 %	2.789.179
2018	333.043	11,45 %	2.576.871	88,55 %	2.909.914
2019	356.143	12,01 %	2.610.346	87,99 %	2.966.489
2020*	270.558	20,44 %	1.053.002	79,56 %	1.323.560
2021*	389.020	17,58 %	1.823.404	82,42 %	2.212.424

*2020. i 2021. godina nisu reprezentativne stoga nije uzeta u analizu

Izvor: DZS, Turizam – pregled po županijama, <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>

Tablica 19: Noćenja turista na području Kvarnera u razdoblju od 2015. do 2021. godine

	NOĆENJA		NOĆENJA		Ukupno
	Domaći	Udio domaćih	Strani	Udio stranih	
2015	1.176.828	9,08 %	11.783.642	90,92 %	12.960.470
2016	1.176.002	8,46 %	12.726.566	91,54 %	13.902.568
2017	1.158.042	7,77 %	13.739.401	92,23 %	14.897.443
2018	1.198.739	7,84 %	14.085.607	92,16 %	15.284.346
2019	1.288.395	8,41 %	14.026.276	91,59 %	15.314.671
2020*	1.019.656	13,03 %	6.804.633	86,97 %	7.824.289
2021*	1.395.245	11,21 %	11.050.961	88,79 %	12.446.206

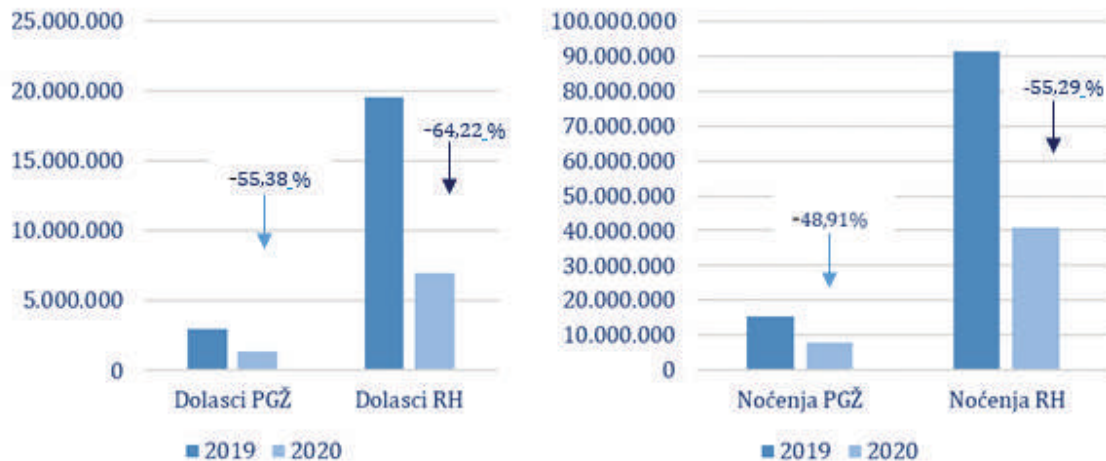
*2020. i 2021. godina nisu reprezentativne stoga nije uzeta u analizu

Izvor: DZS, Turizam – pregled po županijama, <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>

U Primorsko-goranskoj županiji, 2021. godine, u komercijalnim smještajnim objektima ostvareno je 2,2 milijuna dolazaka i 12,4 milijuna noćenja. Uspoređujući 2021. i 2020. godinu, broj dolazaka i noćenja gotovo se udvostručio, međutim navedene godine nisu relevantne za analizu budući da je 2020. godina obilježena zatvaranjem granica i ostalim restrikcijama koje su onemogućile turistička kretanja na globalnoj razini.

Uspoređujući pandemijsku 2020. godinu s prethodnom 2019. godinom, moguće je utvrditi da Primorsko-goranska županija bilježi manje padove kako u broju dolazaka tako i u broju noćenja od padova zabilježenih na razini Republike Hrvatske, što je predočeno grafikonom u nastavku.

Grafikon 5: Usporedba dolazaka i noćenja na razini Primorsko-goranske županije i na razini Republike Hrvatske 2019. i 2020. godine



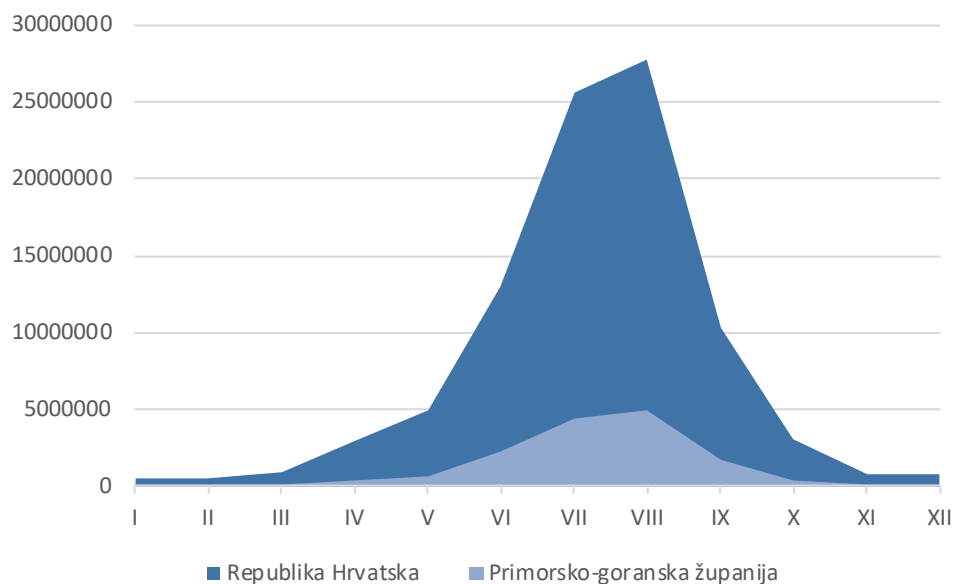
Izvor: DZS, dolasci i noćenja domaćih i stranih turista, https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

Promjenjive epidemiološke mjere kako na nacionalnoj tako i na svjetskoj razini, zatvaranje državnih granica te propisi o karanteni ograničili su putovanja u 2020. godini. Sprječavanje širenja zaraze utjecalo je na osjetan pad dolazaka turista na području Primorsko-goranske županije od 55,38 %, što je manje nego na nacionalnoj razini (64,2 %) te pad noćenja od 48,91 % u komercijalnom smještaju u 2020. u odnosu na 2019., što je opet manje nego na razini Republike Hrvatske (55,3 %).

Po broju ostvarenih dolazaka u 2020. godini, Primorsko-goranska županija nalazi se na drugom mjestu (iza Istarske županije) i čini 19 % od ukupno ostvarenih dolazaka. Promatrajući ostvoreni broj noćenja, nalazi se na trećem mjestu (iza Istarske županije i Splitsko-dalmatinske županije) i čini 19,2 % od ukupno ostvarenih noćenja u 2020. godini.¹¹¹

Analiza sezonalnosti ukazuje na činjenicu da Primorsko-goranska županija ne zaostaje za trendom izražene sezonalnosti promatrajući broj noćenja ostvarenih na nacionalnoj razini 2019. godine.

Grafikon 6: Sezonalnost ostvarenih noćenja turista na području Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije u 2019. godini



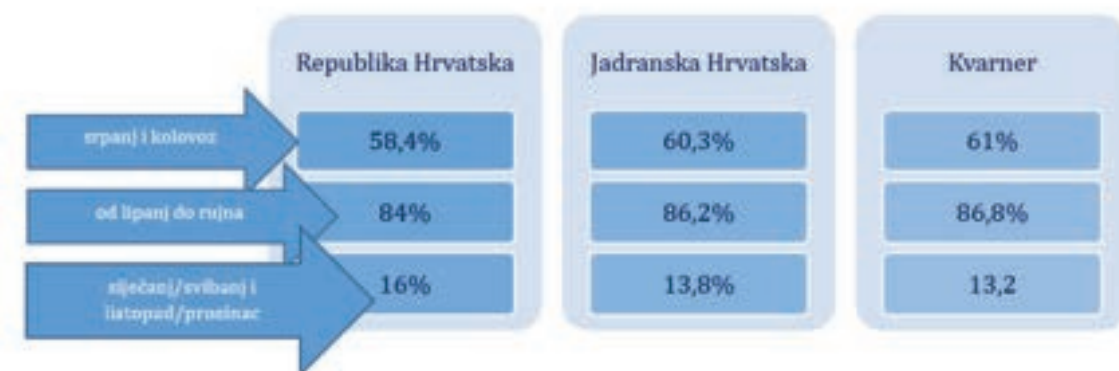
Izvor: DZS, Dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

¹¹¹ DZS (2021). Dolasci i noćenja turista u 2020. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2021_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202020.pdf

Na nacionalnoj razini, čak 58,4 % turističkih noćenja u 2019. godini ostvareno je tijekom srpnja i kolovoza dok je u istom razdoblju u Primorsko-goranskoj županiji ostvareno

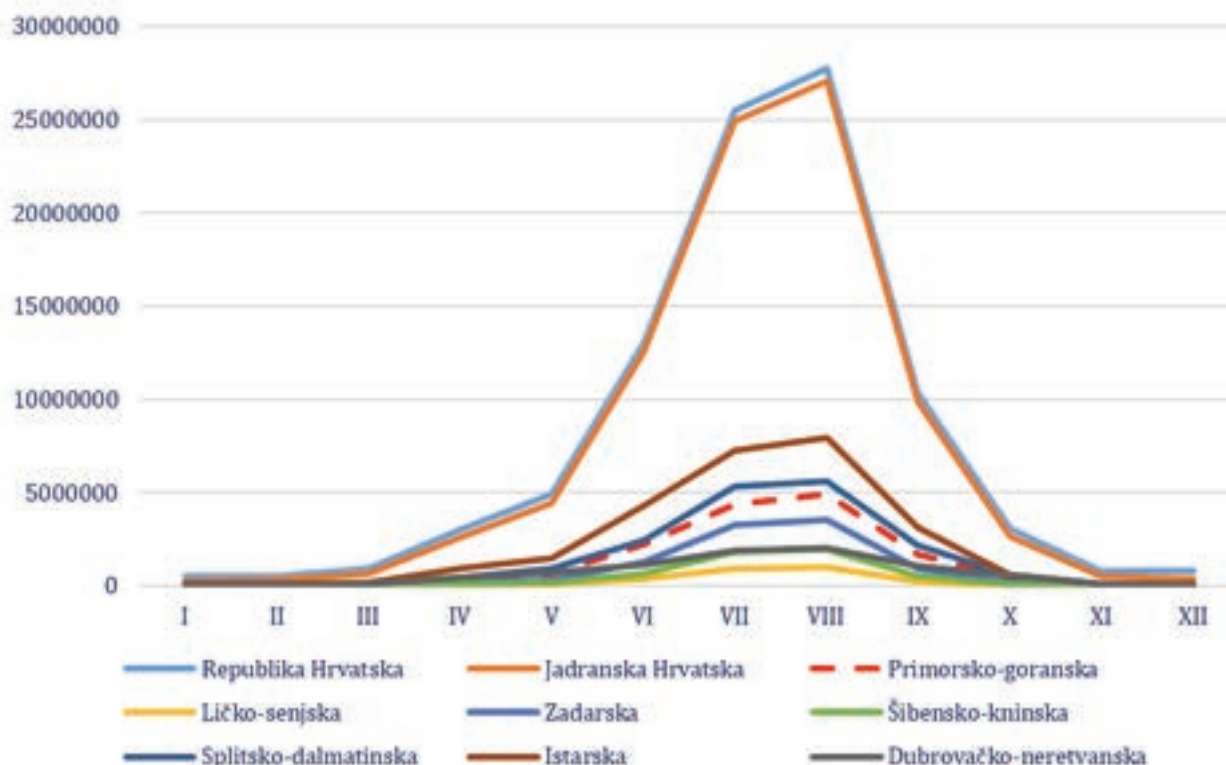
61 % noćenja. Promatrajući razdoblje od lipnja do rujna, zabilježeno je 84 % noćenja na razni Republike Hrvatske i 86,8 % noćenja u Primorsko-goranskoj županiji.

Prikaz 3. Sezonalnost noćenja na razini 2019. godine



Izvor: obrada autora prema DZS, Dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

Grafikon 7: Sezonalnost jadranskih županija prema ostvarenom broju noćenja u 2019. godini



Izvor: DZS, Dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina, https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

Analiza sezonalnosti svih jadranskih županija ukazuje da najmanju sezonalnost bilježe Ličko-senjska i Šibensko-kninska županija dok najveću sezonalnost bilježe Istarska i Splitsko-dalmatinska županija. Na trećem mjestu nalazi se Primorsko-goranska županija, tj. Kvarner.

Struktura turista prema zemlji prebivališta nije se znatno mijenjala početkom pandemije stoga je sljedeća analiza noćenja turista prema zemlji prebivališta uzeta temeljem rezultata ostvarenih u 2019. godini.

Tablica 20: Noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta na području Primorsko-goranske županije u 2019. godini

	ZEMLJA PREBIVALIŠTA	PROSJEČAN BROJ NOĆENJA PO DOLASKU	UDIO OSTVARENIH NOĆENJA	BROJ OSTVARENIH NOĆENJA
1	Njemačka	7,2	29,3 %	4.484.026
2	Austrija	5	11,4 %	1.747.331
3	Slovenija	5,2	11,3 %	1.732.191
4	Italija	4,8	8,3 %	1.263.801
5	Mađarska	4,7	5,8 %	882.543
6	Češka	6,4	4,4 %	677.059
7	Poljska	6,1	3,8 %	579.721
8	Slovačka	5,9	3,3 %	507.512
9	Nizozemska	5,4	2,0 %	306.804
10	Švicarska	4,1	1,3 %	194.310

Izvor: DZS, Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam_Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20c5%a1tajnim%20objektima&px_tableid=BS_TU13.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=f8b429e2-8902-45e8-8ff5-b98c3a021256

U 2019. godini, njemački turisti zabilježili su najveći broj noćenja na području Primorsko-goranske županije (4.484.026), što čini skoro 30 % ukupno ostvarenih noćenja. U istoj godini, na nacionalnoj razini, turisti iz Njemačke ostvarili su 19,9 milijuna noćenja (23,7 % od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista).¹¹² U narednim godinama, 2020. i 2021., usprkos pandemiji virusa COVID-19, i padu broja noćenja u odnosu na rekordnu 2019. godinu, glavna emitivna tržišta ostala su vjerna destinaciji pa su Nijemci, Slovenci i Austrijanci i dalje ostali gosti s najvećim brojem ostvarenih noćenja u Primorsko-goranskoj županiji.

Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreću se u rasponu od 67 eura koliko prosječno dnevno izdvajaju gosti iz Bosne i Hercegovine do 206 eura za goste iz Japana. Uz goste iz Japana, natprosječno troše i gosti iz SAD-a (174 eura), Republike Koreje (157 eura), Kine (150 eura) i ostalih azijskih zemalja (155 eura), Velike Britanije (143 eura), Švicarske (118 eura), skandinavskih zemalja (115 eura), Španjolske (107 eura), Francuske (107 eura), Austrije (102 eura), Belgije (102 eura) i Srbije (100 eura). Razlike u prosječnim izdacima odraz su korištene vrste smještaja, ali i izdataka na različite destinacijske usluge.¹¹³ Uzmu li se u analizu prosječni dnevni izdaci turista prema zemlji porijekla, moguće je zaključiti da Primorsko-goransku županiju posjećuje vrlo mali udio turista čiji se prosječni dnevni izdaci kreću između 100 i 200 eura.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Pavela Digital

¹¹² DZS (2020). Dolasci i noćenja turista u 2019. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf

¹¹³ TOMAS Hrvatska 2019: stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, str. 43.

Prikaz 4. Struktura smještajnih kapaciteta na području Primorsko-goranske županije

Hotelska ponuda	Kamping ponuda	Ponuda obiteljskih domaćinstava
<ul style="list-style-type: none"> • Broj kreveta u hotelskim objektima priobalja i otoka u 2021. godini iznosi 27 227, što predstavlja povećanje od 5% u odnosu na 2015. godinu. • Evidentan je i porast broja smještajnih jedinica (za 5%), te hotelskih objekata (za 6%) u odnosu na 2015. godinu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Smještajni kapacitet u kampovima je 52127 u 2021. godini, što predstavlja povećanje od 22% u odnosu na 2015. godinu. • Vrlo sličan postotak rasta bilježe i smještajne jedinice kampova u 2021. godini (povećanje za 23%), u odnosu na 2015. godinu. • Najveći rast zabilježen je u broju kamping objekata u 2021. godini, povećanje za 31%, u odnosu na 2015. godinu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Broj kreveta u objektima u domaćinstvu u 2021. godini iznosi 110330, što predstavlja povećanje za 21% u odnosu na 2015. godinu. • Bilježi se i povećanje smještajnih jedinica u 2021. godini za 16% u odnosu na 2015. godinu, kao i rast broja objekata za 29% u odnosu na istu godinu.

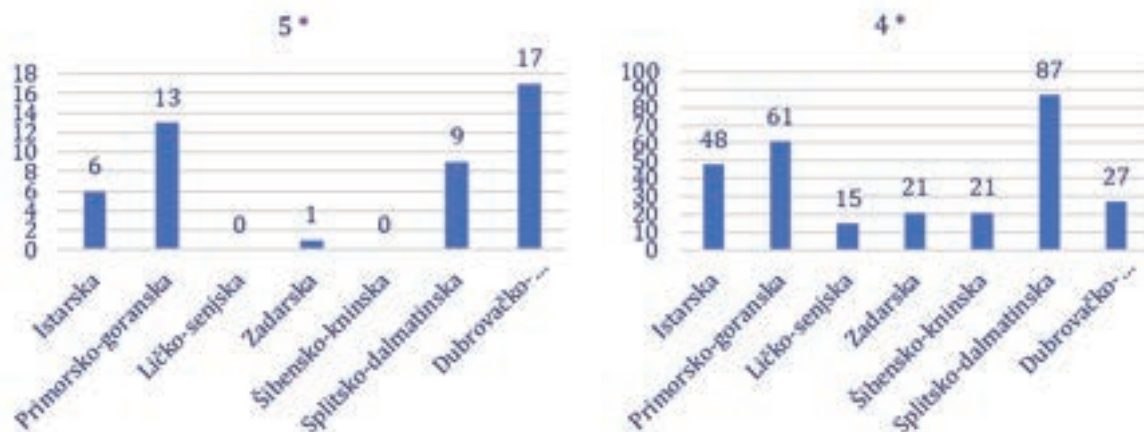
Izvor: Obrada autora prema podacima TZ Kvarnera: Smještajni kapaciteti po vrsti i subregijama 2015.–2021.

S obzirom na to da je ponuda obiteljskih domaćinstava najzastupljenija u ponudi smještajnih kapaciteta Primorsko-goranske županije, potrebno je istaknuti Kvarner Family koji uvelike doprinosi podizanju tržišne prepoznatljivosti. Oznaku Kvarner Family nosi preko 560 objekata, od toga 70-ak Pet Friendly, 60-ak objekata Bike Friendly i Hike Friendly. Čak tridesetak turističkih agencija naglasak stavljaju na promociju i popunjavanje kapaciteta s oznakama Kvarner Family.

Visoko platežne goste osim bogate ponude sadržaja u destinaciji, svakako privlače i visoko kategorizirani smještajni objekti. U svrhu usporedbe Primorsko-goranske

županije s drugim primorskim županijama i uvida u brojnost visoko kategoriziranih hotela, kampova i marina, u analizu su uzeti podaci iz dokumenta „Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj (2021)“, javno dostupnog na stranicama Ministarstva turizma i sporta. Prema navedenom izvor, udio hotela najviše kategorije pozicionira Primorsko-goransku županiju na drugo mjesto s 13 hotela koji imaju pet zvjezdica. Najviše hotela s pet zvjezdica na promatranom području ima Dubrovnik. U kategoriji hotela s četiri zvjezdice, Primorsko-goranska županija ponovno se pozicionira na visoko drugo mjesto sa 61 hotelom, iza Splitsko-dalmatinske županije.

Grafikon 8: Zastupljenost hotela sa 5 i 4 zvjezdice u primorskim županijama u 2021. godini

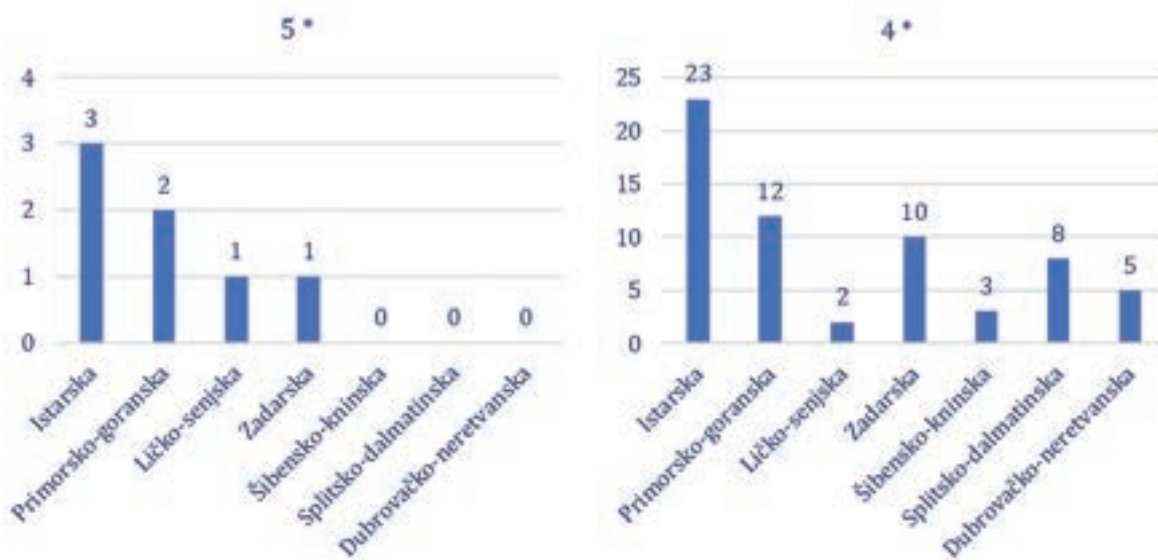


Izvor: Ministarstvo turizma i sport RH, <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>

Sve veća ekološka osviještenost modernog turista rezultira i većom potražnjom za aktivnim i avanturističkim putovanjima čime je boravak turista u kampovima dobio na značaju. Naime, globalni trendovi ukazuju na činjenicu da novije generacije turista sve više traže mogućnost

izleta na otvorenom, a da pritom uživaju i sve prednosti luksuznog resorta. Upravo je kamp u tom smislu najbolje rješenje. Sjeverno primorje tradicionalna je kamping regija, koju su prepoznali pružatelji usluga, ali i kampisti, stoga je u analizu smještanih kapaciteta uzet upravo taj segment.

Grafikon 9: Zastupljenost kampova sa 5 i 4 zvjezdice u primorskim županijama u 2021. godini



Izvor: Ministarstvo turizma i sport RH, <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>

Analizom kategorije kampova Primorsko-goranska županija ističe se kao destinacija izvrsnosti. Prema zastupljenosti kampova s pet i četiri zvjezdice, samo Istarska županija prednjači ispred Primorsko-goranske

županije. Od ukupno sedam kampova najviše kategorije u jadranskim županijama, čak dva se nalaze na području Primorsko-goranske županije, tri u Istarskoj županiji, a po jedan u Ličko-senjskoj i Zadarskoj županiji.

4.4.2. Nautički turizam

Nautički turizam karakteriziraju aktivnosti vezane za more, sport i navigaciju, a posljednjih se desetljeća pozicionirao kao jedan od najrazvijenijih segmenata na svjetskom turističkom tržištu. Posebice u pandemijsko vrijeme, nautički turizam pokazao je svoju sposobnost oporavka i opstanka među različitim sektorima svjetskog

gospodarstva. Brojni su čimbenici koji utječu na njegov razvoj kao što su položaj, hidrografski resursi, promet, dostupnost, ali i kulturni i društveni čimbenici koji posebno pogoduju razvoju ovog oblika turizma na području Primorsko-goranske županije.

Tablica 21: Nautički turizam Primorsko-goranske županije

GODINA	BROJ LUKA U NAUTIČKOM TURIZMU	BROJ PLOVILA NA STALNOM VEZU U LUKAMA NAUTIČKOG TURIZMA	BROJ PLOVILA U TRANZITU U LUKAMA NAUTIČKOG TURIZMA	OSTVARENI PRIHOD LUKA, TIS. HRK
2015.	27	2.848	20.774	110.778
2016.	26	2.561	22.417	101.482
2017.	26	2.648	21.138	105.186
2018.	25	2.776	20.369	107.878
2019.	33	3.040	22.326	123.072
2020.	35	3.108	19.308	119.821

Izvor: DZS, Luke nautičkog turizma, https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_tableid=BS_TU18_01.px&px_path=Turizam_Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nauti%20c4%8dkog%20turizma&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=f8b429e2-8902-45e8-8ff5-b98c3a021256 (3. 1. 2022.)

Promatrajući period od 15 godina, broj luka u nautičkom turizmu na području Primorsko-goranske županije povećao se za 60 % (u 2005. godini on je iznosio 21). Broj luka u nautičkom turizmu nedvojbeno raste, no radi boljeg razumijevanja ovog porasta važno je za napomenuti da se promijenilo statističko praćenje broja luka te jedinim dijelom i zbog toga proizlazi veliki porast u razdoblju 2018.–2019.

Ukupan broj plovila u tranzitu u lukama nautičkog turizma u

2020. godini smanjio se za 41 % u odnosu na 2019. godinu uzimajući u obzir svih 6 primorskih županija. Primorsko-goranska županija može se pohvaliti činjenicom da je zabilježila najmanji pad broja plovila u tranzitu u odnosu na predpandemijsku 2019. godinu te je taj pad iznosio samo 14 %. Najveći pad zabilježen je u Istarskoj županiji (50 %), Splitsko-dalmatinskoj (49 %), Šibensko-kninskoj (45 %), Zadarskoj (37 %) te Dubrovačko-neretvanskoj (35 %).

Tablica 22: Usporedba nautičkog turizma Primorsko-goranske županije i ostalih primorskih županija Republike Hrvatske

ŽUPANIJA	BROJ PLOVILA U TRANZITU U LUKAMA NAUTIČKOG TURIZMA		OSTVARENI PRIHOD LUKA, TIS. HRK	
	2019.	2020.	2019.	2020.
PRIMORSKO-GORANSKA	22.326	19.308	123.072	119.821
ZADARSKA	38.980	24.676	183.491	171.723
ŠIBENSKO-KNINSKA	51.804	28.492	232.962	207.672
SPLITSKO-DALMATINSKA	55.633	28.468	206.936	170.860
ISTARSKA	19.219	9.566	118.645	100.800
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	16.896	11.026	53.389	40.964
UKUPNO	204.858	121.536	918.495	811.840

Izvor: DZS, Luke nautičkog turizma, https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam

Ostvareni prihod luka Primorsko-goranske županije bio je najveći u 2019. godini. U 2020. godini ponovno bilježi najmanji pad ostvarenih prihoda (svega 3 %) uzimajući u obzir sve primorske županije. Ukupni pad ostvarenih prihoda u svim primorskim županijama iznosio je 12 %

u odnosu na 2019. godinu. Najveći pad prihoda bilježi Dubrovačko-neretvanska županija s 23 %. Slijede Splitsko-dalmatinska sa 17 %, Istarska s 15 %, Šibensko-kninska s 11 % te Zadarska sa 6 % pada prihoda u odnosu na prethodnu 2019. godinu.

Slika 1: Stope promjena prihoda luka nautičkog turizma 2020./2019. po županijama

Izvor: DZS, Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje, <https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-nauticki.html>

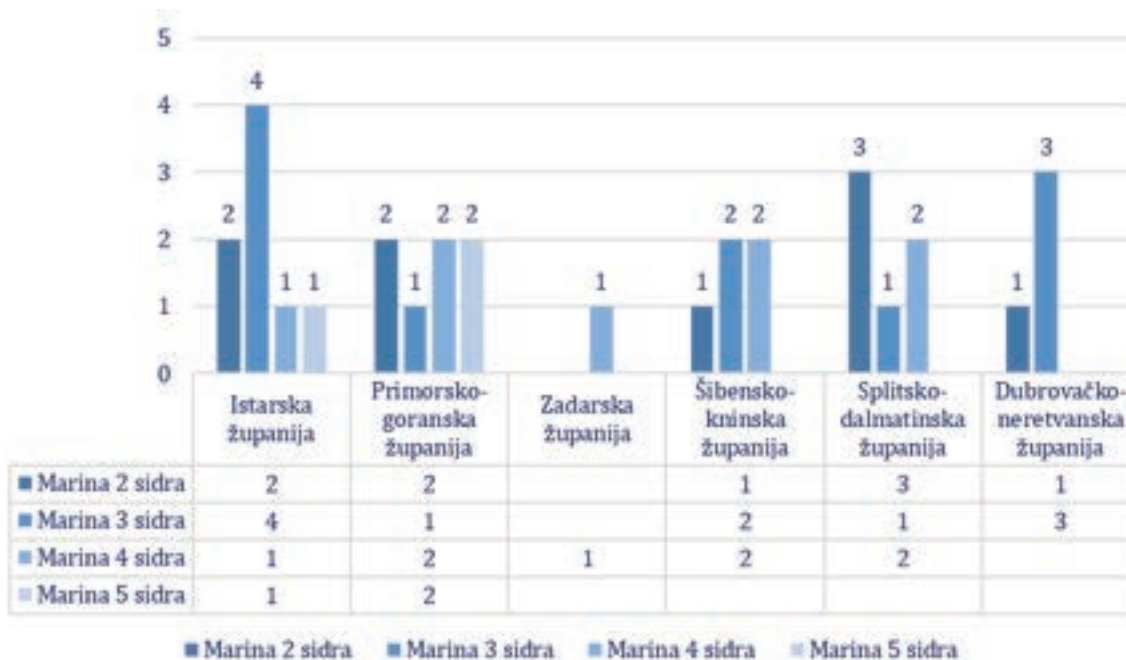
Marina, kao najrazvijenija vrsta luka nautičkog turizma, dominirajući je tip turističke luke u svijetu, „krajnji domet“ nautičko-turističke ponude, jer u svojem sastavu ima više različito povezanih atraktivnih i lukrativnih uslužnih elemenata za sudionike u zabavnoj navigaciji.¹¹⁴ Kategorija marine utvrđuje se ovisno o ispunjavanju uvjeta za pojedinu kategoriju sukladno raznovrsnosti i kvaliteti usluga, kvaliteti opreme, uređenju i održavanju. Kategorije marine označavaju se sidrima.

Vrsta marina kategorizira se u sljedeće kategorije od najniže prema najvišoj:¹¹⁵

- dva sidra,
- tri sidra,
- četiri sidra,
- pet sidara.

Na području Republike Hrvatske nalazi se ukupno 31 marina od kojih su 3 marine najviše kategorije (pet sidara), slijede marine s četiri sidra i njih je ukupno 8, zatim marine s tri sidra koje su najbrojnije i ima ih 11 te kategorija marina s dva sidra kojih ima ukupno 9.

Grafikon 10: Zastupljenost marina po županijama prema kategoriji (broju sidra) u 2021. godini



Izvor: DZS, Luke nautičkog turizma, https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_tableid=BS_TU18_01.px&px_path=Turizam_Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nauti%20c4%8dkog%20turizma&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=f8b429e2-8902-45e8-8ff5-b98c3a021256

Uzimajući u obzir ne samo brojnost marina već i njihovu kategorizaciju, bitno je istaknuti da u Republici Hrvatskoj postoje samo tri marine najviše kategorije od kojih se čak dvije nalaze u Primorsko-goranskoj županiji, a to su ACI marina Cres i Marina Novi.

¹¹⁴ Luković, T., Bilić, M. (2007). Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnoga razvoja. Naše more 54(3-4), 114-12.

¹¹⁵ NN 130/2017 i 25/2019: Pravilnik o kategorizaciji luke nautičkog turizma i razvrstavanju drugih objekata za pružanje usluga veza i smještaja plovnih objekata

4.5. SWOT analiza



Temeljem analize podataka, specifičnosti Primorsko-goranske županije i sadašnjih i očekivanih promjena u okruženju izrađena je SWOT analiza turizma Primorsko-goranske županije.

Izvor: obrada autora

U SWOT matrici sumirane su ključne prednosti i nedostaci turizma Primorsko-goranske županije danas iz perspektive same destinacije. To su prednosti koje pri daljem razvoju treba koristiti, ali i nedostaci koje je sustavnim destinacijskim menadžmentom prevladati. Prilike i prijetnje sagledane su perspektive okruženja. Na dionicima

turističkog razvoja Primorsko-goranske županije je da prilike u maksimalnoj mjeri iskoriste gradeći partnerske odnose i stvarajući sinergijske efekte. Gradeći otpornost turizma posebnu je pozornost potrebno pridati prijetnjama iz okruženja i nastojeći ih izbjeći ili adekvatnim kriznim menadžmentom na njih kvalitetno odgovoriti.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Vladimir Franolić

5. VIZIJA RAZVOJA TURIZMA



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Frank Heuer

Vizija turizma Primorsko-goranske županije određena je raspoloživim resursima i specifičnim obilježjima destinacije Primorsko-goranske županije, ali i željenim iskoracima s ciljem rasta konkurentnosti na globalnom turističkom tržištu. Rezultat je provedenih istraživanja stavova lokalnog stanovništva i značajnih dionika turizma Primorsko-goranske županije, održanih radionica, radnih sastanaka i ekspertnih skupina.

Usklađena je s vizijom Primorsko-goranske županije definiranom Planom razvoja Primorsko-goranske županije, Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine, dugoročnom vizijom turizma Hrvatske definiranom Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine. Također, odgovara na očekivane trendove u turizmu u narednom periodu.

PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA JE RAZNOLIKA, KVALITETNA I INOVATIVNA DESTINACIJA ODRŽIVOG TURIZMA KOJA CIJELE GODINE TURISTIMA PRUŽA JEDINSTVENO DOŽIVLJAJNO ISKUSTVO U PRIMORJU, OTOCIMA I GORJU, A LOKALNOM STANOVNIŠTVU OSIGURAVA KVALITETNE UVJETE ZA ŽIVOT I RAD.

Ključni elementi vizije – argumentacija:

Raznolikost – Primorsko-goranska županija jedinstvena je turistička destinacija prostorno i ambijentalno različitih i istodobno jedinstvenih područja. Primorje, otoci i gorje pružaju turistima uistinu ljepotu u raznolikosti kroz sva godišnja doba. Raznolikost je i u ponudi Primorsko-goranske županije; to je destinacija koja ne nudi samo sunce i more već razvija specifične oblike turizma za različita ciljna tržišta.

Kvaliteta – Primorsko-goranska županija ima dugu turističku tradiciju i diferencira se upravo kvalitetom u različitim segmentima turističke ponude. Primorsko-goranska županija stremi međunarodnim oznakama kvalitete, ali razvija i svoje oznake kvalitete. Ključ uspjeha u turizmu je čovjek, a Primorsko-goranska županija je regija duge tradicije i prepoznatljivosti u obrazovanju ljudskih potencijala za turizam na svim razinama. Dalji rast i inzistiranje na kvaliteti omogućit će dugoročnu konkurentnost na turističkom tržištu uz jačanje ekonomskih efekata turizma na ukupni gospodarski i društveni sustav.

Inovativnost – inovativna i pametna (engl. smart) rješenja implementirat će se i kontinuirano se razvijati. Suvremena tehnologija i digitalizacija koristit će se u svim segmentima poslovanja. Poseban izazov je u inovativnim modalitetima prezentiranja baštine, tradiciji inkorporiranoj u pametnim rješenjima. Infrastrukturna pametna rješenja nužan su preduvjet daljeg razvoja turizma i zadovoljstva turista, ali i lokalnog stanovništva.

Održivost – Ekološka, socio-kulturna i ekonomska održivost neophodne su za dugoročni razvoj turizma koji će biti u skladu s trendovima na tržištu uz zadovoljenje interesa lokalnih dionika i lokalnog stanovništva. Novo promišljanje turizma (engl. rethinking tourism) koje promiče Svjetska turistička organizacija (UNWTO) podržava ovu koncepciju u svim njenim aspektima, a turistički razvoj Primorsko-goranske županije snažno je opredijeljen k promicanju njenih vrijednosti.

Lokalno stanovništvo u fokusu – održivost ima u fokusu lokalno stanovništvo i njegovu dugoročnu dobrobit. Provedeno empirijsko istraživanje pokazalo je da lokalno stanovništvo prepoznaje sebe kao najznačajnijeg dionika za razvoj turizma u Primorsko-goranskoj županiji. Navedeno ukazuje na visok stupanj osviještenosti stanovništva kad je riječ o značajnosti i podjeli odgovornosti vezanih za razvoj turizma. Prethodno navedeno, kao i činjenica da ispitanici pokazuju visok interes za uključivanjem, ukazuje ne to da je lokalno stanovništvo više nego spremno biti aktivan sudionik u turističkim razvojnim procesima s ciljem implementacije održivog razvoja.

6. RAZVOJNE POTREBE I RAZVOJNI POTENCIJALI



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Sandro Tarib

Analiza stanja i identificirane specifičnosti turističke destinacije Primorsko-goranske županije ukazale su se glavne razvojne potrebe i razvojne potencijale.

Prostorno ravnomjerniji razvoj turizma

Primorsko-goranska županija, destinacija duge tradicije u turizmu, izrazite raznolikosti prostora, obilježavaju značajna odstupanja u turističkoj razvijenosti pojedinih područja. Priobalje i otoci i dalje će realno dominirati u kontekstu turističke razvijenosti, dok je istodobno potrebno značajnije turistički aktivirati slabije razvijena područja. Novi trendovi na turističkom tržištu, interes turista za boravkom u očuvanim i manje opterećenim destinacijama pružaju priliku za snažnije aktiviranje turistički slabije razvijenih područja, što bi dovelo do pozitivnih ekonomskih i društvenih efekata.

Smanjivati sezonalnosti turističkih aktivnosti

Sezonalnost turističkih aktivnosti obilježava turizam Hrvatske, ali i turizam Primorsko-goranske županije. Rast kvalitete kako smještajnih objekata, tako i svih elemenata ponude, razvoj posebnih oblika turizma i usmjerenost k cjelogodišnjem poslovanju treba umanjiti navedeni problem. Dodatno, prevladavanje sezonalnosti utjecalo bi i na ljudske potencijale i učinilo, između ostalog, radna mjesta u turizmu privlačnijim, jačala sigurnost radnih mjesta, otvorile mogućnosti za nove poduzetničke aktivnosti i nove investicije.

Unapređivati kvalitetu svih smještajnih kapaciteta i njihove strukture

U kontekstu opredjeljenja ka kvaliteti, održivosti i cjelogodišnjem poslovanju potrebno je unapređivati kvalitetu svih smještajnih kapaciteta, jačati njihovu strukturu kako bi se osigurali bolji uvjeti za cjelogodišnje poslovanje i osiguranje turističke ponude visoke dodane vrijednosti. Kvaliteti dodatno doprinosi certificiranje smještajnih kapaciteta kako međunarodnim tako i regionalnim oznakama kvalitete. Privlačenje prepoznatljivih međunarodnih brendova posebno je važno.

Kontrolirati utjecaj turizma na prostor, okoliš i glavne atrakcijske elemente

Turizam zahtijeva kvalitetan prostor i svojim djelovanjem vrši kako pozitivne tako i negativne utjecaje na okoliš. Umrežavanjem menadžmenta resursa i destinacijskog upravljanja potrebno je razvijati turizam uz proces zaštite prostora i okoliša kroz održivu turističku valorizaciju. Posebno je važno na mikrolokacijama gdje se uočava prekomjerni turizam (engl. overtourism) djelovati sustavno na sprječavanju negativnih utjecaja kako na prostor, okoliš, ostale resurse, tako i na pad zadovoljstva turista, ali i smanjenje uvjeta i kvalitete života lokalnog stanovništva.

Jačati lance vrijednosti u turizmu i poticajni odnos između turizma i drugih djelatnosti

Turizam kao složeni ekonomski i društveni fenomen svoj pravi značaj ima ako u cilju kreiranja turističke ponude i stvaranja infrastrukturnih uvjeta za razvoj umrežava i poticajno djeluje na razvoj drugih djelatnosti. Stoga turizam Primorsko-goranske županije treba sagledati kao modalitet za razvoj malog poduzetništva i obrtništva, ali i velike investicije koje će direktno i/ili indirektno pozitivno djelovati na turizam Primorsko-goranske županije.

Snažnije brendiranje destinacije Primorsko-goranske županije

Budući da je turizam globalan i konkurentnost u turizmu izrazita, nužno je i dalje jačati brend destinacije Primorsko-goranske županije, uvažavajući snagu brendova koji na prostoru Primorsko-goranske županije djeluju (destinacije duge tradicije i prepoznatljivosti na tržištu). Svi ti brendovi trebaju sinergijski osnaživati brend Primorsko-goranske županije i obrnuto.

Uvažiti klimatske promjene i utjecaje turizma

Dugoročno planiranje i smanjenje međuodnosa turizma i klimatskih promjena imperativ je svih razvojnih procesa u turizmu. Turizam Primorsko-goranske županije treba slijediti zelene politike i osigurati razvoj usmjeren k niskougličnim i klimatski prihvatljivim rješenjima. Potrebno je razvijati one oblike turizma koji osiguravaju konkurentnost turizma usprkos klimatskim promjenama i odgovaraju na prateće izazove.

Osigurati kvalitetna i stabilna radna mjesta u turizmu

U fokusu cijelog turističkog sustava je čovjek – zaposlenik u turizmu. Prevladavanje sezonalnosti, ravnomjerniji prostorni razvoj turizma i unapređenje uvjeta za obavljanje turističkih aktivnosti osigurava kvalitetna i stabilna radna mjesta u turizmu, s mogućnošću napretka i razvoja poželjnih karijera.

Razvijati sustav obrazovanja za turizam

Suvremeni turizam traži kontinuirano unapređenje sustava obrazovanja, kako formalnog tako i neformalnog, razvijen sustav cjeloživotnog obrazovanja. Potrebna su nova znanja u svim segmentima (gospodarstvo, javna uprava...) iz područja održivog razvoja, zelene tranzicije i digitalne transformacije.

Poticati inovativan turizam i pametna rješenja uz digitalnu transformaciju u svim segmentima turističkog poslovanja

Brze promjene trendova i ponašanja, kako turista, tako i ostalih dionika u turizmu nameću potrebu poticanja razvoja inovativnih i pametnih rješenja, razvijajući pametne destinacije koje navedena rješenja primjenjuju

s ciljem kvalitetnijeg upravljanja turističkim tokovima, infrastrukturom i svim elementima ponude. Digitalna transformacija svih ključnih dionika u turističkom lancu vrijednosti, digitalizacija poslovanja i javne uprave, digitalizacija korisničkih rješenja za turiste treba povećati pristupačnost i konkurentnost Primorsko-goranske županije u 21. stoljeću.

Unapređivati poslovno okruženje i privlačenje novih investicija

Iako je regulativa koja ključno determinira poslovno okruženje i nove investicije prije svega u ingerenciji nacionalnih tijela, Primorsko-goranska županija treba aktivnom politikom, u okviru svojih ovlasti i mogućnosti, kreirati povoljno poslovno okruženje s ciljem privlačenja novih investicija u turizmu jer je to nužan preduvjet za realizaciju projekata više dodane vrijednosti, otvaranja novih radnih mjesta i poboljšanja uvjeta boravka turista, ali i života lokalnog stanovništva.

Unapređivati prometnu povezanost i prometna rješenja u destinacijama

Povoljna lokacija Primorsko-goranske županije ne isključuje potrebu stalnih i daljih ulaganja u prometnu povezanost, kako cestovnu, tako zračnu, morsku i željezničku – s turističkog aspekta prvenstveno s glavnim

emitivnim tržištima. Dodatno, istraživanja ukazuju na to da se kao poseban izazov nameću prometna rješenja u samim destinacijama, posebno u vrijeme vršne sezone. Stoga su nova, pametna rješenja ovih problema sastavni dio implementacije koncepcije održivosti i zelene tranzicije.

Osiguravati uključivanje lokalnog stanovništva u donošenje razvojnih odluka u turizmu

Lokalno stanovništvo iskazuje visok interes sudjelovanja u donošenju razvojnih odluka u turizmu. Stoga je ove pozitivne stavove potrebno iskoristiti te uz korištenje suvremenih tehnologija osigurati participativno odlučivanje o ključnim razvojnim odlukama u turizmu Primorsko-goranske županije, od regionalne do lokalne razine.

Razvijati sustav praćenja podataka i istraživačke osnove za donošenje odluka u turizmu

Odlučivanje i upravljanje destinacijom Primorsko-goranske županije treba biti zasnovano na analitičkoj osnovi, relevantnim podacima i rezultatima istraživanja kako bi se odluke donosile na realnim, provjerljivim osnovama. Stoga je potrebno sustavno pratiti indikatore održivog razvoja turizma kako bi se na navedenim osnovama donosile mjere turističke politike i ključne odluke.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Frank Heuer



7. POSEBNI CILJEVI



Nastavno na identificirane razvojne potrebe i razvojne potencijale, globalne trendove na turističkom tržištu i u skladu s ambicijama i razvojnim mogućnostima turizma Primorsko-goranske županije definirano je pet ključnih posebnih ciljeva razvoja turizma do 2030. godine za područje Primorsko-goranske županije:

- 1. Unapređenje kvalitete i izvrsnosti,**
- 2. Osnaživanje inovativnosti i održivosti,**
- 3. Isticanje raznolikosti i posebnosti,**
- 4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije,**
- 5. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta.**



Dokumentacijska podloga

Postavljeni ciljevi razvoja turizma usklađeni su s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine i Planom razvoja Primorsko-goranske županije za razdoblje 2022. - 2027. godine i doprinose njihovoj provedbi. Dodatno, posebni su ciljevi turizma Primorsko-goranske županije u skladu s odrednicama Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, temeljnog strateškog dokumenta razvoja turizma na razini Republike Hrvatske, kao i ostalim strateškim dokumentima Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije.

DOKUMENTI I PODLOGE RH i PGŽ



- o Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine
- o Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030.
- o Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026.
- o Plan razvoja Primorsko-goranske županije za razdoblje 2022-2027. godine
- o Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske
- o Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu
- o Integralni nacionalni energetske klimatski plan za Republiku Hrvatsku za razdoblje od 2021 do 2030. godine
- o Strategija energetskog razvoja Republike Hrvatske do 2030. s pogledom do 2050.
- o Strategija niskougličinog razvoja Republike Hrvatske do 2030. s pogledom na 2050.
- o Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske 2017-2030. godine
- o Strategija i akcijski plan zaštite prirode Republike Hrvatske za razdoblje od 2017-2025. godine
- o Plan gospodarenja otpadom Republike Hrvatske za razdoblje od 2017-2022. godine
- o Nacionalni plan razvoja širokopoasnog pristupa u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2021. do 2027. godine
- o Ostali relevantni dokumenti

Razvojne politike turizma Primorsko-goranske županije sredstava raspoloživih u okviru Višegodišnjeg financijskog usklađene su s dominantnim politikama Europske unije, okvira 2021. – 2027. i sredstava raspoloživih temeljem doprinoseći integriranju u jedinstveni europski prostor. Nacionalnog plana oporavka i otpornosti. Navedeno omogućuje korištenje raspoloživih financijskih

DOKUMENTI I PODLOGE EU



- o Agenda 2030
- o Europski zeleni plan
- o Agenda za održivi i konkurentni europski turizam
- o Europska industrijska politika
- o Tranzicijski put za turizam
- o Pakt za vještine u turističkom ekosustavu
- o EU strategija prilagodbe na klimatske promjene
- o EU digitalna strategija
- o Akcijski program za okoliš do 2030. godine
- o Akcijski plan za kružnu ekonomiju
- o Strategija biološke raznolikosti EU-a za 2030. godinu
- o Nova europska agenda za kulturu
- o Akcijski plan za provedbu europskog stupa socijalnih prava
- o Program vještina za Europu
- o REPower EU
- o Ostali relevantni dokumenti

Budući da je održivost temeljna razvojna koncepcija hrvatskog turizma do kraja ovog desetljeća, ciljevi turizma Primorsko-goranske županije definirani su tako da doprinose ciljevima održivog razvoja Agende 2030 Ujedinjenih naroda.

Posebni cilj	Doprinos ciljevima Programa UN-a (SDG) 2030.				
Unapređivanje kvalitete i izvrsnosti	1 BROJNE ODRŽIVOSTI	2 ČIST VODA	3 DUGOŽIVOST I BUDNOST	4 KVALITETNA OBRAZOVANJE	8 DUGOŽIVOST EKONOMIJE I RADI
	9 INDUSTRIJA INOVACIJE I INOVACIJE	10 DUGOŽIVOST EKONOMIJE	12 ODRŽIV PROIZVODNJA		
Oснаživanje inovativnosti i održivosti	3 DUGOŽIVOST I BUDNOST	4 KVALITETNA OBRAZOVANJE	5 RODNA RAVNOST	8 DUGOŽIVOST EKONOMIJE I RADI	9 INDUSTRIJA INOVACIJE I INOVACIJE
	10 DUGOŽIVOST EKONOMIJE	11 ODRŽIVOST GRADJEVINE	12 ODRŽIV PROIZVODNJA		
Isticanje raznolikosti i posebnosti	4 KVALITETNA OBRAZOVANJE	8 DUGOŽIVOST EKONOMIJE I RADI	10 DUGOŽIVOST EKONOMIJE	11 ODRŽIVOST GRADJEVINE	17 PARTICIPATIVAN BUDŽET
Provođenje zelene i digitalne tranzicije	6 ČISTO VODA I ODRŽIVOST	7 PRISTUPNA ENERGIJA I ODNOŠAJ K ODRŽIVOSTI	9 INDUSTRIJA INOVACIJE I INOVACIJE	11 ODRŽIVOST GRADJEVINE	12 ODRŽIV PROIZVODNJA
	13 DUBOKO POZNANJE	14 DUGOŽIVOST MORNE OKOLINE	15 DUGOŽIVOST OKOLINE I ŽIVOTINJE		
Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta	4 KVALITETNA OBRAZOVANJE	5 RODNA RAVNOST	7 PRISTUPNA ENERGIJA I ODNOŠAJ K ODRŽIVOSTI	8 DUGOŽIVOST EKONOMIJE I RADI	10 DUGOŽIVOST EKONOMIJE
	11 ODRŽIVOST GRADJEVINE	16 DUGOŽIVOST DOKAZI I ODGOVORNOST	17 PARTICIPATIVAN BUDŽET		

Realizacija posebnih ciljeva turizma Primorsko-goranske županije doprinosi unapređenju kvalitete života lokalnog stanovništva.

7.1. Posebni cilj 1. „Unapređivanje kvalitete i izvrsnosti“

Primorsko-goranska županija turistička je destinacija duge tradicije koja u mnogim elementima kvalitete prednjači u Hrvatskoj. Stoga je cilj turističkog razvoja do kraja desetljeća upravo ulaganje u daljnji rast kvalitete u svim segmentima ponude uz očuvanje resursa te stremljenje k izvrsnosti. Glavni temelj iskoraka u kvaliteti su prije svega ljudski potencijali koji su svojim znanjima, vještinama i kompetencijama pokretači promjena, ali i njihovi izvršitelji i to kako u javnom tako i privatnom sektoru.

Prepoznatljivosti kvalitete na globalnom turističkom tržištu dodatno doprinose kako lokalne, tako i međunarodne oznake kvalitete u različitim segmentima ponude od segmenta smještaja, objekata za hranu i piće, pojedinih proizvoda, cijelih destinacija. Dodatno, privlačenje i prisustvo međunarodnih brendova snaži vidljivost na međunarodnom tržištu.

Jedinstvenost i raznolikost Primorsko-goranske županije, uz visoku kvalitetu i izvrsnost, temelji su za ulazak u zahtjevni segment tailor made koncepta ponude i privlačenje tržišnih segmenata više platežne moći.

Posebni cilj 1. „Unapređenje kvalitete i izvrsnosti “ u skladu je sa Strategijom održivog turizma do 2030. godine, napose doprinosi realizaciji strateškog cilja 3. „Konkurentan i inovativan turizam“.

Kvaliteta i izvrsnost izazov su za sve dionike turističkog razvoja, zahtijeva dodatne napore, ali osigurava dugoročnu konkurentnosti turizma Primorsko-goranske županije. Dodatno i posebno važno, ista se pozitivno odražava na ukupne uvjete života i rada lokalnog stanovništva.

Posebni cilj 1.

UNAPREĐENJE KVALITETE I IZVRSNOSTI

Mjere

- 1.1. Jačati ljudske potencijale za potrebe turizma
- 1.2. Jačati lokalne oznake kvalitete i podupirati međunarodne oznake izvrsnosti
- 1.3. Poticati razvoj smještaja više dodane vrijednosti i privlačenje međunarodnih brendova
- 1.4. Razvijati tailor made koncept ponude

Pokazatelji ishoda	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
Subjekti nositelji lokalne oznake kvalitete (broj)	653	780
Udio smještajnih kapaciteta u hotelima 4 i 5 zvjezdica (br. postelja)	59,89%	65,00 %
Udio smještajnih kapaciteta u kampovima 4 i 5 zvjezdica	44,71%	55,00 %
Udio smještajnih kapaciteta u domaćinstvima 4 i 5 zvjezdica (br. postelja)	19,13%	33,00 %
Marine 4 i 5 sidara (broj)	4	6

Mjera 1.1. za posebni cilj 1. „Unapređenje kvalitete i izvrsnosti“: Jačati ljudske potencijale za potrebe turizma

U cilju jačanja ljudskih potencijala u turizmu fokus se stavlja na osiguravanje ljudskih potencijala u broju i kvaliteti. Problematika vezana za nedostatak ljudskih potencijala u

turizmu nameće potrebu stvaranja poticajnog poslovnog okruženja koje će osigurati efikasno uključivanje ljudi na tržište rada u turizmu kroz aktivnosti promoviranja

i poticanja zanimanja u turizmu te umrežavanja svih zainteresiranih strana. Sustavnim ulaganjem u kvalitetu obrazovanja i usavršavanja te poboljšavanjem uvjeta rada i učenja u obrazovnim ustanovama osigurat će se razvoj modernog obrazovnog sustava koje će se lakše prilagoditi izazovima budućnosti.

Kroz aktivnosti podizanja svijesti o potrebi usavršavanja i kontinuiranog obrazovanja, pružanjem podrške provedbi programa usavršavanja u turizmu Županija će omogućiti školovanje, doškolovanje i prekvalifikaciju svim zainteresiranim ljudima uvažavajući potrebe tržišta rada za turizma te osiguravajući uključivo i pravedno obrazovanje dostupno svima. Pripremom i provedbom programa sufinanciranja obrazovanja i nagrađivanja poticat će se usavršavanje izvrsnih učenika i studenata s ciljem stjecanja novih znanja i vještine za potrebe turizma. Usklađivanjem i intenzivnijom koordinacijom strategija i prioriteta pametne specijalizacije Županije i Sveučilišta u Rijeci omogućit će se podizanje kvalitete i provođenje programskih aktivnosti postojećih studija u području turizma kako i razvoj novih.

Mjera 1.2. za posebni cilj 1. „Unapređenje kvalitete i izvrsnosti“: Jačati lokalne oznake kvalitete i podupirati međunarodne oznake izvrsnosti

Turistička zajednica Primorsko-goranske županije u prethodnom je razdoblju razvila lokalne oznake kvalitete (Kvarner family) i to kako za smještajne kapacitete, agencije, tako i objekte vezane uz enogastronomije. Na tržištu se promovira oznaka Kvarner Wines s ciljem promocije lokalnih proizvođača vina i pjenušaca. U narednom periodu treba nastaviti s jačanjem prepoznatljivosti i prihvaćenosti navedenih lokalnih oznaka kvalitete, uz uvođenje novih, sukladno tržišnim potrebama. Posebno je značajno valorizirati korištenje i integraciju lokalnih proizvoda s ciljem jačanja autohtonosti ponude, ali i poticanja ukupnog gospodarstva Primorsko-goranske županije, napose malog poduzetništva i obrtništva.

Mjera 1.3. za posebni cilj 1. „Unapređenje kvalitete i izvrsnosti“: Poticati razvoj smještaja više dodane vrijednosti i privlačenje međunarodnih brendova

U skladu s postavljenom vizijom i posebnim ciljevima na području Primorsko-goranske županije potrebno je razvijati i poticati rast i kvalitativno unapređenje smještajnih kapaciteta više dodane vrijednosti. Posebno se ističe značaj hotelskog smještaja kao oblika smještaja koji najznačajnije doprinosi cjelogodišnjem poslovanju, osigurava zapošljavanje i formiranje proizvoda visoke dodane vrijednosti. Uzimajući u obzir sadašnju situaciju i izrazito velik broj smještajnih kapaciteta u sobama i apartmanima, potrebno je učiniti napor i potaknuti transformaciju dijela navedenog smještaja u hotelski smještaj, uvažavajući pri tome različite tržišne organizacijske mogućnosti.

Posebnu važnost u realizaciji takvih programa trebali bi imati Regionalni centar kompetentnosti Ugostiteljske škole Opatija te jedina specijalizirana visokoškolska ustanova u Županiji koja posjeduje TEDQUAL certifikat, UNWTO oznaku kvalitete obrazovanja za područje turizma Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

Poticat će se jačanje kompetencija i edukacija dionika turističkog sustava uključujući djelatnike javne uprave za potrebe razvoja održivoga turizma i drugih za turizam značajnih područja. Posebno će se osnaživati kroz programe sufinanciranja, projekti strukovnih udruga u turizmu s ciljem njihova jačanja kako bi se osposobili za aktivniju provedbu aktivnosti javne politike razvoja ljudskih potencijala i rada na projektima financiranim od strane Eu. Uspostavom platforme za povezivanje učenika i studenata s poslodavcima osigurat će se jednostavniji pronalazak poslova i stručne prakse.

Oznake kvalitete i međunarodne oznake izvrsnosti potrebno je snažno poduprijeti u svim segmentima turističkog sustava, na svim razinama:

- Objekti za smještaj,
- Objekti za hranu i piće,
- Odabrani proizvodi i usluge,
- Atrakcijski elementi,
- Obrazovne ustanove i programi,
- Destinacije niže razine,
- Primorsko-goranska županija u cjelini.

Cilj je Primorsko-goranske županije biti lider kvalitete i izvrsnosti u turizmu Republike Hrvatske.

Unaprijeđena struktura smještajnih kapaciteta imat će pozitivan utjecaj na tendenciju k cjelogodišnjem poslovanju, potiče razvoj cijelih destinacija, osigurala zapošljavanje ljudskih potencijala, otvara mogućnost plasmana lokalnih proizvoda i značajno pozitivno djeluje na ekonomsku održivost turističkog sustava. S ciljem navedenog posebno je važno osigurati efikasni sustav za privlačenje i provedbu investicija u turizmu. Stvaranje poticajnog poslovnog i investicijskog okruženja temeljni je preduvjet strukturiranog razvoja u smjeru povećanja kvalitete.

U okviru mogućnosti i ovlasti županijske razine, potrebno je poticati rast smještaja visoke dodane vrijednosti i cjelogodišnjeg karaktera, poticati inovativne oblike smještaja na bazi održivosti i uz proces zelene tranzicije, te poticati i usmjeravati ukupne smještajne kapacitete prema povećanju kvalitete. Navedenom procesu usmjereno

je i privlačenje globalno poznatih međunarodnih brendova u segmentu smještaja koji svojom globalnom prepoznatljivošću i garancijom kvalitete jačaju vidljivost regije i privlače tim brendovima lojalne turističke potražnje.

Mjera 1.4. za posebni cilj 1. „Unapređenje kvalitete i izvrsnosti“: Razvijati tailor made koncept ponude

Raznolikost turističkih prostora i ponude (primorje, otoci, gorje, ekskluzivne destinacije i neotkrivene lokacije), njena diverzificiranost i visoka kvaliteta otvaraju mogućnost kreiranja tzv. tailor made koncepta ponude. Ovim konceptom ulazi se u tržišno atraktivnu i visoko platežno sposobnu tržišnu nišu, koja je ujedno vrlo zahtjevna, iskusna i kritična, te u kontekstu formiranja ponude predstavlja poseban izazov. Moguće ga je razvijati na svim prostorima Primorsko-goranske županije, uvažavajući specifičnosti i pružajući jedinstvene i nezaboravne doživljaje.

Ovaj koncept ponude potrebno je kreirati i promovirati za različite turističke proizvode od značaja za prostor Primorsko-goranske županije: zdravstveni turizam, aktivni (engl. outdoor) turizam, eno-gastronomski turizam, kulturni turizam, kongresni turizam, nautički turizam, ljetni odmorišni turizam („sunce i more“) te ostalo po zahtjevu turista

Tailor made koncept ponude otvara prostor za kreiranje novih, inovativnih poduzetničkih aktivnosti, unapređenje razine usluga, nove investicije kao i promociju i brendiranje Primorsko-goranske županije u cjelini. Koncept je u pravilu usklađen s dominantnim europskim politikama, u skladu s načelima održivog razvoja podupirući zelenu tranziciju i prilagodbu klimatskim promjenama. Ovaj prioritet u potpunosti podupire realizaciju cilja kvalitete i izvrsnosti.

Tailor made koncept ponude moguće je realizirati isključivo uz podršku svih dionika i visoko kompetentnih i inovativnih ljudskih potencijala, vrlo inovativnih i fleksibilnih. Iako su u fokusu ovog koncepta zahtjevi gosta, ovaj koncept snažno podupire lokalno, autohtono, autentično, usklađeno s očekivanjima lokalne zajednice.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Vladimir Franolić

7.2. Posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“

Turizam značajno doprinosi razvoju lokalne ekonomije, dok s druge strane raste zabrinutost zbog njegova utjecaja na devastaciju resursa na kojima se temelji njegov razvoj. Negativni učinci poput prevelikog broja turista, iskorištavanje prirodne i kulturne baštine te gubitak autentičnosti nekog područja utječu na kvalitetu života ljudi. Stoga su suvremena nastojanja usmjerena k održivosti, tj. razvoju turističke destinacije tako da ostane konkurentna i zanimljiva na tržištu, ali i da ostane u ravnoteži s okolišem i prirodom te stilom i načinom života ljudi u lokalnim zajednicama. Takav oblik turizma nastoji maksimizirati pozitivne učinke za lokalnu zajednicu i umanjiti negativne učinke na društvo i okoliš. S obzirom na nužnost promjena i razvoj novih ideja u ponudi usluga i sadržaja, u ponašanju domaćina, organizatora i gostiju te promjena u upravljanju, očekuje se da će inovativnost u svim tim područjima, imati značajnu ulogu u osiguravanju konkurentnosti i privlačnosti destinacija.

Taj se cilj, „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“, u Strategiji razvoja održivog turizma Hrvatske do 2030. godine uklapa u strateški cilj Konkurentan i inovativan turizam te prioritarno područje Poticanje inovacija i digitalna transformacija turizma. Također je održivost

sastavna komponenta cijele Strategije, a jedan njen dio sagledan je u strateškom cilju Turizam uz očuvan prostor, okoliš i klimu.

U Planu razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine ističe se da turizam kao složeni ekonomski i društveni fenomen svoj pravi značaj ima ako u cilju kreiranja turističke ponude i stvaranja infrastrukturnih uvjeta za razvoj, umrežava i poticajno djeluje na razvoj drugih djelatnosti. Stoga turizam Primorsko-goranske županije treba sagledati kao modalitet za razvoj malog poduzetništva i obrtništva, ali i velike investicije koje će direktno i/ili indirektno pozitivno djelovati na turizam i ukupni gospodarski sustav Primorsko-goranske županije. Brze promjene trendova i ponašanja, kako turista, tako i ostalih dionika u turizmu nameću potrebu poticanja razvoja inovativnih i pametnih rješenja, razvijajući pametne destinacije koje navedena rješenja primjenjuju s ciljem kvalitetnijeg upravljanja turističkim tokovima, infrastrukturom, prostorom i svim elementima ponude. Uspostavom sustava praćenja stavova dionika o održivosti te poticanjem poduzetničkih inicijativa i samozapošljavanjem osnažujemo inovativnost i održivost Primorsko-goranske županije u 21. stoljeću.

Posebni cilj 2.

OSNAŽIVANJE INOVATIVNOSTI I ODRŽIVOSTI

Mjere

2.1. Poticati inovativne i pametne destinacije i rješenja

2.2. Jačati turistički lanac vrijednosti

2.3. Održivo i odgovorno upravljati prostorom

2.4. Podupirati poduzetničke inicijative i samozapošljavanje

2.5. Uspostaviti sustav praćenja stavova dionika o održivosti turističkog sustava

Pokazatelji ishoda	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
Prosječna godišnja stopa rasta prihoda za djelatnost „I“ i „N“ (podkategorija 79)	Djelatnost I - 6,2% Djelatnost N - 9,1% razdoblje 2014./2019.	Djelatnost I - 8% Djelatnost N - 11% razdoblje 2022./2030.
Uspostavljen sustav praćenja dionika	NE	DA

Mjera 2.1. za posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“: Poticati inovativne i pametne destinacije i rješenja

U procesu razvoja turističkih proizvoda posebno je važno poticati pametne destinacije, koje uz inovativan pristup i primjenu tehnoloških rješenja doprinose osnaživanju inovativnosti i održivosti turizma Primorsko-goranske županije.

Novi koncept turizma koji uvodi inovacije u odnosima s lokalnom zajednicom kroz participativne i interaktivne modele suradnje te inovacije u području razvoja proizvoda, usredotočene su na dublji odnos između posjetitelja i lokalnih zajednica. U procesu preobrazbe iz „klasičnih“ u pametne turističke destinacije, osim tehnoloških inovacija, neophodno je planirati i razvijati inovativna rješenja na području održivosti turističkih proizvoda i usluga te dostupnosti, odnosno pristupačnost turističkih atrakcija i infrastrukture. Suvremena tehnološka rješenja i digitalna

transformacija mijenjaju način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te postaju sredstvo pomoću kojih će se destinacije pozicionirati kao pametne destinacije.

Sudionici na strani ponude u budućnosti trebaju u svoje poslovanje inkorporirati nova tehnološka rješenja i digitalizirati svoje poslovanje kako bi osigurali konkurentnost i održivi razvoj. Potrebno je razvijati nove turističke proizvode, odnosno pružati nove doživljaje koji će uključivati primjenu digitalnih tehnologija. Destinacije u Primorsko-goranskoj županiji trebaju postati pametne i održive, pristupačne svima, a turistički proizvodi trebaju turistima pružiti nezaboravno personalizirano i autentično turističko iskustvo.

Mjera 2.2. za posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“: Jačati turistički lanac vrijednosti

Lokalno stanovništvo sve se više uključuje u lanac vrijednosti u turizmu plasmanom lokalnih proizvoda te pružanjem usluga u sklopu inovativnih turističkih proizvoda više dodane vrijednosti. Prepoznatljiva i autentična eno i gastronomska ponuda Primorsko-goranske županije predstavlja nedovoljno iskorišten potencijal koji upućuje na osnaživanje ekološke proizvodnje s mogućnošću plasmana lokalno proizvedene hrane i ekoloških poljoprivrednih proizvoda. Uključenjem domaćih poljoprivrednih proizvoda, proizvoda s eko oznakama i drugim oznakama kvalitete, izvornosti i prepoznatljivosti te proizvodima akvakulture jača se cjelokupni lanac vrijednosti u turizmu.

Kod razvoja svih vrsta proizvoda, treba poticati stvaranje kratkih lanaca opskrbe i uključivanje što većeg broja lokalnih stanovnika i lokalnih proizvođača jer se na taj način postiže multiplikativni učinak na cijelo lokalno gospodarstvo i to kroz povećane prihode i stvaranje novih radnih mjesta. Kroz jačanje turističkog lanca vrijednosti pruža se podrška ulaganjima malim i srednjim poduzetnicima, OPG-ovima za razvoj održivog turizma koja rezultiraju diverzifikacijom turističke ponude, produljenjem turističke sezone, smanjenjem prekomjernog turizma i većom kvalitetom turističke ponude Kvarnera.

Mjera 2.3. za posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“: Održivo i odgovorno upravljati prostorom

Prostorno opterećenje izrazito je naglašeno u ljetnim mjesecima na obali i otocima Primorsko-granske županije zbog visoke koncentracije turističkog prometa što sa sobom nosi niz negativnih posljedica: javlja se pritisak na temeljne turističke resurse i dolazi do prekoračenja prihvatnog potencijala u pojedinim destinacijama ili užim lokacijama (npr. plaže, središta destinacija, atraktivni prirodni i kulturni lokaliteti). Ta činjenica uzrokovala je izazove koji se očituju prvenstveno u pritisku na infrastrukturu, degradaciju okoliša, betonizaciju prostora, povećano onečišćenje pa čak i na zadovoljstvo lokalnog stanovništva. Dakle, prateći negativni utjecaji nisu proizašli iz samog broja dolazaka i noćenja, već prije svega iz izrazite prostorne i vremenske koncentriranosti turističkog prometa.

Stoga kako bi se održivo i odgovorno upravljalo prostorom potrebno je optimalno iskoristiti okolišne i prostorne resurse koji su ključan element turističkog razvoja, zadržavajući bitne ekološke procese i pomažući u zaštiti prirodne baštine i bioraznolikosti te poštivati društveno-kulturnu autentičnost destinacija, očuvati njihovo izgrađeno i živo kulturno nasljeđe i tradicijske vrijednosti.

Integralnim prostornim planiranjem potrebno je kontrolirati opterećenje od prekomjernog turizma, naročito u zaštićenim područjima. Stoga je nužno da svi nositelji turističke i gospodarske politike budu svjesni potrebe osnaživanja održivosti i inovativnosti. Moguća rješenja za prostorno uravnoteženiji turizam su povezivanje manje poznatih lokaliteta s najposjećenijim lokalitetima u tematske cjeline, odnosno kreiranje postojećih i novih inovativnih turističkih ruta.

Mjera 2.4. za posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“: Podupirati poduzetničke inicijative i samozapošljavanje

Turizam doprinosi stvaranju novih kvalitetnih radnih mjesta, generira samozapošljavanje i potiče poduzetničke inicijative. U procesu poticanja poduzetničkih aktivnosti u cilju razvoja inovativnih turističkih proizvoda i osiguranja cjelogodišnjeg poslovanja, moguće je značajnije povezivanje i umrežavanje turizma s ostalim sektorima poput poljoprivrede, ribarstva, digitalizacije, prometa, energije i okoliša, zdravstva te sporta, kulture i kreativnih industrija što otvara mogućnost za osnaživanje inovativnosti i održivosti cjelogodišnjeg poslovanja. Tako koncipiran integrirajući i održivi turizam poticajan je za demografiju, razvoj poduzetništva i nove inovativne poslovne projekte kako u turizmu tako i djelatnostima koji su za njega direktno ili indirektno vezani čime se jačaju multiplikacijski učinci turizma.

Jačanje umreženosti turizma i ostalog gospodarstva

rezultat će unapređenjem kvalitete života, osnaživanjem društvene uključenosti i smanjivanjem socijalnih nejednakosti. Programi i mjere fokusirane na tržište rada za potrebe turizma posebnu podršku trebaju pružiti poduzetničkim aktivnostima žena, malim i srednjim poduzećima, osobama s invaliditetom i osobama u nepovoljnom položaju na tržištu rada. Moderno tržište rada u Primorsko-goranskoj županiji podrazumijeva jačanje mjera aktivne politike zapošljavanja kroz nove poduzetničke inicijative i samozapošljavanje. Poboljšanjem pristupa zaposlenju za sve tražitelje posla, posebno ranjive skupine, povećat će se broj kvalitetnih radnih mjesta, smanjiti broj osoba izloženih riziku od siromaštva i socijalne isključenosti te doprinijeti sezonskoj i prostornoj koherentnosti i posljedično omogućiti pozitivan učinak na lokalne zajednice.

Mjera 2.5. za posebni cilj 2. „Osnaživanje inovativnosti i održivosti“: Uspostaviti sustav praćenja stavova dionika o održivosti turističkog sustava

Razvoj turizma potrebno je definirati sukladno stavovima ključnih dionika uz uvažavanje globalnih trendova. Pod ključne dionike ubrajamo lokalno stanovništvo, turistički menadžment i same posjetitelje, odnosno turiste. Značajno je naglasiti kako lokalno stanovništvo generalno podupire razvoj turizma te iskazuje visok stupanj zainteresiranosti za uključivanje u turističke razvojne procese. Navedeni pozitivni stavovi vezani za turizam kao i visoka zainteresiranost lokalnog stanovništva ukazuje na njihovu spremnost za aktivan angažman i promjene te kao takvi predstavljaju čvrstu osnovicu inovativnog i održivog razvoja turizma Primorsko-goranske županije. Uspostavom sustava praćenja stavova dionika o održivosti turističkog sustava, stvara se adekvatna podloga za buduće održivo razvojno usmjerenje turizma Županije.

Sustavom praćenja stavova dionika može se utvrditi razina zadovoljstva pojedinim elementima turizma određene destinacije, uvidjeti percepciju pozitivnih i negativnih ekonomskih, ekoloških i socio-kulturoloških utjecaja koje turizam generira te saznati u kojoj mjeri je lokalno stanovništvo uključeno u turističke aktivnosti i žele li biti aktivnije uključeni u procese vezane za turizam. Uspostavom sustava praćenja, omogućava se korisnicima pronalaženje praktičnih odgovora, u cilju postizanja višeg stupnja učinkovitosti u definiranju asortimana ponude te u osnaživanju inovativnosti i održivosti turističkog proizvoda destinacije.

Uspostavljenim sustavom praćenja osiguravalo bi se realno sagledavanje svih relevantnih činitelja razvoja,

neophodnih za uspješno upravljanje turizmom u destinaciji, neovisno o formalnim oblicima ustroja destinacijskog menadžmenta. Rezultati do kojih bi se došlo ovim praćenjem predstavljali bi nezaobilaznu i relevantnu informacijsku osnovicu neophodnu za upravljanje turističkom destinacijom na svim razinama, od turističkog mjesta do regije, a uvažavajući sinergijske procese koje treba razvijati i sustavno unapređivati. Usmjeravanje razvoja treba biti usmjereno k boljem turističkom organiziranju te osiguranju prepoznatljivosti Primorsko-goranske županije. Turističkom destinacijom može se kvalitetno upravljati samo uz zajedničku usku suradnju i potporu turističkih zajednica, turističkog gospodarstva, jedinica lokalne samouprave. Naglasak je na poticanju visokog stupnja suradnje svih involviranih sudionika uključenih u turističku ponudu na razini turističke destinacije, a u cilju kontinuiranog podizanja kvalitete turističke ponude. Rezultati sustava praćenja dionika predstavljaju osnovu za sagledavanje veza i odnosa kako unutar pojedinih destinacija, tako i u hijerarhiji sustava organiziranja turističkih destinacija. Osigura li se priprema ovakve informacijske osnovice i u ostalim turističkim destinacijama, stvorile bi se pretpostavke za uspoređivanje rezultata sa srodnim destinacijama (priobalje, otoci, gorje), a kao pretpostavke za uspješno provođenje benchmarkinga i ocjenjivanje vlastite pozicije u odnosu na konkurenciju.

Samo takav sustav informacija omogućit će uspješno strateško pozicioniranje turističkog proizvoda destinacije u čijem kreiranju i razvoju trebaju aktivno sudjelovati svi neposredni i posredni sudionici koji kroz sinergijske procese takvu ponudu i oblikuju.

7.3. Posebni cilj 3. „Isticanje raznolikosti i posebnosti“

Jedno od najznačajnijih pitanja koje se postavlja pred turistički razvoj Primorsko-goranske županije je svakako na koji način najbolje istaknuti različitost prostora i posebnosti kojima obiluje turistička destinacija. U smjeru uključivanja različitih vrijednosti u turističku ponudu potrebno je stvoriti održive turističke proizvode koji će se razvijati na različitoj kulturnoj i prirodnoj baštini, tj. kroz isticanje raznolikosti i posebnosti prostora na održiv način koji je u skladu s interesima lokalne zajednice te na zadovoljstvo turista.

Posebni cilj 3. „Isticanje raznolikosti i posebnosti“ u skladu je sa Strategijom održivog turizma do 2030. godine i to istaknut u okviru strateškog cilja 1. „Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam“.

Promišljen razvoj temeljen na specifičnosti prostora osigurava raznoliku ponudu i rast kvalitete života lokalne zajednice, ali i rast i razvoj kvalitete doživljaja posjetitelja.

Stoga je potrebno kontinuirano i ravnomjerno jačati atrakcijsku osnovu, ali na načelima održivosti tj. na uspostavi sustava za održivo upravljanje resursima/ lokalitetima, a i cjelokupnom ponudom. U cilju ravnomjernijeg razvoja turizma na prostoru Primorsko-goranske županije potrebno je dati naglasak na stvaranju i unapređenju proizvoda više dodane vrijednosti, ali i kontinuirano razvijati posebne oblike turizma za čiji razvoj postoji atrakcijska osnova. Nadalje, turistički proizvod potrebno je diverzificirati te osiguravati mogućnosti za razvoj posebnih oblika turizma. U tom smjeru potrebno je osnaživati autohtone i tradicijske vrijednosti koje posjeduje Primorsko-goranska županija u različitosti svog prostora. U turistički slabije razvijenim područjima potrebno je razvijati nove turističke atrakcije, osigurati kvalitetu ugostiteljske ponude te intenzivirati razvoj posebnih oblika turizma.

Posebni cilj 3.

ISTICANJE RAZNOLIKOST I POSEBNOSTI

Mjere

3.1. Jačati atrakcijsku osnovu

3.2. Ubrzati transformaciju i diverzificiranost turističkog proizvoda

3.3. Razvijati i privlačiti megadogađanja međunarodne prepoznatljivosti i značaja

3.4. Osnaživati autohtone i tradicijske vrijednosti

3.5. Uspostaviti sustave održivog upravljanja resursima/lokalitetima

3.6. Čuvati i jačati održivu valorizaciju prirodne i kulturne baštine u turističkoj ponudi

Pokazatelji ishoda	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
Udio turističkog prometa u I, II i IV kvartalu	27,98%	40%
Turistički promet (noćenja) u neobalnim JLS	346.605	500.000

Mjera 3.1. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“

Jačati atrakcijsku osnovu

Razvoj konkurentne i prepoznatljive turističke ponude uključuje razvoj i jačanje atrakcijske osnove destinacije. Bez atrakcijske osnove u suvremenim uvjetima poslovanja turističkog tržišta vrlo je teško ostati konkurentan. Ponuda cjelovitog doživljaja u unaprijeđenoj ili novoj atrakcijskoj osnovi osigurava kontinuitet prepoznatljivosti destinacije. To podrazumijeva različite proizvode koji su funkcionalne cjeline, ali i proizvodi više dodane vrijednosti. Ponudom

cjelovitog turističkog doživljaja koju može pružiti osnažena atrakcijska osnova osigurava se i gospodarski razvoj lokalnih zajednica. Osnažena atrakcijska osnova je temelj za daljnji razvoj lanca uključenih proizvoda i usluga.

U tom smjeru potrebno je razvijati različitu atrakcijsku osnovu prema prioritetima užih destinacija Primorsko-goranske županije kao npr. aquaparkove, žičare, luke za

nautičare, različite kulturne itinerere – tematske kulturne rute i staze, interpretacijske centre, centre za posjetitelje, i dr.) Ovakve investicije u atrakcijsku osnovu osigurat će razvoj posebnih oblika turizma, ali i upotpuniti postojeću turističku ponudu što će u konačnosti rezultirati višom kvalitetom turističke ponude.

Razvojem nove atrakcijske osnove potiče se i stvaranje kratkih lanaca opskrbe te uključivanje većeg broja lokalnih proizvođača u turističku ponudu čime se ostvaruje

multiplikativni učinak na gospodarstvo, ali i uključivanje lokalnog stanovništva u turistički razvoj.

Osim toga, važno je osigurati pristupačnost turističkih atrakcija i infrastrukture osobama s invaliditetom. Potrebno je poticati uključivanje osoba s invaliditetom u korištenje turističkih usluga kroz prilagodbu infrastrukture (osiguranje pristupačnosti turističkim atrakcijama), ali i kroz edukacije zaposlenih koji su u kontaktu s osobama s invaliditetom.

Mjera 3.2. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“: Ubrzati transformaciju i diverzificiranost turističkog proizvoda

U cilju ostvarenja raznolike, kvalitetne i inovativne destinacije Primorsko-goranske županije potrebno je ubrzati transformaciju i diverzificiranost turističkog proizvoda, osigurati kvalitetu turističkih proizvoda i kontinuirano razvijati posebne oblike turizma. Razvijeni posebni oblici turizma rezultat su praćenja trendova na turističkom tržištu te osiguravaju smanjivanje sezonalnosti poslovanja, ali i uključivanje svih dijelova Primorsko-goranske županije u turističku ponudu.

U cilju diverzifikacije turističkog proizvoda treba se poticati inovativni turistički proizvodi koji će kako domaćim, tako i stranim turistima i posjetiteljima osigurati kvalitetan boravak u turističkoj destinaciji. Dodatno je potrebna kreativnost u osmišljavanju turističkih atrakcija, ali i inovativan pristup u kreiranju turističkih aranžmana uz uključivanje specifičnosti kulturno-povijesne i prirodne baštine.

U turizmu Primorsko-goranske županije transformacija i diverzifikacija turističkog proizvoda odvijat će se u okviru razvoja sljedećih posebnih oblika turizma:

- zdravstveni (medicinski, lječilišni, wellness) turizam koji je temeljen na različitim prirodnim resursima (klima, more), stručnom osoblju i zdravoj prehrani,
- aktivni (engl. outdoor) turizam temeljen na prirodnim preduvjetima (more, planine, šume, otoci, sl.), sportsko-rekreativnoj te adrenalinskoj infrastrukturi,
- eno-gastronomski turizam temeljen na tradiciji i

autohtonim namirnicama te vinima,

- kulturni turizam temeljen na valorizaciji materijalne i nematerijalne kulturne baštine, razvoju kulturnih tematskih cesta i putova uključujući kulturne i kreativne industrije,
- kongresni turizam zbog blizine emitivnih tržišta i postojeće infrastrukture za kongrese, seminare, konferencije, sajmove i sl.,
- nautički turizam razvojem nautičke infrastrukture te temeljen na očuvanom okolišu i razvedenosti obale,
- ljetni odmorišni turizam („sunce i more“) kao dominantan oblik turizma potrebno je kontinuirano inoviranje kako bi se i nadalje profilirao visokokvalitetan turistički proizvod. U tom smjeru potrebno je nadalje uređivati plažne prostore.

U cilju razvoja posebnih oblika turizma potrebno je sinergijsko djelovanje svih dionika uključenih u turističku ponudu, a osobito lokalne zajednice. Poticat će se povezivanje turističkih zajednica kao kreatora preduvjeta za turističke proizvode i organizatora putovanja koji ih realiziraju i plasiraju na tržište.

Ulaganjima u turističke proizvode poput outdoor turizma, kulturnog i ostalih, lokalnom stanovništvu osigurat će se pristup infrastrukturi i brojnim sadržajima (sportskim, kulturnim, zabavnim) što ujedno osigurava i unapređuje kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Mjera 3.3. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“: Razvijati i privlačiti megadogađanja međunarodne prepoznatljivosti i značaja

U cilju smanjivanja sezonalnosti važno je razvijati te privlačiti megadogađaje. Megadogađaji osiguravaju turističkim destinacijama međunarodnu prepoznatljivost i konkurentnost na turističkom tržištu. Blizina vodećih europskih emitivnih turističkih tržišta uz povoljan geoprometni položaj potencijal je na kojem se mogu temeljiti razvojne perspektive megadogađaja.

Razvoj megadogađaja zahtijeva planiranje, organizaciju, infrastrukturu za njihovu realizaciju, ali i sinergijsko djelovanje svih dionika koji mogu osigurati i stvoriti uvjete za realizaciju visokokvalitetnih megadogađaja.

U cilju stvaranja različite ponude potrebno je dodatno unaprijediti postojeće manifestacije i događaje koji su pretežito lokalnog karaktera te dodatno potaknuti razvoj onih koji imaju potencijal ili su već prepoznati kao događaji međunarodnog karaktera.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Arsen Miletić

Mjera 3.4. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“: Osnaživati autohtone i tradicijske vrijednosti

Održivim upravljanjem autohtonim i tradicijskim vrijednostima ostvaruje se jedinstvenost turističke ponude. Primorsko-goranska županija posjeduje vrlo različite kulturno-povijesne atrakcije koje najčešće nisu primaran motiv dolaska u turističku destinaciju, ali su značajne prilikom boravka turista u destinaciji kao dodatna aktivnost, ali i novi doživljaj destinacije. Sagledavajući ukupnost autohtonih i tradicijskih vrijednosti treba u turističku ponudu uključiti: male povijesne gradiće sa svojim specifičnostima, jedinstvenu glagoljsku baštinu, maritimnu baštinu, sakralnu baštinu, osobito Svetište Majke Božje, baštinu Frankopana kroz Kulturno-turističku rutu Putovima Frankopana, kulturne tematske rute i staze, i dr.

Nadalje, potrebno je osnažiti ulogu tradicionalnih manifestacija te napose uključiti karnevalska zbivanja svih destinacija u integralnu i originalnu karnevalsku ponudu.

Primorsko-goranska županija posjeduje tradicionalnu eno-gastronomiju i u tom smjeru potrebno je dalje razvijati oznake kvalitete eno i gastro ponude „Kvarner Gourmet“, „Kvarner Food“ i „Kvarner Wines“. U okviru eno i gastro ponude trebaju se nadalje razvijati različiti događaji koji su tematski usmjereni pojedinim regijama od kojih svaka ima svoje autohtone eno i gastro vrijednosti. Autohtona eno i gastro ponuda podrazumijeva i konzumaciju u tradicionalnim ugostiteljskim objektima (npr. konobe i sl.) što stvara potpuni doživljaj kod turista.

Za osnaživanje autohtonih i tradicijskih vrijednosti dodatno će trebati podizati svijest lokalnog stanovništva o prirodnim i kulturnim resursima te njihovim vrijednostima, ali i o značenju turizma u suvremenom gospodarstvu. U navedenom procesu poseban je značaj na edukaciji svih dionika i jačanju njihovih kompetencija.

Mjera 3.5. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“: Uspostaviti sustave održivog upravljanja resursima/lokalitetima

Nekontroliran razvoj u smjeru prekomjernog turizma te nedovoljna briga o održivom razvoju, mogu u turističkim destinacijama stvoriti negativne posljedice kao što su: preopterećenost komunalne infrastrukture, viši troškovi života, prometni problemi, devastacija prostora i nekontrolirana gradnja. Kako bi se smanjile navedene negativnosti potrebno je osigurati razvoj održivog turizma te u svim dijelovima Primorsko-goranske županije uspostaviti sustave održivog upravljanja resursima/lokalitetima. U cilju osiguranja razvoja održivog turizma potrebno je pratiti održivost na svim razinama i to osobito na lokalitetima i destinacijama koje imaju prekomjerni broj turista tijekom ljetne sezone.

Osobito je važno od turističkog utjecaja adekvatno zaštititi i održivo upravljati s 32 zaštićena područja i pojedinačnih

prirodnih vrijednosti, koji se inače štite putem osam različitih kategorija sukladno Zakonu o zaštiti prirode.

Negativni utjecaj na prostor eliminirat će se sustavnim prostornim planiranjem na svim razinama. Prostorno planiranje je jedan od najvažnijih alata osiguranja uravnoteženog odnosa prostora i turističkog razvoja. Potrebno je voditi računa o prihvatnim kapacitetima, infrastrukturnim ograničenjima i o dosljednoj primjeni propisa kojim se štite zaštićena područja.

Racionalnim upravljanjem prostorom i ostalim prirodnim resursima podići će se i razina kvalitete života lokalnog stanovništva, osobito u opterećenim turističkim destinacijama gdje se moraju osigurati uvjeti za kvalitetno stanovanje, uvjeti za život i rad lokalnog stanovništva.

Mjera 3.6. za posebni cilj 3. „Isticanje raznolikost i posebnosti“: Čuvati i jačati održivu valorizaciju prirodne i kulturne baštine u turističkoj ponudi

U procesu razvoja održivog turizma posebno je važno na adekvatan način valorizirati kulturnu i prirodnu baštinu te tradicijske vrijednosti koji se moraju prezentirati uz inovativan pristup i primjenu novih tehnoloških rješenja te uključujući kulturne i kreativne industrije. Turističkom ponudom kulturno-povijesne i prirodne baštine mora se upravljati na održivim načelima što podrazumijeva istraživanje, zaštitu, edukaciju, valorizaciju i interpretaciju kako se ne bi uništila njena vrijednost te kako bi je sačuvali za buduće generacije.

Inovativna i suvremena prezentacija prirodne i kulturne baštine osigurava pristup svim ciljnim segmentima, ali

osigurava i održivu valorizaciju prirodne i kulturne baštine tako da se na taj način i kod lokalnog stanovništva i kod turista utječe na rast svijest o vrijednostima i potrebi očuvanja kulturne i prirodne baštine.

Ako se na kulturnoj baštini primjene principi kružne ekonomije u njezinoj obnovi i revitalizaciji (npr. mali povijesni gradovi, stare zgrade, namještaj iz prošlosti, itd.) može dobiti novu vrijednost čime se povećava zadovoljstvo stanovnika koji osim očuvane kulturno-povijesne baštine imaju i osjećaj današnje vrijednosti (npr. mogućnost zapošljavanja, ponos na tradicijske vrijednosti, i dr.), ali i u konačnici potiče regionalni razvoj.



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Ivana Čutura

7.4. Posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“

Danas provođenje zelene i digitalne tranzicije predstavlja imperativ. Klimatska kriza i povezani izazovi koje ona donosi poput utjecaja na dostupnost vode i hrane, utjecaja na sigurnost, degradaciju okoliša i slično predstavljaju negativne čimbenike zbog kojih je nužno implementirati zelenu i digitalnu tranziciju.

Posebni cilj 4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije u skladu je sa Strategijom održivog turizma do 2030. godine i to istaknuto u okviru strateškog cilja 2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu.

Očuvani prirodni resursi jedan su od važnijih motiva dolazaka turista u Republiku Hrvatsku, pa tako i Primorsko-goransku županiju. Oni su jednim dijelom ugroženi i zbog intenzivnog turističkog razvoja u ograničenom vremenu i prostoru. Stoga je u turizmu Primorsko-goranske županije potrebno osmišljavati i uspostavljati rješenja koja se odnose na načine prilagodbe turizma novim klimatskim kretanjima, ali i načine ublažavanje tih istih klimatskih promjena. Kao jedan od važnijih načina ublažavanja može

se javiti korištenje obnovljivih izvora energije i intenziviranje procesa energetske učinkovitosti turističke infrastrukture. Zbog osiguranja održivog razvoja potrebno je uspostaviti i primjenjivati princip kružnog gospodarstva u turizmu kojim bi se osiguralo smanjenje negativnog utjecaja turizma na okoliš. Isto tako, u novije vrijeme, turizam je, kao i cjelokupno društvo, pod utjecajem tehnološkog napretka i inovacija. Primorsko-goranska županija treba intenzivirati primjenu suvremenih informacijskih i digitalnih tehnologija u turizmu na razini turističke destinacije, ali i poslovnih subjekata. Digitalna tranzicija pretpostavlja poticanje digitalne transformacije koja uvažava dionike u turističkom lancu vrijednosti, njihovu razinu digitalne spremnosti te digitalne vještine kojima raspolažu u cilju jačanja kapaciteta turističkog sustava. Iz tog razloga potrebno je jačati digitalizaciju administrativnog sustava te rješavati digitalna rješenja za potrebe dionika u turizmu. Zbog sve veće orijentiranosti potencijalnih turističkih potrošača na tehnološke industrije potrebno je razvijati digitalni marketing kojemu je cilj prodati proizvod ili uslugu putem interneta.

Posebni cilj 4.

PROVOĐENJE ZELENE I DIGITALNE TRANZICIJE

Mjere

- 4.1. Uspostavljati rješenja prilagodbe i ublažavanja utjecaja klimatskih promjena u turizmu
- 4.2. Podržavati projekte energetske učinkovitosti i korištenje obnovljivih izvora energije u turizmu
- 4.3. Promicati kružno gospodarstvo u turizmu
- 4.4. Jačati digitalizaciju administrativnog sustava
- 4.5. Razvijati digitalna rješenja za potrebe dionika u turizmu
- 4.6. Unapređivati digitalni marketing

Pokazatelji ishoda	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
Kakvoća mora	Izvrсна kakvoća 96,3%	Ostati na istoj razini
Kvaliteta zraka	I kategorija na većini prostora PGŽ (osim Krasica, Urinj, Mariščina)	I kategorija na cjelokupnom području PGŽ
Instalirana snaga u sustavu poticanja obnovljivih izvora energije	5,27 MW	11,32 MW

Mjera 4.1. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Uspostavljati rješenja prilagodbe i ublažavanja utjecaja klimatskih promjena u turizmu

Turizam Primorsko-goranske županije osjetljiv je na utjecaje klimatskih promjena, posebno na pojavu ekstremnih vremenskih događaja, suša, podizanja razine mora, poplava i slično. Turizam je veliki zagađivač te se na svjetskoj razini procjenjuje da ima udio od 8 % ukupnih emisija stakleničkih plinova. Zbog te činjenice potrebno je razvijati turizam koji će imati manji negativni učinak na okoliš, ali isto tako je potrebno razvijati turizam koji će biti otporan odnosno onaj koji će biti prilagođen novim klimatskim uvjetima.

U tom cilju potrebno je razvijati niz aktivnosti koje se odnose na ublažavanje i prilagodbu. One koje se odnose na ublažavanje mogu se vezivati za uvođenje održivijih modaliteta transporta budući da je transport veliki zagađivač i ima značajan udio u ukupnim emisijama CO₂ ostvarenim od turizma. Uvođenje održivog javnog transporta u cilju kvalitetnije interne mobilnosti te

stimuliranje korištenja prometnih sredstava koji se pogone na alternativna goriva pomoći će smanjivanju zagađenja. Potrebno je napraviti planove održive mobilnosti unutar kojih je potrebno osmisliti sustav cjelokupne prometne infrastrukture posebice parkirnih mjesta za automobile koji se pogone na alternativna goriva.

Osim mjera ublažavanja potrebno je osmisliti i provoditi mjere prilagodbe. Nova turistička infrastruktura trebat će se graditi u skladu sa zahtjevima budućih klimatskih kretanja, dok će se postojeća infrastruktura trebati prilagođavati istima. Isto tako, turistički proizvodi će se trebati prilagođavati kako bi se zadržala atraktivnost turizma Primorsko-goranske županije. Potrebno je širiti saznanja i informacije o nužnosti prilagodbe i ublažavanja klimatskim promjenama kako bi turistički dionici spremno dočekali promjene u turističkom poslovanju.

Mjera 4.2. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Podržavati projekte energetske učinkovitosti i korištenje obnovljivih izvora energije u turizmu

Energetska politika koja se izražava u dokumentu Strategija energetske razvoja Republike Hrvatske do 2030. godine s pogledom na 2050. godinu usmjerena je na smanjenje emisije stakleničkih plinova, povećanje udjela obnovljivih izvora energije, energetske učinkovitost, sigurnosti i kvalitetu opskrbe. Niskougljični razvoj turizma i intenziviranje procesa ublažavanja klimatskih promjena važna su pretpostavka za ostvarenje održivosti i otpornosti turističkog sektora u Primorsko-goranskoj županiji. Dekarbonizacija se provodi smanjenjem emisija stakleničkih plinova, prvenstveno ugljičnog dioksida, kroz smanjenje potrošnje energije i korištenja izvora energije s manjim ili nultim emisijskim faktorom. Navedeno implicira na nužnost kreiranja mjera i poticanja niza aktivnosti koje će rezultirati većim korištenjem obnovljivih izvora energije te većom energetske učinkovitosti ne samo u prometu već i u smještajnim kapacitetima i turističkoj infrastrukturi. Primorsko-goranska županija ima velik broj sunčanih

sati na godišnjoj razini i slijedom toga ima idealne uvjete za korištenje sunčeve energije kao jednog od oblika obnovljivih izvora energije. Osim toga, moguće je koristiti i druge oblike obnovljivih izvora energije i time diverzificirati načine dobivanja električne energije. Potrebno je preobraziti postojeće smještajne kapacitete i turističku infrastrukturu u one s niskom emisijom stakleničkih plinova ili nultim ugljičnim otiskom. Nove smještajne kapacitete i novu turističku infrastrukturu potrebno je graditi u duhu održive prakse u graditeljstvu. Svi ti naponi rezultat će većom konkurentnošću turizma Primorsko-goranske županije, prilikom za zeleno brendiranje te povećanim zadovoljstvom turista. Također, gospodarenje energijom i uvođenje obnovljivih izvora energije može biti ekonomski i energetske zamašnjak razvoja turizma s posebnim naglaskom na razvoj hotela i kampova, ali i ostalih elemenata turističke ponude.

Mjera 4.3. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Promicati kružno gospodarstvo u turizmu

Primorsko-goranska županija kao i ostale jadranske županije proizvode veću količinu otpada po stanovniku nego kontinentalne županije u Republici Hrvatskoj. Proizlazi da su turistička kretanja u jadranskim županijama uzročnik ovog problema. Stvaranje velikih količina otpada implicira zagađenje i degradaciju okoliša. S druge strane,

ljepota krajolika, očuvani prostor i očuvana priroda, blaga klima visoko su na ljestvici prioriteta prilikom odabira turističke destinacije. Zbog važnosti same prirode za ljudski život, ali i zbog gore navedenih činjenica potrebno je štititi i maksimalno očuvati čovjekov okoliš. To je moguće ostvariti prelaskom s linearnog na kružno gospodarstvo

u kojem sirovine kruže u cikličkom zatvorenom krugu. Specifičnost ovog modela privređivanja je da se prirodne sirovine ne ekstrahiraju iz prirode, već se iz stvoreni otpad promatra kao resurs koji ponovno ulazi u proces proizvodnje. U skladu s europskim politikama i sve većom svijesti o nužnosti zaštite okoliša proces uvođenja kružnog gospodarstva u turizmu treba intenzivirati. Osim toga, proces uvođenja kružnog gospodarstva u turizmu potrebno

je uvoditi zbog sve veće informiranosti i svjesnosti turista o važnosti zaštite okoliša. Rezultat toga bit će smanjivanje negativnog utjecaja turizma na okoliš te ubrzanje zelene tranzicije turizma Primorsko-goranske županije. Kako bi turistički dionici u Primorsko-goranskoj županiji prihvatili ovaj koncept, potrebno je informirati i educirati dionike o nužnosti primjene kružnog gospodarstva.

Mjera 4.4. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Jačati digitalizaciju administrativnog sustava

Od 2014. pokretanjem projekta Hrvatski digitalni turizam započinju značajniji iskoraci na nacionalnoj razini. Pokreće se informacijski sustav za prijavu i odjavu turista – eVisitor, a kreću i aktivnosti Središnjeg registra za ugostiteljsku djelatnost i usluge u turizmu s ciljem potpune digitalne transformacije interakcije s javnom upravom. Izrađen je i niz drugih sustava u cilju podizanja kvalitete turizma, a veliki iskoraci postižu se automatiziranim razmjenama podataka između različitih informacijskih sustava čime su se najviše rasteretili pružatelji usluga smještaja, ali i učinila bolja i brža dostupnost podataka u cilju boljeg upravljanja turizmom. Osim upotrebe ovih sustava na nacionalnoj razini, oni se koriste i na razini Primorsko-goranske županije.

U Primorsko-goranskoj županiji potrebno je učiniti dodatne korake u digitalizaciji administrativnog sustava kako bi se smanjila potreba poduzetnika za interakcijom s javnom upravom, a time u konačnici smanjili troškovi. Isto tako, bilo

bi potrebno omogućavati i intenzivirati integraciju s drugim poslovnim sustavima kako bi se omogućavala razmjena podataka sa sustavima koje uvode tijela državne uprave. Potrebno je otvoriti sustave iz područja turizma koji se razvijaju na razini Primorsko-goranske županije i omogućiti otvoren pristup izvornim podacima kako bi se omogućilo iskorištavanje podataka te njihova detaljna obrada u cilju stvaranja budućih analiza i softverskih rješenja, koja će pružati kvalitetnu podlogu u donošenju odluka i usmjeravanju u investicije u sektoru turizma. Potrebno je uvođenje dodatnih analitičkih alata koji mogu pomoći s predviđanjem, planiranjem i upravljanjem održivošću destinacija temeljeno na znanjima Znanosti o podacima (engl. Data Science), konceptima velikih podataka (engl. big data) te umjetne inteligencije i strojnog učenja (engl. Artificial intelligence and Machine learning). Navedene tehnologije jedan su od temelja uspješnog rada najvećih ponuditelja smještaja.

Mjera 4.5. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Razvijati digitalna rješenja za potrebe dionika u turizmu

Suvremena tehnološka rješenja i digitalna transformacija mijenjaju način upravljanja turističkim destinacijama i poslovnim subjektima u turizmu te postaju sredstvo uz pomoću kojega će se destinacije pozicionirati kao pametne destinacije. Primjena velikih podataka i umjetne inteligencije potencijal su za oživljavanje turizma. Destinacije trebaju posvetiti važnost korisnički generiranom sadržaju koji utječe na njihov ugled. Primjena digitalnih rješenja omogućuje poslovnim subjektima istraživanje tržišta i predviđanje potražnje, prilagodbu proizvoda potrebama i željama ciljnog tržišta, personalizaciju ponude i izgradnju lojalnosti. Imajući u vidu potrebe suvremenih

turista i sve veću usmjerenost na digitalne tehnologije u procesu – od izbora destinacija na temelju informacija s društvenih mreža, do platformi za rezervaciju smještaja, kao i važnosti dostupnosti i kvalitete mreže pri izboru destinacije i smještaja, izvjesno je da Primorsko-goranska županija mora razvijati digitalna rješenja za potrebe turista. Isto tako, potrebno je razvijati digitalna rješenja za turističke djelatnike koji će na temelju njih lakše donositi odluke, kreirati turističke proizvode i usluge, kreirati ukupni imidž turističke destinacije. Razvojem digitalnih rješenja zadovoljit će se potrebe suvremenog turista, ali i turističkih djelatnika.

Mjera 4.6. za posebni cilj 4. „Provođenje zelene i digitalne tranzicije“: Unapređivati digitalni marketing

Glavna svrha marketinga u turizmu je privlačenje turista, promoviranje turističkih proizvoda i usluga, promicanje poslovanja turističkih poduzeća i izdvajanje od konkurencije. Turistička industrija jedna je od najvećih industrija u svijetu

te poslovni subjekti koji posluju unutar nje moraju pronaći načina kako se istaknuti i promovirati. To se najbrže i najkvalitetnije postiže upotrebom digitalnog marketinga. U proces digitalnog marketinga uključuje se korištenje

različitih digitalnih platformi za promociju proizvoda ili usluga. Ovaj oblik marketinga ima mnoštvo prednosti nasuprot tradicionalnog marketinga. Digitalni marketing odvija se u stvarnom vremenu, rezultati su odmah vidljivi te omogućava izravnu komunikaciju s kupcima. Uz to, digitalni marketing dostupniji je većem broju potencijalnih turista jer su u današnjem svijetu svi umreženi i online. Obično se osmišljava kako bi se uz pomoć određene

poruke dosegla veća publika. Cilj je primjene digitalnog marketinga u turizmu Primorsko-goranske županije privući nove turiste te u konačnici ostvarivanje viših turističkih prihoda. Dakle, cilj je privlačenje određenog tržišta u definiranom vremenu i prostoru, što omogućava precizno ciljanje publike, personalizaciju oglasa, mogućnost mjerenja rezultata, mogućnost optimizacije te smanjenje troškova samog oglašavanja.



7.5. Posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“

Jačanje partnerstva aktualno je pitanje i čini ključnu priliku u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda. Istaknuti posebni cilj „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“ u cijelosti se vezuje za Strategiju razvoja održivog turizma do 2030. godine koja je izrađena na temeljima participativnosti, partnerstva, sveobuhvatnosti i transparentnosti.

Poznato je da turizam uključuje velik broj dionika koji bi trebali surađivati i djelovati umreženo, a uključuje ugostitelje, hotelijere, agencije, turističke zajednice, destinacijski menadžment i jedinice lokalne samouprave i ostale. Brojne su prednosti uspostavljanja partnerstva, a vezuju se za učinkovitije planiranje i upravljanje svih dionika dok se kao krajnji rezultat ističe povećanje tržišne konkurentnosti na razini pojedinog partnera i na razini cjelovite turističke destinacije.

Upravo poticanjem jačanja partnerstva konkurentnosti na turističkom tržištu otvaraju se mogućnosti za povećanje kvalitete destinacije (kvaliteta proizvoda i usluga,

promocija, zadovoljstvo gostiju, produljenje sezone, otvaranje novih radnih mjesta i dr.). Koristi za javni sektor vidljive su u okvirima prijenosa rizika i smanjenja troškova, dok privatni sektor povećava vlastite prihode i osigurava imidž, smanjuje troškove poslovanja. Važno je naglasiti da se osnaživanjem partnerstva lokalnom stanovništvu osiguravaju radna mjesta, smanjujući nezaposlenost utječe se na podizanje ostvarenog dohotka, ali i razinu životnog standarda i zadovoljstvo zajednice.

Poznato je da javno i privatno partnerstvo u sektoru turizma mogu razvijati projekte suradnje na raznim područjima poput razvoja ponude, marketinga i infrastrukture vodeći računa o kvaliteti života i povećanja zadovoljstva lokalnog stanovništva.

U cilju što boljeg korištenja mogućnosti za razvoj turizma nužno je jačati partnerstvo i destinacijski menadžment sa svrhom jačanja konkurentnosti destinacije Primorsko-goranske županije kao visoko konkurentne destinacije cjelogodišnjeg turizma.

Posebni cilj 5.

JAČANJE PARTNERSTVA I DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA

Mjere

5.1. Unapređivati sustav upravljanja turističkim proizvodima s ciljem cjelogodišnjeg poslovanja

5.2. Jačati poslovno okruženje i privlačiti nove investicije koje doprinose dinamičnom i održivom razvoju turizma

5.3. Poticati projekte integrirane ponude destinacije

5.4. Promicati uključivost u svim segmentima

5.5. Jačati partnerstva javnog i privatnog sektora u turizmu

5.6. Uvoditi database management – proširenje baze turističkih pokazatelja za povećanje otpornosti i održivosti turističkog sustava

Pokazatelji ishoda	Početna vrijednost 2019.	Ciljana vrijednost 2030.
Uspostavljen sustav potpore integriranoj ponudi destinacije	NE	DA
Iznos sufinanciranja kapitalnih projekata razvoja turizma od strane PGŽ	154.000,00 €	500.000,00 €

Mjera 5.1. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“: Unapređivati sustav upravljanja turističkim proizvodima s ciljem cjelogodišnjeg poslovanja

Tipična su negativna obilježja turizma u Primorsko-goranskoj županiji, kao i u ostalim dijelovima Republike Hrvatske, prevelika sezonalnost i izražena neuravnoteženost turističkog poslovanja u pojedinim dijelovima Županije. Naime, naglašena sezonalnost poslovanja u turistički razvijenim dijelovima Županije dovodi do niza problema:

- potkapacitiranost infrastrukture u razdoblju glavne turističke sezone, a prekapacitiranost u razdobljima izvan glavne sezone;
- pad kvalitete života lokalnog stanovništva u sezoni;
- nedostatak radne snage;
- smanjenje kvalitete usluga u svim segmentima turističke ponude i posredno, nezadovoljstvo turista;
- negativni efekti izražene sezonalnosti dovode i do nepovoljnih financijskih učinaka;
- nedovoljna turistička iskorištenost i valorizacija pojedinih turistički slabije razvijenih dijelova Županije dovodi do nezadovoljstva lokalnog stanovništva, ekonomske nerazvijenosti područja te, na kraju, iseljavanja i depopulacije.

Kako bi se utjecalo na smanjenje sezonalnosti turističkog poslovanja, potrebno je poticati one aktivnosti i sadržaje koji se mogu koristiti tijekom cijele godine, primjerice atrakcije koje nisu vezane isključivo za ljetni period, odnosno visoku sezonu i usmjeravati izgradnju kapaciteta

i stvaranje proizvoda visoke kategorije, odnosno više dodane vrijednosti.

Posebno se ističu sadržaji i atrakcije koji nisu vezani isključivo za razdoblje visoke sezone: zdravstveni turizam, sportski sadržaji, manifestacije, kongresni (poslovni) turizam, kulturni turizam, eno-gastro turizam i ostalo.

Ravnomjerniji razvoj svih dijelova Županije može se postići novim ulaganjima i poticanjem posebnih oblika turizma u nerazvijenim dijelovima kao što su aktivni, sportski i rekreativni turizam, agroturizam na seoskim gospodarstvima, lovni i ribolovni turizam, nautički turizam i dr. U slabije razvijenim područjima potrebno je posebno poticati izgradnju smještajnih kapaciteta u domaćinstvima i to visoke kategorije, odnosno ciljanu vrstu smještaja koja je vezana za tradiciju i način života lokalne zajednice.

Javne investicije trebaju određivati smjer i poticati ona ulaganja privatnog sektora koja će doprinijeti smanjenju sezonalnosti i ravnomjernijem razvoju svih dijelova Primorsko-goranske županije. Posebice se naglašava da pri tome treba voditi računa o očuvanju prirode i kulturno-povijesne baštine. Poticanjem se investicije trebaju usmjeravati u turistički nerazvijenija područja, a u visoko sezonalnim područjima u ona ulaganja koja se odnose na cjelogodišnje poslovanje.

Mjera 5.2. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“: Jačati poslovno okruženje i privlačiti nove investicije koje doprinose dinamičnom i održivom razvoju turizma

Za privlačenje novih investicija u turizmu naročito je važno stvaranje poticajnog i povoljnog poslovnog okruženja za investitore. Potrebno je sustavno provoditi aktivnosti u svrhu privlačenja investitora posebice u domeni održivog i ravnomjernog razvoja turizma. U navedenom procesu poseban značaj ima nacionalna regulativa i aktivnosti jedinica lokalne samouprave.

Kao najvažnije aktivnosti za poticanje ulaganja moguće je navesti sljedeće:

- prilagođavanje propisa u nadležnosti Županije u svrhu olakšavanja i poticanja investicija te konkurentnosti turizma;
- ubrzavanje i olakšavanje administrativnih postupaka za investitore u turizmu kroz specijaliziranu digitalnu i osobnu podršku investitorima;
- poticanje investicija u turističke sadržaje visoke dodane vrijednosti;
- stimuliranje investicija vezanih za modernizaciju poslovnih procesa (digitalizacija, automatizacija, robotizacija i dr.);
- osiguravanje potpora za mikro, male i srednje poduzetnike-investitore u turizmu;

- dodatno poticati investicije u zelenu tranziciju, kružno gospodarstvo i prometnu infrastrukturu;
- odobravanje olakšica u domeni Županije u početnim fazama izvođenja projekata i turističkih investicija značajnih za lokalnu zajednicu i Županiju;
- ulagati u promidžbu Primorsko-goranske županije kao destinacije pogodne za investicije u turizmu.

Osim navedenog, poticanje investicija u turizmu osiguralo bi se i poboljšanjem infrastrukture na ruralnim dijelovima Županije te bolje prometne povezanosti.

Dakle, javne investicije ključ su i za privlačenje privatnih investitora u turizmu.

Kontinuirano jačanje poslovnog okruženja, promoviranje Primorsko-goranske županije kao poželjne investicijske destinacije te osiguranje podrške investicijskim projektima važne su i neophodne aktivnosti za privlačenje i usmjeravanje investitora u turizmu sa svrhom ostvarenja dodane vrijednosti i generiranja novog gospodarskog rasta.

Mjera 5.3. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“: Poticati projekte integrirane ponude destinacije

Integrirana ponuda destinacije podrazumijeva jedinstvenu ponudu svih turističkih resursa pojedine turističke destinacije kao temelj kohezijskog razvoja turizma. Osim dosadašnjih pozitivnih iskoraka u objedinjavanju ponude Primorsko-goranske županije do konkretnog i cjelovitog integriranja ponude do sada nije ostvareno.

Kako je ponuda turističkih sadržaja u Primorsko-goranskoj županiji izuzetno raznolika mogućnosti za ostvarenje objedinjenje cjelokupne ponude destinacije su značajne. U tom smislu ističe se važan čimbenik kvalitetne prometne povezanosti. Povezanost otoka, priobalja i gorskog dijela Županije daleko je bolja u ljetnim (sezonskim) terminima za razliku od razdoblja izvan glavne sezone kada je dostupnost pojedinih područja slabija (povezanost morskim putem).

Mogućnosti ruralnih dijelova Županije za uključivanje u turističku ponudu daleko su veće od ostvarenih.

Posebno je potrebno je poticati:

- razvoj prometne infrastrukture;
- povećanje broja brodskih linija sa svrhom bolje povezanosti (udaljeniji otoci);
- ostvarenja boljih uvjeta i mogućnosti financiranja projekata u turizmu u ruralnim i gorskim područjima;
- potpomagati organizatore i ostale dionike u turizmu koji ulažu napore u razvoj integrirane ponude turističkih sadržaja;
- dostupnost informacija o integriranoj ponudi Županije na digitalnim platformama i društvenim mrežama;
- osmišljavanje novih turističkih atrakcija.

Dobro osmišljeni projekti integrirane turističke ponude rezultirat će produljenjem turističke sezone. Upravo poticanje projekta integrirane ponude čini temelj za uravnoteženiji razvoj i smanjene depopulacije pojedinih dijelova Primorsko-goranske županije.

Mjera 5.4. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“: Promicati uključivost u svim segmentima

Uključivi turizam predstavlja sposobnost turizma da otvara razvojne mogućnosti za sve dionike, pospješuje oporavak i utječe na rast u svim segmentima života posebice u gospodarskom i društvenom. Dakle, koristi od uključivog turizma trebaju ostvariti svi počevši od samih turista, prijevoznici, trgovci, mala obiteljska gospodarstva i ostali.

Uključivi turizam podrazumijeva i ravnomjeran pristup turističkim uslugama i tržištima svim potencijalnim turistima, pa i osobama s nekim posebnim potrebama (osobe s invaliditetom, starije osobe, osobe s kroničnim zdravstvenim problemima, osobe s akutnim bolestima, roditelji s malom djecom). Temeljni cilj sadržan je u ravnopravnoj dostupnosti turističkih usluga za sve korisnike.

Za poticanje uključivog turizma u Primorsko-goranskoj županiji važno je osigurati pristupačnost smještajnih

kapaciteta, infrastrukture i turističkih atrakcija svim skupinama, posebice osobama s invaliditetom kako bi se ostvarile jednake mogućnosti svim skupinama turista u korištenju turističkih usluga. Potrebno je uzeti u obzir da je na području Europske Unije prisutan trend starenja stanovništva, razdoblje provođenja života u mirovini produljuje se i broj starijih turista je u stalnom porastu. U skladu s navedenim, potrebno je voditi brigu o prilagodbi ponude proizvoda i usluga u turizmu i tom značajnom segmentu gostiju.

Osim dobiti jačanja uključivog turizma za turiste, važno je i poticati zapošljavanje osoba s posebnim potrebama u sektoru turizma, a u cilju podizanja životnog standarda i ostvarenja uvjeta za kvalitetniji život svih stanovnika Primorsko-goranske županije.

Mjera 5.5. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“: Jačati partnerstva javnog i privatnog sektora u turizmu

Javno i privatno partnerstvo u realizaciji turističkih projekata i razvoja proizvoda čini nedovoljno korištenu razvojnu priliku turizma. Naime, samo kroz integriranu suradnju svih dionika u turizmu moguće je dati odgovore na ključne izazove. U tom smislu nameće se nužnost sinergijskog djelovanja, poticaj za djelotvornu i učinkovitu suradnju na svim razinama uz horizontalno i vertikalno

povezivanje u svrhu generiranja nove dodane vrijednosti u sektoru turizma.

U tom smislu od posebnog značaja su aktivnosti koje se vezuju za:

- jačanje poticanja međusektorske umreženosti turizma i gospodarstva (ribarstvo, poljoprivreda, stočarstvo) s

ciljem povećanja proizvodnje i plasmana autohtone hrane i pića. U tom smislu potrebno je intenzivirati koordinaciju aktivnosti i suradnju s različitim sektorima i dionicima potičući suradnju i uz uključenost lokalnog stanovništva.

Naglasak se daje na aktivnosti planiranja posebno formuliranih programa suradnje u svim sektorima povezanim s turizmom, a posebice unutar sektora turizma. Dodatno, poticanjem povezivanja i umreženosti malih i srednjih poduzetnika omogućit će se smanjivanje troškova proizvodnje i povećanje profitabilnosti kao i poticanje povezivanja proizvođača i domaćih kupaca radi efikasnijeg funkcioniranja lanaca opskrbe;

- poticanje projekta javno-privatnog partnerstva u razvoju zelenog i digitalnog turizma;
- podržavati umrežavanje poslovnih subjekata u klastere, zadruge i poduzetničke sustave čime se dodatno doprinosi jačanju poduzetničke klime i poslovnog okruženja;
- dodatno pojačati aktivnosti na promicanju suradnje s privatnim sektorom, jačati kvalitetnu komunikaciju

između gospodarstva i poduzetnika;

- osnažiti suradnju između poslovnog i istraživačkog sektora u smislu povezivanja poduzetnika i istraživačkih timova radi efikasnijeg korištenja i razvijanja novih tehnologija potrebnih za daljnji razvoj turizma;
- osigurati bolje povezivanje i suradnju kroz partnerstva javnog i privatnog sektora, posebice povezanih s izgradnjom smještajnih objekata visoke dodane vrijednosti (hotelski smještaj visoke kvalitete/kategorije);
- podržavati suradnju s organizacijama civilnog društva, posebno kroz značajne uloge u području izrade propisa i usmjeravanja turističkih politika destinacije.

Suradnja na svim područjima i razinama upravljanja u destinaciji postaje potreba i nužnost. Jačanjem partnerstva javnog i privatnog sektora u turizmu potaknut će se razvoj lanaca vrijednosti, kvaliteta ponudu i usluge, ali i realizacija novih razvojnih projekata u turizmu koje će utjecati na kvalitetu i razvoj cjelokupnog gospodarstva Primorsko-goranske županije.

Mjera 5.6. za posebni cilj 5. „Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta“:

Uvoditi database management – proširenje baze turističkih pokazatelja za povećanje otpornosti i održivosti turističkog sustava

Razumijevanje i sposobnost mjerenja, analize, usporedbe i različitosti turističke destinacije, ključni su u upravljanju turizmom svake destinacije. Iako su do sada razvijene različite metodologije, dosljedna, pouzdana sveobuhvatna metoda za mjerenje još uvijek nije dostupna.

Kako bi se osigurali preduvjeti za učinkovito upravljanje razvojem turizma kao i njegovu dugoročnu otpornost u smislu smanjenja ovisnosti o vanjskim utjecajima i predviđanju mogućih posljedica budućih kriza potrebno je uvoditi sustav čija bi primjena osigurala potencijal brzih odgovora na potencijalne izazove kao sustav učinkovitog upravljanja i planiranja.

Temeljna karakteristika database managementa vezuje se za sustav prikupljanja analitičkih podataka o turističkom prometu po svim segmentima koji pomažu lokalnim vlastima kao i svim uključenim dionicima u identificiranju problema i donošenju odluka za poboljšanja. Ujedno je strateški alat na korist poduzetnicima i kao podrška javnom sektoru u kreiranju javnih politika čime se omogućava održivost i otpornost turizma na svim razinama.

Podaci se mogu odnositi kako na financijske aspekte turističkog poslovanja na pojedinim turističkim područjima tako i na podatke o broju sudionika pojedinog uskog ili specifičnog segmenta turizma (npr. atrakcije, muzeji, manifestacije, kulturno-povijesne građevine, izleti i sl.).

Korištenjem database managementa moguće je napraviti analizu učinaka pojedinih turističkih proizvoda i usluga u destinaciji te iste koristiti kao pomoć u donošenju odluka za oblikovanje smjernica poboljšanja.

Isto tako, korištenjem navedenog sustava može se bitno utjecati i na sigurnost turista kao korisnika pojedinih turističkih usluga u destinaciji (prihvatni potencijal) kao i na sprečavanje negativnih posljedica poput prometnih problema, devastacije prostora, preopterećenosti komunalne infrastrukture i sl.

Praćenje razvoja turizma uz pomoć definiranih pokazatelja održivosti i otpornosti turizma u destinaciji potrebno je prilagoditi i temeljiti na metodološkim okvirima nacionalnih, uz dodatak specifičnih obilježja turističkih aktivnosti na destinacijskoj razini Primorsko-goranske županije.

Dakle, za upravljanje i planiranje kao osnovu za razvoj, održivost i otpornost turizma bitan je učinkovit i usklađen sustav prikupljanja relevantnih podataka koji se vezuju za sektor turizma. Na taj način dodatno će se osnažiti suradnja između svih dionika od neupitne važnosti u daljnjem razvoju turizma.

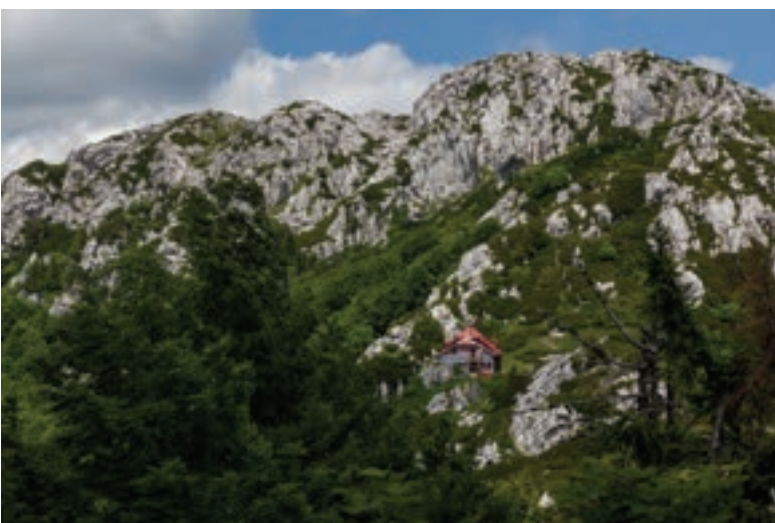
8. ZAKLJUČAK



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Oscar Piljek



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Sandro Tariba



Izvor: Turistička zajednica Kvarnera,
autor: Višnja Bolf

Primorsko-goranska županija turistička je destinacija duge tradicije, značajnih resursa te iznimne raznolikosti i posebnosti primorja, otoka i gorja. Turizam je već niz godina jedno od najznačajnijih razvojnih opredjeljenja, što je u procesu tranzicije posebno došlo do izražaja.

Turizam može i treba doprinosti rastu kvalitete života lokalnog stanovništva, osiguravajući nova radna mjesta, otvarajući nove poduzetničke prilike i privlačeći investicije. S obzirom na njegovu izuzetnu integriranost i utjecaj na ukupne razvojne procese na području Primorsko-goranske županije implementacija Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine zahtjeva jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta kako bi se ostvarili sinergijski učinci i realizirali postavljeni posebni ciljevi i pokazatelji ishoda.

Vizija turizma Primorsko-goranske županije za 2030. godinu usklađena je s vizijom Primorsko-goranske županije definiranom Planom razvoja Primorsko-goranske županije, Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine, dugoročnom vizijom turizma Hrvatske definiranom Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine.

UPRAVLJAČKI SAŽETAK

Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine ključni je razvojni dokument turizma za ovo desetljeće.

Primorsko-goranska županija turistička je destinacija duge tradicije i jedna od najrazvijenijih turističkih regija u Republici Hrvatskoj. Sagledavajući dosegnut stupanj turističkog razvoja, specifičnosti regije, globalne trendove na turističkom tržištu kao i razvojne potrebe i potencijale Primorsko-goranske županije definirana je vizija turizma do 2030. godine.

PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA JE RAZNOLIKA, KVALITETNA I INOVATIVNA DESTINACIJA ODRŽIVOG TURIZMA KOJA CIJELE GODINE TURISTIMA PRUŽA JEDINSTVENO DOŽIVLJAJNO ISKUSTVO U PRIMORJU, GORJU I OTOCIMA, A LOKALNOM STANOVNIŠTVU OSIGURAVA KVALITETNE UVJETE ZA ŽIVOT I RAD.

S ciljem ostvarenja postavljene vizije definirano je pet ključnih posebnih ciljeva razvoja turizma do 2030. godine za područje Primorsko-goranske županije:

1. Unapređenje kvalitete i izvrsnosti,
2. Osnajivanje inovativnosti i održivosti,
3. Isticanje raznolikosti i posebnosti,
4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije,
5. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta.

Postavljeni ciljevi razvoja turizma usklađeni su s i doprinose provedbi Nacionalne razvojne strategije Republike Hrvatske do 2030. godine i Plana razvoja Primorsko-goranske županije za razdoblje 2022. – 2027. godine. Dodatno, posebni su ciljevi turizma Primorsko-goranske županije u skladu s odrednicama Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine, temeljnog strateškog dokumenta razvoja turizma na razini Republike Hrvatske, kao i ostalim strateškim dokumentima Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije.

Razvojne politike turizma Primorsko-goranske županije usklađene su s dokumentima i dominantnim politikama Europske unije, doprinoseći integriranju u jedinstveni europski prostor. S obzirom na opredijeljenost Republike Hrvatske ka razvoju održivog turizma, ciljevi turizma Primorsko-goranske županije doprinose i ciljevima održivog razvoja Agende 2030 Ujedinjenih naroda.

Definirane su mjere koje doprinose realizaciji posebnih ciljeva.

1. Unapređenje kvalitete i izvrsnosti:

- 1.1. Jačati ljudske potencijale za potrebe turizma
- 1.2. Jačati lokalne oznake kvalitete i podupirati međunarodne oznake izvrsnosti

Vizija turizma Primorsko-goranske županije također je određena raspoloživim resursima i specifičnim obilježjima destinacije Primorsko-goranske županije, ali i željenim iskoracima s ciljem rasta konkurentnosti na globalnom turističkom tržištu. Rezultat je provedenih istraživanja stavova lokalnog stanovništva i značajnih dionika turizma Primorsko-goranske županije, održanih radionica radnih skupina, radnih sastanaka i ekspertnih skupina.

1.3. Poticati razvoj smještaja više dodane vrijednosti i privlačenje međunarodnih brendova

1.4. Razvijati tailor made koncept ponude

2. Osnajivanje inovativnosti i održivosti:

- 2.1. Poticati inovativne i pametne destinacije i rješenja
- 2.2. Jačati turistički lanac vrijednosti
- 2.3. Održivo i odgovorno upravljati prostorom
- 2.4. Podupirati poduzetničke inicijative i samozapošljavanje
- 2.5. Uspostaviti sustav praćenja stavova dionika o održivosti turističkog sustava

3. Isticanje raznolikosti i posebnosti:

- 3.1. Jačati atrakcijsku osnovu
- 3.2. Ubrzati transformaciju i diverzificiranost turističkog proizvoda
- 3.3. Razvijati i privlačiti megadogađanja međunarodne prepoznatljivosti i značaja
- 3.4. Osnajivati autohtone i tradicijske vrijednosti
- 3.5. Uspostaviti sustave održivog upravljanja resursima/ lokalitetima
- 3.6. Čuvati i jačati održivu valorizaciju prirodne i kulturne baštine u turističkoj ponudi

4. Provođenje zelene i digitalne tranzicije:

- 4.1. Uspostavljati rješenja prilagodbe i ublažavanja utjecaja klimatskih promjena u turizmu
- 4.2. Podržavati projekte energetske učinkovitosti i korištenje obnovljivih izvora energije u turizmu
- 4.3. Promicati kružno gospodarstvo u turizmu
- 4.4. Jačati digitalizaciju administrativnog sustava
- 4.5. Razvijati digitalna rješenja za potrebe dionika u turizmu
- 4.6. Unapređivati digitalni marketing

5. Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta:

- 5.1. Unapređivati sustav upravljanja turističkim proizvodima s ciljem cjelogodišnjeg poslovanja
- 5.2. Jačati poslovno okruženje i privlačiti nove investicije koje doprinose dinamičnom i održivom razvoju turizma
- 5.3. Poticati projekte integrirane ponude destinacije
- 5.4. Promicati uključivost u svim segmentima
- 5.5. Jačati partnerstva javnog i privatnog sektora u turizmu
- 5.6. Uvoditi database management – proširenje baze turističkih pokazatelja za povećanje otpornosti i održivosti turističkog sustava

Implementacijom Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine naglašava se kvaliteta i održivost kao temeljne razvojne odrednice kojim se osigurava konkurentnost na turističkom tržištu ujedno unapređujući uvjete života lokalnog stanovništva.



LITERATURA I IZVORI

- Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih: Opis sustava strukovnog obrazovanja i osposobljavanja. Dostupno na: <https://www.asoo.hr/obrazovanje/strukovno-obrazovanje/opis-sustava-strukovnog-obrazovanja-i-osposobljavanja/> Datum pristupa [10.07.2022.]
- Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih: Pretraživanje ustanova i programa. Dostupno na: <https://www.asoo.hr/obrazovanje/obrazovanje-odraslih/pretrazivanje-obrazovanja-odraslih/> Datum pristupa [15.07.2022.]
- Agencija za znanost i visoko obrazovanje: MOZVAG, pregled studijskih programa. Dostupno na: <https://mozvag.srce.hr/preglednik/> Datum pristupa [05.08.2022.]
- Agencija za znanost i visoko obrazovanje: Studij.hr. Dostupno na: <https://www.studij.hr/statistika> Datum pristupa [10.07.2022.]
- Buhalis, D., Amaranggana, A. (2013) Information and Communication Technologies in Tourism 2014. Information and Communication Technologies in Tourism 2014., str. 553-64. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2> Datum pristupa [22.12.2021.]
- Butijer, M. (2020) Factors affecting students' motivation to consider hospitality as their career choice. Završni rad. Dubrovnik: RIT Croatia. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:229:371244> Datum pristupa [10.07.2022.]
- Centar za posjetitelje Velike zvijeri. Dostupno na: <https://centar-velikezvijeri.eu/posjeti-nas/> Datum pristupa [04.01.2022.]
- Centra za posjetitelje i oporavilišta za bjeloglave supove Beli: Bjeloglavi sup. Dostupno na: <https://belivisitorcentre.eu/posljednja-hrvatska-populacija-na-kvarneru/> Datum pristupa [04.01.2022.]
- Condor Ferries: Solo Travel Statistics (2020 – 2021.) Dostupno na: <https://www.condorferries.co.uk/solo-travel-statistics> Datum pristupa [19.12.2021.]
- Darcy, S., Dickson, T. J. (2009) A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. Journal of Hospitality and Tourism Management, 16(1), str. 32-44.
- Državni zavod za statistiku (2010) Posjetitelji važnijih turističkih znamenitosti i atrakcija u 2010. i 2011. godini. Dostupno na: <https://www.dzs.hr/> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2018) Statistički ljetopis 2018. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/media/wskedwaj/sljh2018.pdf> Datum pristupa [01.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2021) Nautički turizam, Kapaciteti i poslovanje luka nautičkog turizma u 2020. Priopćenje broj 4.3.4. Dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-04_01_2020.htm Datum pristupa [04.01.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Prvi rezultati Popisa 2021. Dostupno na: <https://popis2021.hr/> Datum pristupa [05.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Statistika u nizu, obrazovanje i kultura, obrazovanje pregled po županijama za 2022. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> Datum pristupa [05.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Statistika u nizu, Stanovništvo – pregled po županijama (29. ožujka 2022.). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> Datum pristupa [05.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Statistika u nizu, Zaposlenost – Aktivno stanovništvo (24. lipnja 2022.). 9.4.7. aktivno stanovništvo prema administrativnim izvorima
- Državni zavod za statistiku (2022) Statistika u nizu, Zaposlenost – pregled po županijama (21. zaposleni u pravnim osobama po gradovima/općinama NKD-u 2007., stanje 31. ožujka1) Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> Datum pristupa [10.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Statistika u nizu, Zaposlenost i plaće – pregled po županijama Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> Datum pristupa [10.07.2022.]
- Državni zavod za statistiku (2022) Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Dostupno na: <https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-nauticki.html> Datum pristupa [01.02.2022.]
- Državni zavod za statistiku: Dolasci i noćenja domaćih i stranih turista. Dostupno na: https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam Datum pristupa [01.02.2022.]
- Državni zavod za statistiku: Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta. Dostupno na: https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam_Dolasci%20i%20noćenja%20turista%20u%20komercijalnim%20smještajnim%20objektima&px_tableid=BS_TU13.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=f8b429e2-8902-45e8-8ff5-b98c3a021256 Datum pristupa [01.02.2022.]
- Državni zavod za statistiku: Dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina. Dostupno na: https://web.dzs.hr/PXWeb/Menu.aspx?px_language=hr&px_type=PX&px_db=Turizam Datum pristupa [01.02.2022.]
- Državni zavod za statistiku: Luke nautičkog turizma. Dostupno na: https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_tableid=BS_TU18_01.px&px_path=Turizam_Kapaciteti%20i%20poslovanje%20luka%20nautičkog%20turizma&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=f8b429e2-8902-45e8-8ff5-b98c3a021256 Datum pristupa [03.01.2022.]
- Državni zavod za statistiku: Turizam – pregled po županijama. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/> Datum pristupa [01.02.2022.]
- Đekić, V., Pismo kao baština. Dostupno na: <http://www.kvarner.hr/kultura/glagoljica.html> Datum pristupa [20.01.2022.]
- eHotelier (2019) Trends in global millennial travel. Dostupno na: <https://insights.ehotelier.com/global-news/2019/04/16/2019-trends-in-global-millennial-travel/> Datum pristupa [22.12.2021.]
- Eurograduate pilot istraživanje: Nacionalni izvještaj za Hrvatsku. Dostupno na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/45806be5-f88e-11ea-991b-01aa75ed71a1/language-hr> Datum pristupa [10.08.2022.]
- Euronews, Travel Trend Report (2020) Travel after 2020 what will tourism look like in our new reality? Dostupno na: <https://www.euronews.com/travel/2020/10/26/travel-after-2020-the-new-reality> Datum pristupa [22.12.2021.]
- European Commission, Communication from the Commission (2007) Agenda for a sustainable and competitive European tourism. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52007DC0621> Datum pristupa [09.12.2021.]
- European Commission, Directorate-General for Regional and Urban Policy, Haarich, S., Besana, F., Böhme, K., et al., (2021) Regional impacts of the COVID-19 crisis on the tourist sector : assessment of policy initiatives and case studies: annex document, Publications Office. Dostupno na: <https://data.europa.eu/doi/10.2776/38552> Datum pristupa [04.01.2022.]
- European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. Dostupno na: https://ec.europa.eu/info/departments/education-youth-sport-and-culture_en Datum pristupa [10.07.2022.]
- European Travel Commission (2020) Study on Generation Z Travellers, Brussels. Dostupno na: https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf Datum pristupa [19.12.2021.]
- Europski parlament: Rezolucija Europskog parlamenta o uspostavi strategije EU-a za održivi turizam. Dostupno na: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_HR.html Datum pristupa [09.12.2021.]
- Eurostat: Statistics Explained, Tourism trends and ageing. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_trends_and_ageing Datum pristupa [21.08.2022.]
- Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu (2015) Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području Primorsko-goranske županije
- Fina (2020) Registar godišnjih financijskih izvještaja
- Galičić, V. (2014) Leksikon ugostiteljstva i turizma. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, str. 960, natuknica „Trend“
- Grad Rijeka: Brod Galeb. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/kultura-2/kulturna-bastina/kapitalni-programi-zastite-ocuvanja-kulturnih-dobara/brod-galeb/> Datum pristupa [16.01.2022.]
- Haddouche, H., Salomone, C. (2018) Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. Journal of Tourism Futures, 4(1), str. 69-79. Dostupno na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059> Datum pristupa [21.08.2022.]
- Hendija, Z. (2013) Turistička politika i razvoj: Trendovi na turističkom tržištu kao polazište u planiranju razvoja turizma. U: Bartoluci M.: Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb
- Horneman, L., Carter, R.W., Wei, S., Ruys, H. (2002) Profiling the senior traveller: an Australian perspective. Journal of Travel Research, 41(1), str. 23-37. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/004728750204100104> Datum pristupa [21.08.2022.]
- Horwath HTL (2020) Master plan turističkog razvoja Gorskog kotara. Dostupno na: http://crosport.club/gorskikotar.hr/wp-content/uploads/2022/05/Master_plan_turistickog_razvoja_gorskog_kotara.pdf Datum pristupa [16.06.2022.]
- Hrvatska Gospodarska komora: Županije – razvojna raznolikost i razvojni potencijali 2021/2022. Dostupno na: <https://www.hgk.hr/zhupanije-razvojna-raznolikost-i-gospodarski-potencijali-20202022> Datum pristupa [01.07.2022.]
- Hrvatski operator tržišta energije (2019) Sektor obnovljivih izvora energije i provedbe sustava poticanja. Godišnji izvještaj HROTE d.o.o. Dostupno na: https://files.hrote.hr/files/PDF/OIEIK/GI_%202019_HROTE_OIEIK%2020200224_final.pdf Datum pristupa [14.07.2022.]
- Hrvatski sabor: NN 13/2021. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html Datum pristupa [15.12.2021.]
- Hrvatski zavod za zapošljavanje: Statistika, registrirana nezaposlenost. Dostupno na: <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1> Datum pristupa [10.03.2022.]
- Hrvatski zavod za zapošljavanje: Područna služba Rijeka. Godišnjak 2020. Dostupno na: <https://publikacije.hzz.hr/statisticke-publikacije-pu-i-ps/primorsko-goranska/> Datum pristupa [01.07.2022.]
- Hrvatski zavod za zapošljavanje: Sezonsko zapošljavanje u prvih 5 mjeseci 2022. godine. Dostupno na: <https://www.hzz.hr/statistika/sezonsko/> Datum pristupa [01.07.2022.]
- Hrvatski zavod za zapošljavanje: Temeljni rezultati ankete poslodavaca 2019. Dostupno na: <https://www.hzz.hr/usluge/publikacije-hzz-a/statisticke-publikacije/> Datum pristupa [20.06.2022.]
- Institut za turizam (2020) TOMAS 2019: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj 2019. Dostupno na: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> Datum pristupa [10.03.2022.]
- Javna ustanova Priroda: Natura 2000 u Primorsko-goranskoj županiji. Dostupno na: <https://ju-priroda.hr/nature-2000-u-pgz/> Datum pristupa [03.01.2022.]

- Javna ustanova Priroda: Primorsko-goranska županija. Dostupno na: <https://ju-priroda.hr/primorsko-goranska-zupanija/> Datum pristupa [03.01.2022.]
- Javna ustanova Priroda: Zaštićena područja Primorsko-goranske županije. Dostupno na: <https://ju-priroda.hr/zasticena-podrucja-pgz/> Datum pristupa [20.01.2022.]
- Kim, H., Xiang, Z., Fesenmaier, D. R. (2015) Use of the Internet for trip planning: A generational analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32 (3), str. 276–289. Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/10544808.2014.896765> Datum pristupa [21.08.2022.]
- Kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“: Upoznajmo Frankopane. Dostupno na: <https://frankopani.eu/frankopani/> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Lee, T. Y. (2013) Top 10 Trends of the Next Generation of Travel: The Millennials. HVS Global Hospitality Report, (April), str. 1–16. Dostupno na: <https://www.hospitalitynet.org/file/152005087.pdf> Datum pristupa [21.06.2022.]
- Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., Malik, A. (2018) The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), str. 522–528. Dostupno na: <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x> Datum pristupa [21.06.2022.]
- Ministarstvo kulture i medija: Registar kulturnih dobara na dan 20.12.2022. Dostupno na: <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> Datum pristupa [20.02.2022.]
- Ministarstvo turizma i sporta: Popis kategoriziranih turističkih objekata u Republici Hrvatskoj Dostupno na: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516> Datum pristupa [21.02.2022.]
- Ministarstvo turizma i sporta: Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> Datum pristupa [15.12.2021.]
- Ministarstvo turizma i sporta: Turizam u brojkama. Dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/turizam-u-brojkama> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Ministarstvo turizma i sporta: Ukupno 25 regionalnih centara kompetentnosti, a Zabok, Split, Osijek, Opatija, Pula i Dubrovnik, središta strukovnog obrazovanja u sektoru turizma i ugostiteljstva. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/vijesti/ukupno-25-regionalnih-centara-kompetentnosti-a-zabok-split-osijek-opatija-pula-i-dubrovnik-središta-strukovnog-obrazovanja-u-sektoru-turizma-i-ugostiteljstva/14401> Datum pristupa [15.07.2022.]
- Ministarstvo zaštite okoliša i energetike: Izvješće o stanju prirode u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 2013. do 2017. godine. Dostupno na: https://mingor.gov.hr/UserDocsImages/GLAVNO%20TAJNI%20C5%20AOTVO/Strategija,%20planovi%20i%20ostali%20dokumenti/Izvjescje%20o%20stanju%20prirode%20RH%202013-2017_finalno.pdf Datum pristupa [15.03.2022.]
- Ministarstvo znanosti i obrazovanja: eRudnik. Dostupno na: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrjoiM2Q1NjVmZDEtMGUyMy00MDBlTkZyWitYjBhMTA3MDFiOWUxliwidCI6IjJMTFJmNjJlWjM3NjEtNDVhYi1hOWY1LTRhYzZ3ZTktZkNlslmMiOj9h> Datum pristupa [04.08.2022.]
- Nordin, S. (2005) *Tourism of Tomorrow: Travel Trends and Forces of Change*. Östersund: European Tourism Research Institute
- NP Risnjak. Dostupno na: <https://www.np-risnjak.hr/opce-informacije/> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Park prirode Učka. Dostupno na: <https://www.pp-ucka.hr/centar-za-posjetitelje> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Primorsko-goranska županija (2021) Plan Razvoja Primorsko – goranske županije za razdoblje 2022–2027. godine – Nacrt prijedloga. Dostupno na: <https://www2.pgz.hr/doc/dokumenti/savjetovanje-s-javnoscju/2021/razvoj%20PGZ/Nacrt%20prijedloga%20Plana%20razvoja%20PGZ%20C5%20BD%202022.-2027.pdf> Datum pristupa [04.09.2022.]
- Primorsko-goranska županija: Statistički podaci o gospodarstvu Primorsko-goranske županije. Dostupno na: <https://www.pgz.hr/ustroj/upravna-tijela/upravni-odjel-za-turizam-poduzetnistvo-i-ruralni-razvoj/statisticki-podaci-o-gospodarstvu-pgz/> Datum pristupa [02.07.2022.]
- Primorsko-goranska županija: Strategija razvoja ljudskih potencijala Primorsko-goranske županije 2015. – 2020. Dostupno na: <https://www.lpz-pgz.com/2-2/> Datum pristupa [02.07.2022.]
- Revfine: 11 Key Technology Trends Emerging in the Travel & Tourism Industry. Dostupno na: <https://www.revfine.com/technology-trends-travel-industry/> Datum pristupa [16.12.2021.]
- Rijeka 2020: Kulturni program. <https://rijeka2020.eu/o-epk-projektu/program/> Datum pristupa [05.01.2022.]
- Skinner, H., Sarpong, D., White, G. R. T. (2018) Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), str. 93–104. Dostupno na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0060> Datum pristupa [21.06.2022.]
- Śniadek, J. (2006) Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry. *Studies in physical culture and tourism*, Vol. 13, str. 103–105. Dostupno na: http://www.wbc.poznan.pl/Content/61372/PDF/Sniadek_REV.pdf Datum pristupa [15.12.2021.]
- Statista: Sustainable tourism worldwide. Dostupno na: <https://www.statista.com/> Datum pristupa [20.12.2021.]
- Statista: Environmental pollution worldwide. Dostupno na: <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/study/56496/environmental-pollution/> Datum pristupa [17.12.2021.]
- Statista: Share of carbon dioxide emissions coming from tourism-related transport worldwide in 2016, with a forecast for 2030. Dostupno na: <https://www-statista-com.ezproxy.nsk.hr/statistics/1222827/global-carbon-emission-share-of-tourism-related-transport/#statisticContainer> Datum pristupa [17.12.2021.]
- Sveučilište u Rijeci: Sveučilište u brojevima. Dostupno na: <https://uniri.hr/studiranje/sveuciliste-u-brojevima/> Datum pristupa [03.07.2022.]
- Svjetska banka: Analitička podloga za nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030: tržište rada. Dostupno na: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/805581604614182103-0080022020/original/9Triterada.pdf> Datum pristupa [01.07.2022.]
- Šišić, S. (2018) Godišnji program zaštite, održavanja, očuvanja, promicanja i korištenja zaštićenih područja u Primorsko-goranskoj županiji u 2019. godini. Javna ustanova Priroda, Primorsko-goranska županija, Rijeka
- The Wandering RV: 75+ Millennials Travel Statistics & Trends for 2021. Dostupno na: <https://www.thewanderingrv.com/millennials-travel-statistics/> Datum pristupa [22.12.2021.]
- TZ Kvarner: Muzeji i kazališta. Dostupno na: http://www.kvarner.hr/turizam/sto_raditi/kulturna_bastina_muzeji_i_kazalista Datum pristupa [05.01.2022.]
- TZ Kvarner: Smještajni kapaciteti po vrsti i subregijama 2015.–2021.
- United Nations Environment Programme and World Tourism Organizations (2005) *Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Maker*. Dostupno na: <https://www.globalnature.org/bausteine.net/f/6955/MakingTourismMoreSustainablePart1.pdf?fd=2> Datum pristupa [21.06.2022.]
- United Nations (2018) *Revision of World Urbanization Prospects*. Dostupno na: <https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html> Datum pristupa [21.12.2021.]
- United Nations (2019) *World Population Prospects, Highlights, June 2019*. Dostupno na: <https://population.un.org/wpp> Datum pristupa [21.12.2021.]
- United Nations (2020) *World Population Ageing 2020 Highlights, October 2020*. Dostupno na: <https://www.un.org/development/desa/pdf/> Datum pristupa [21.12.2021.]
- Velčić, V. (2012) Prilog stvaranju jedinstvene metodologije revitalizacije malih povijesnih gradova u subregijama Primorsko goranske županije. *Zbornik Lovranščine*, Vol. 2, str. 279–292.
- Vrsaljko, M. (2021) Rad u sezoni: nezadovoljstvo, neizvjesnost, nezainteresiranost. Dostupno na: <https://faktograf.hr/2021/08/13/rad-u-sezoni-nezadovoljstvo-neizvjesnost-nezainteresiranost/> Datum pristupa [01.09.2022.]
- Vukić Lušić, D., Cenov, A., (2021) Kakvoća mora na morskim plažama u Primorsko-goranskoj županiji u 2021. Nastavni zavod za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije
- World Health Organization (2021) *Coronavirus disease (COVID-19)*. Dostupno na: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 Datum pristupa [18.12.2021.]
- World Health Organization (2021) Director-General's opening remarks at the Member States information session on COVID-19 - 11 March 2021. Dostupno na: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-member-states-information-session-on-covid-19---11-march-2021> Datum pristupa [18.12.2021.]
- World Health Organization (2021) WHO advice for international travel and trade in relation to the outbreak of pneumonia caused by a new coronavirus in China. Dostupno na: <https://www.who.int/news-room/articles-detail/who-advice-for-international-travel-and-trade-in-relation-to-the-outbreak-of-pneumonia-caused-by-a-new-coronavirus-in-china> Datum pristupa [18.12.2021.]
- World Tourism Organisation (2019) *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> Datum pristupa [19.12.2021.]
- World tourism Organizatio (2019) *United Nations Environment Programme, Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Politics*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284420605> Datum pristupa [19.12.2021.]
- World Tourism Organization (2001) *Global Code of Ethics for Tourism*. Dostupno na: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> Datum pristupa [09.12.2021.]
- World Tourism Organization (2011) *Tourism Towards 2030: Global Overview*.
- World Tourism Organization (2016) *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context*. Dostupno na: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/moduleieng13022017.pdf> Datum pristupa [17.12.2021.]
- World Tourism Organization (2016) *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284418077> Datum pristupa [17.12.2021.]
- World Tourism Organization (2019) 12th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook, The Future of Tourism: Road to 2030, 25 – 27 October 2018, Gulin, China, Executive Summary. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420728> Datum pristupa [20.12.2021.]
- World Tourism Organization (2020) *UNWTO Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19, Issue I: Persons with Disabilities*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284422296> Datum pristupa [17.12.2021.]
- World Tourism Organization (2021) *Digital transformation*. Dostupno na: <https://www.unwto.org/digital-transformation> Datum pristupa [16.12.2021.]
- World Tourism Organization (2021) *International Tourism Highlights, 2020 Edition*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284422456> Datum pristupa [17.12.2021.]
- World Tourism Organization and European Travel Commission (2018) *Exploring Health Tourism – Executive Summary*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284420308> Datum pristupa [20.12.2021.]
- World Tourism Organization and United Nations Development Programme (2017) *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284419340> Datum pristupa [15.12.2021.]
- World Tourism Organization: *Measuring the Sustainability of Tourism*. Dostupno na: <https://www.unwto.org/standards/statistical-framework-for-measuring-the-sustainability-of-tourism> Datum pristupa [15.12.2021.]

World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018) 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. Dostupno na: <https://doi.org/10.18111/9789284420070> Datum pristupa [21.03.2022.]

World Tourism Organizations (2021) COVID – 19 and Tourism - 2020: A Year in Review. Dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/unwtoecd.2021.1.g51w645001604516?role=tab> Datum pristupa [20.04.2022.]

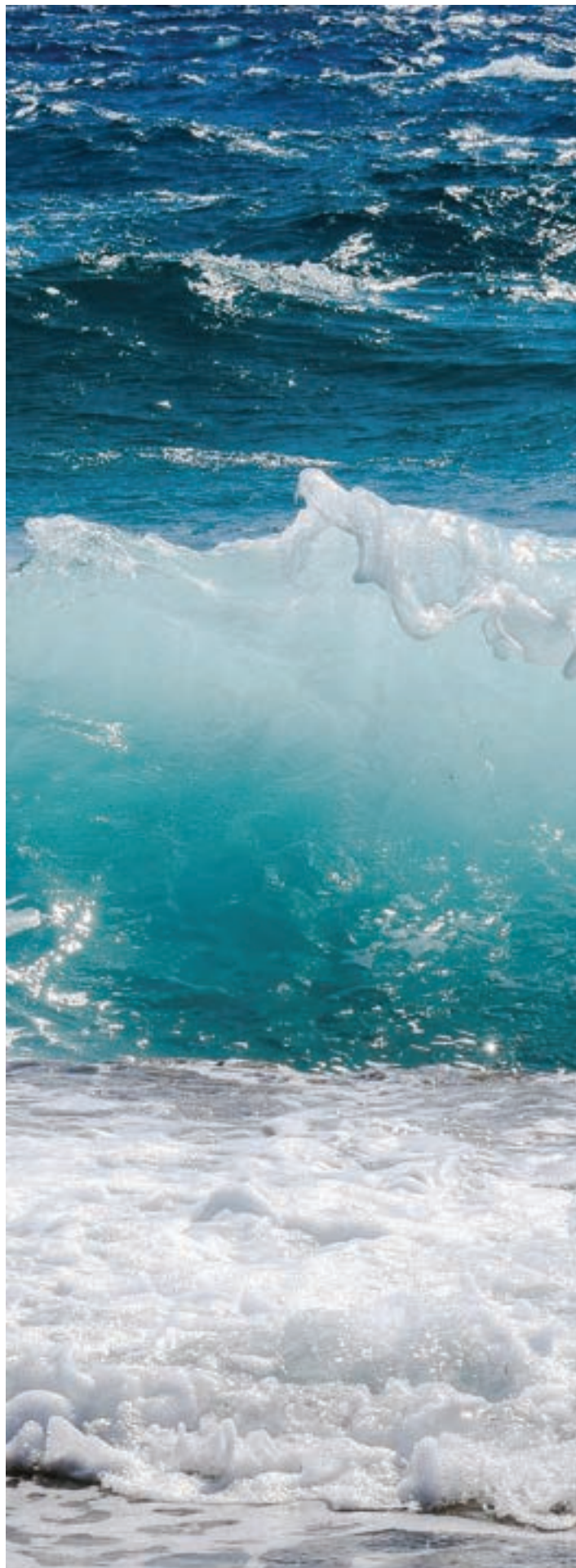
World Tourism Organizations (2021) COVID-19 and tourism. Dostupno na: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> Datum pristupa [18.12.2021.]

World Travel and Tourism Council (2019) World, Transformed: Megatrends and Their Implications for Travel & Tourism, str. 13. Dostupno na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/World%20Transformed-Megatrends%20and%20their%20Implications%20for%20Travel%20and%20Tourism-Jan%202019.pdf?ver=2021-02-25-182733-437> Datum pristupa [21.03.2022.]

World Travel and Tourism Council (2021) Travel and Tourism Economic Impact, Global Economic Impact and Trends 2021. Dostupno na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> Datum pristupa [18.12.2021.]

World Travel and Tourism Council and Trip.com Group (2021) Trending in travel: Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond. Dostupno na: https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending_In_Travel-Emerging_Consumer_Trends-231121.pdf Datum pristupa [21.06.2022.]

World Travel and Tourism Council, Oliver Wyman (2020) To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID – 19. Dostupno na: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/To%20Recovery%20and%20Beyond-The%20Future%20of%20Travel%20Tourism%20in%20the%20Wake%20of%20COVID-19.pdf> Datum pristupa [12.02.2022.]



PRILOG 1.

Rezultati empirijskih istraživanja

Prilog 1: Rezultati empirijskih istraživanja

U cilju dobivanja cjelovite slike stanja turizma kao i adekvatne podloge za buduće održivo razvojno usmjerenje turizma Primorsko-goranske županije, pored održanih radionica, provedenih dubinskih intervjua, provedena su i dva primarna istraživanja koja su uključivala ključne dionike turizma i njihove stavove o turizmu Primorsko-goranske županije. Oba istraživanja su provedena online putem. Prvim istraživanjem su se utvrđivali stavovi lokalnog stanovništva, a drugim stavovi ostalih dionika turizma čime su uključeni svi oni koji čine važne karike u turističkom lancu vrijednosti Primorsko-goranske županije.

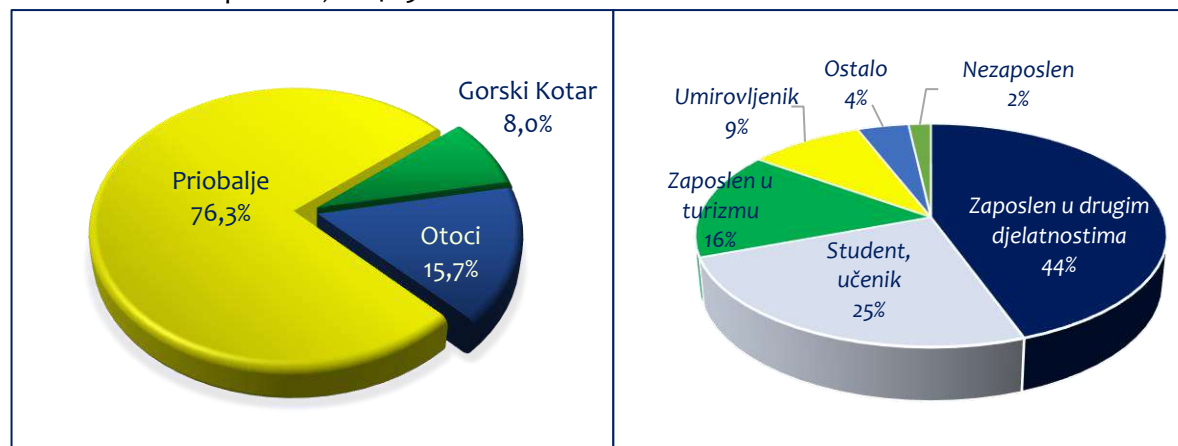
Istraživanje stavova lokalnog stanovništva

S obzirom na neospornu potrebu promišljanja turističkog razvoja temeljenog na ekonomskoj, ekološkoj i socio-kulturološkoj održivosti, neophodno je istražiti stavove i percepcije lokalnog stanovništva koji čine ishodište održivog

razvoja. Osnovni ciljevi ovog istraživanja ogledaju u ispitivanju razine zadovoljstva lokalnog stanovništva pojedinim elementima turizma Primorsko-goranske županije, razine percepcije pozitivnih i negativnih utjecaja koje turizma generira te razine njihove potpore daljnjem razvoju turizma.

Istraživanjem su obuhvaćeni svi dijelovi Primorsko-goranske županije. Prilikom određivanja veličine uzorka kao temeljni kriterij uzet je udio broja stanovnika Gorskog kotara, priobalja odnosno otoka u ukupnom broju stanovnika Primorsko-goranske županije. U istraživanju je sudjelovalo 536 ispitanika, no kako 47 upitnika nije bio u potpunosti ispunjeno, analiza podataka dobivenih ovim istraživanjem uključivala je stavove 489 ispitanika.

Grafikon 1. Profil ispitanika, N=489



U ukupnom broju ispitanika 8,0 % je onih koji žive u Gorskom kotaru, 15,7 % na otocima i najviše onih koji žive u priobalju, 76,3 %. Nadalje, najveći je udio onih koji su zaposleni u drugim djelatnostima (44 %), dok je u turizmu zaposleno 16 % ispitanika (Grafikon 1).

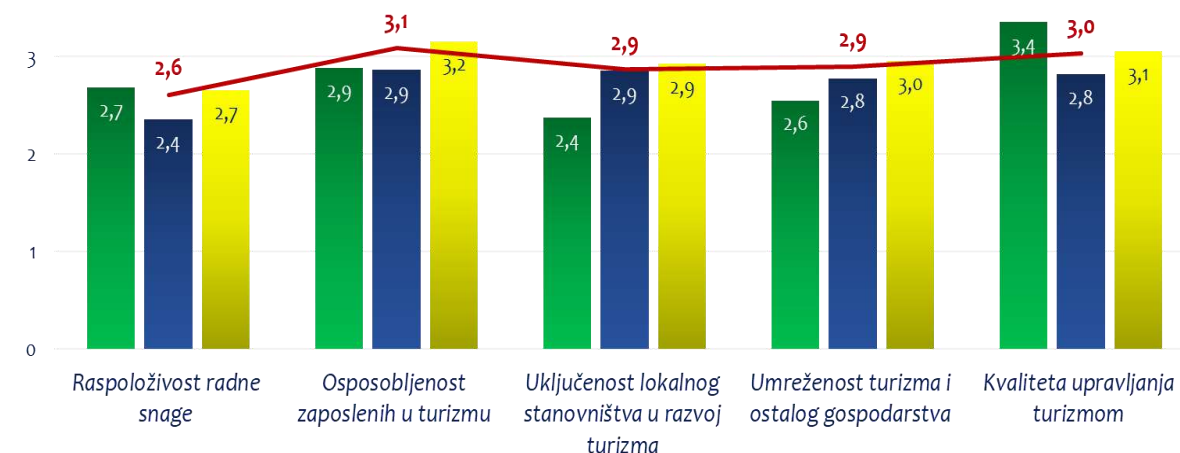
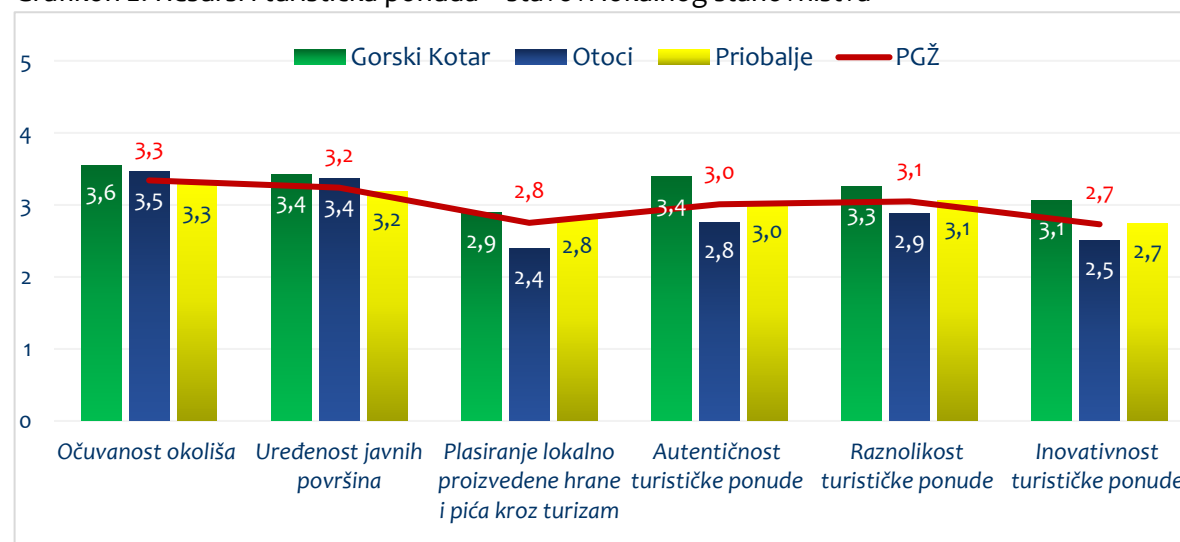
Tablica 1 sumirano prikazuje ostala osnovna obilježja ispitanika od kojih je najviše onih koji su završili fakultet (38,7 %) i srednju školu (33,9%). U uzorku čak 69,3 % čine žene, dok za 61,1% ispitanika turizam predstavlja glavni i/ili dodatni izvor prihoda.

Tablica 1. Obilježja ispitanika, N=489

Obilježje	%
Stupanj završenog obrazovanja	
Osnovna škola	0,2
Srednja škola	33,9
Viša škola	9,6
Fakultet	38,7
Magisterij ili doktorat znanosti	17,0
Ostalo	0,4
Spol	
Muški	30,3
Ženski	69,3
Ostalo	0,4
Turizam predstavlja	
glavni / dodatni izvor prihoda	61,1
nemamo nikakvih prihoda od turizma	38,9

S obzirom na neujednačenu turističku razvijenost posebna se pažnja posvećuje razlikama u stavovima i percepcijama stanovnika sukladno području Primorsko-goranske županije u kojem žive. U tom su kontekstu rezultati istraživanja prezentirani na razini Primorsko-goranske županije (PGŽ), ali i zasebno za Gorski Kotar, priobalje i otoke.

Grafikon 2. Resursi i turistička ponuda – stavovi lokalnog stanovništva



Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

Lokalno stanovništvo drži kako inovativnost turističke ponude Primorsko-goranske županije nije na zadovoljavajućoj razini kao ni razina plasiranja lokalno proizvedene hrane i pića kroz turizam (Grafikon 2). Nadalje, ispitanici nisu iskazali visok stupanj zadovoljstva autentičnošću i raznolikosti turističke ponude. Ispitanici koji žive na otocima iskazuju nešto veće nezadovoljstvo u odnosu na ispitanike ostalih dijelova Primorsko-goranske županije kada je u pitanju plasiranje lokalne hrane i pića, inovativnost, autentičnost i raznolikost ponude.

Sukladno rezultatima, lokalno stanovništvo (posebno ono s Kvarnerskih otoka) percipira problem manjka radne snage. Ispitanici iz Gorskog kotara u odnosu na ostale ispitanike iskazuju najniži stupanj zadovoljstva po pitanju uključenosti stanovništva u razvoj turizma, kao i u slučaju razine umreženosti turizma i ostalog gospodarstva. S druge strane, upravo oni iskazuju višu razinu zadovoljstva kvalitetom upravljanja turizmom u usporedbi s ostalim ispitanicima (Grafikon 2).

Čak 92,4% ispitanika drži kako je susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno iskustvo (s tme se gotovo podjednako slažu ispitanici

iz svih regija Primorsko-goranske županije). Nadalje, u prosjeku se ispitanici slažu kako razvojem turizma lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sportskih, kulturnih, zabavnih i sličnih sadržaja, kao i da poslovni subjekti i stanovništvo imaju ekonomskih koristi od turizma te da je turizam privukao dodatne investicije (Tablica 2).

Tablica 2. Percepcija pozitivnih učinaka– stavovi lokalnog stanovništva

Potencijalni pozitivni učinci turizma	Prosječna ocjena			
	Gorski Kotar	Otoci	Priobalje	PGŽ
Turizam je generirao nove poslove u Primorsko-goranskoj županiji.	3,43	3,76	3,66	3,66
Turizam je privukao dodatne investicije.	3,43	3,74	3,86	3,81
Lokalno stanovništvo ima ekonomske koristi od turizma.	3,46	4,03	3,79	3,80
Poslovni subjekti imaju ekonomske koristi od turizma.	3,67	4,16	4,06	4,04
Razvoj turizma pridonosi ostanku mladih u Hrvatskoj.	3,16	3,05	3,23	3,19
Razvojem turizma unapređuje se prometna infrastruktura.	3,51	3,71	3,56	3,58
Razvojem turizma unapređuje se komunalna infrastruktura.	3,39	3,47	3,38	3,40
Razvojem turizma lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).	3,63	3,45	3,61	3,59
Razvojem turizma unapređuje se ponuda događaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).	3,82	3,77	3,86	3,84
Turizam potiče očuvanje kulturne baštine.	3,87	3,64	3,73	3,73
Turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića.	3,67	3,62	3,74	3,71
Susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno je iskustvo.	4,41	4,27	4,43	4,40
Turizam potiče zaštitu i unapređenje kvalitete okoliša.	3,45	3,21	3,25	3,26
Zbog turizma povećava se svijest o važnosti očuvanja okoliša.	3,46	3,38	3,37	3,38
Percepcija pozitivnih učinaka	3,67	3,68	3,69	3,69

Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Među negativnim učincima 81% ispitanika ističe kako su se, uslijed turističkog razvoja, povećali troškovi života, a 77% ispitanika se slaže da turizam uzrokuje prometne probleme. Većina ispitanika drži da nekontrolirana izgradnja ugrožava prostor kao i da je turizam razlog neugodno prenatrpanim javnim prostorima.

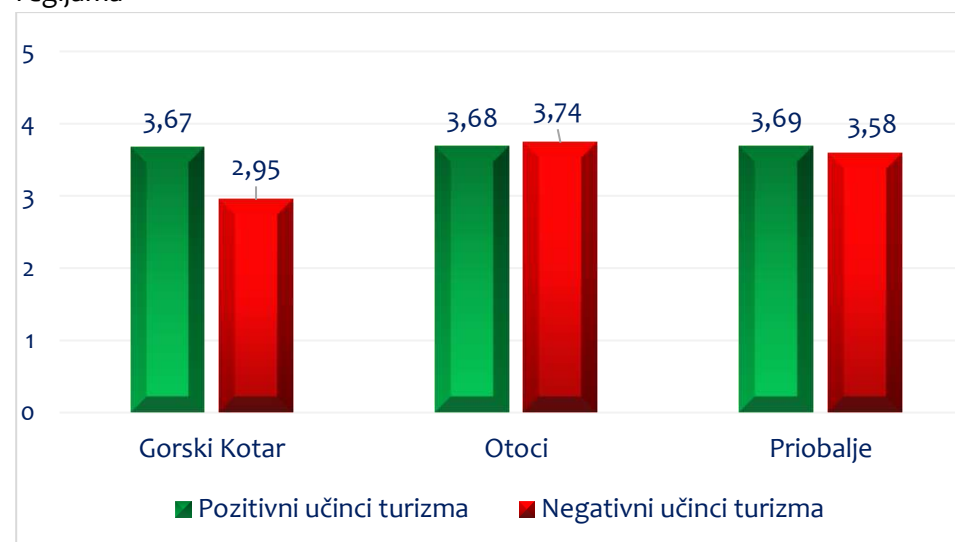
Tablica 3. Percepcija negativnih učinaka turizma - stavovi lokalnog stanovništva

Potencijalni negativni učinci turizma	Prosječna ocjena			
	Gorski Kotar	Otoci	Priobalje	PGŽ
Uslijed turističkog razvoja povećali su se troškovi života lokalnog stanovništva.	3,45	4,53	4,09	4,11
Turizam je razlog neugodno prenatrpanim javnim prostorima (npr. pješačke staze, plaže, parkovi, trgovci,...).	2,97	4,12	3,82	3,80
Turizam uzrokuje prometne probleme.	2,95	4,18	4,08	4,00
Turizam je povećao stopu vandalizma, kriminala i upotrebe narkotika.	2,45	2,99	2,79	2,79
Turizam ugrožava kvalitetu života lokalnog stanovništva.	2,14	2,96	2,76	2,75
Zbog turizma se javlja problem onečišćenja prirode i okoliša.	3,03	3,64	3,56	3,53
Nekontrolirana izgradnja (apartmana, kuća za odmor, stanova i sl.) ugrožava prostor vaše županije.	3,38	4,23	4,05	4,03
Klimatske promjene će u budućnosti ugroziti turizam Hrvatske.	3,26	3,37	3,38	3,37
Percepcija negativnih učinaka	2,95	3,74	3,58	3,56

Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

U prosjeku lokalno stanovništvo Primorsko-goranske županije nešto snažnije percipira pozitivne učinke turizma od onih negativnih. No, važno je naglasiti kako se percepcije razlikuju ovisno o regiji u kojoj ispitanici žive. Tako ispitanici iz Gorskog kotara daleko više percipiraju pozitivne (prosječna ocjena 3,67) u odnosu na negativne (2,95) učinke turizma. Ispitanici iz priobalja gotovo podjednako percipiraju i pozitivne i negativne učinke turizam, dok ispitanici koji žive na Kvarnerskim otocima percipiraju nešto snažnije negativne učinke turizma u odnosu na one pozitivne. Navedeno se ogleda i u razini zadovoljstva turizmom kao i razini potpore razvoju turizma (Grafikon 3, Tablica 4).

Grafikon 3. Percepcija pozitivnih i negativnih učinaka – usporedba po regijama



Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Tablica 4. Razina potpore – stavovi lokalnog stanovništva

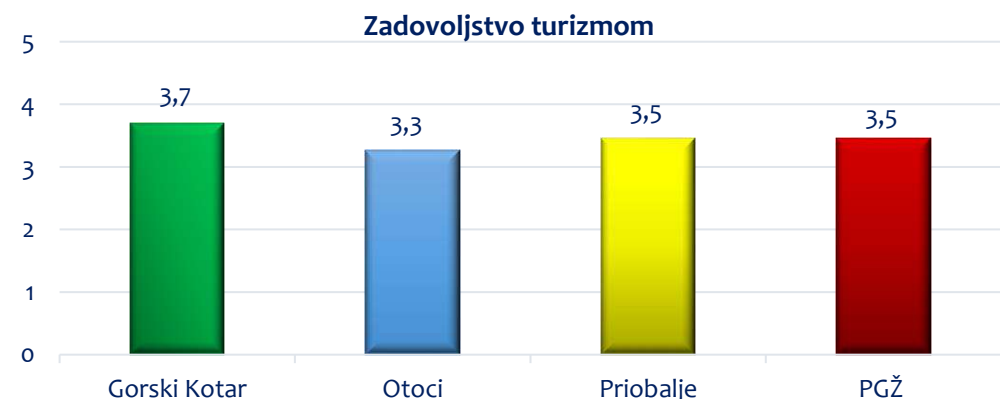
Podupirem	Prosječna ocjena			
	Gorski Kotar	Otoci	Priobalje	PGŽ
razvoj dodatnih sadržaja (npr. restorani, zabavni, kulturni i sl.).	4,31	4,07	4,32	4,28
razvoj dodatnih sportskih sadržaja	4,38	4,32	4,40	4,39
razvoj atrakcija koje privlače veliki broj turista (npr. tematski parkovi, turistički kompleksi i sl.).	4,05	3,47	3,91	3,85
povećanje broja turista u ljetnoj sezoni.	3,67	2,62	3,38	3,28
povećanje broja turista izvan ljetne sezone.	4,38	4,39	4,48	4,46
rast obiteljskog (privatnog) smještaja.	4,36	3,58	3,78	3,80
rast hotelskog smještaja.	3,69	3,22	3,65	3,59
rast kapaciteta u kampovima.	4,08	3,41	4,02	3,93
daljnji razvoj turizma.	4,41	4,16	4,49	4,43
	4,15	3,71	4,05	4,01

Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Ispitanici u najvećoj mjeri podupiru povećanje broja turista izvan ljetne sezone kao i razvoj dodatnih sadržaja (zabavnih, kulturnih, sportskih i sl.). S druge strane, ispitanici najmanje podupiru rast broja turista u sezoni i to najizraženije ispitanici koji žive na Kvarnerskim otocima.

Ispitanici s otoka manje su zadovoljni stanjem turizma u odnosu na ostale ispitanike, dok stanovništvo Gorskog kotara iskazuje nešto višu razinu zadovoljstva turizmom.

Grafikon 4. Zadovoljstvo turizmom i razina potpore - stavovi lokalnog stanovništva



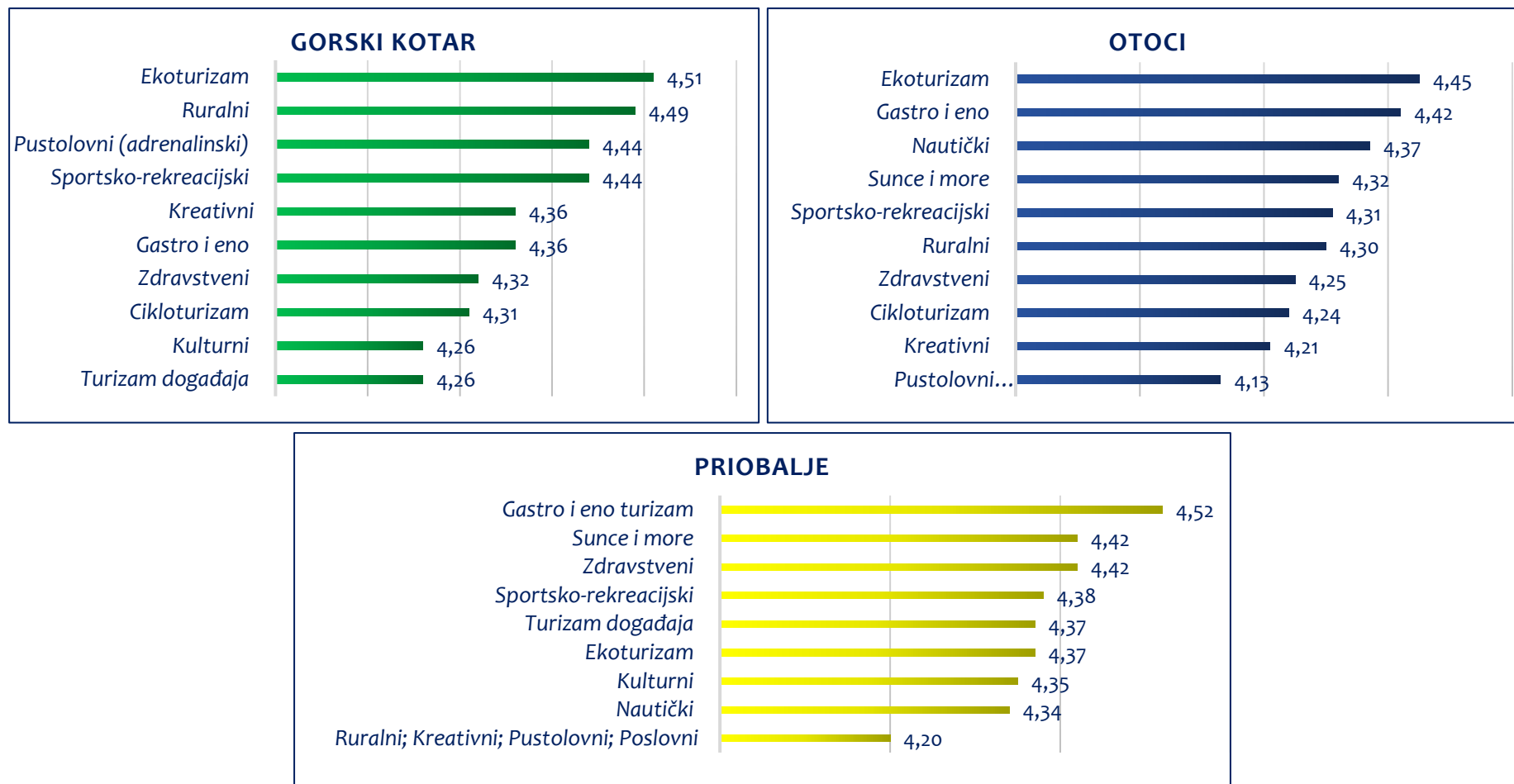
Napomena: 1- izrazito nezadovoljan; 5 – izrazito zadovoljan



Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Stanovništvo Primorsko-goranske županije podupire razvoj turizma na ovom području, no uslijed značajnije percepcije negativnih učinaka od strane ispitanika koji žive na otocima ti ispitanici iskazuju i nešto nižu razinu potpore turizmu.

Grafikon 5. Najznačajniji specifični oblici turizma– stavovi lokalnog stanovništva



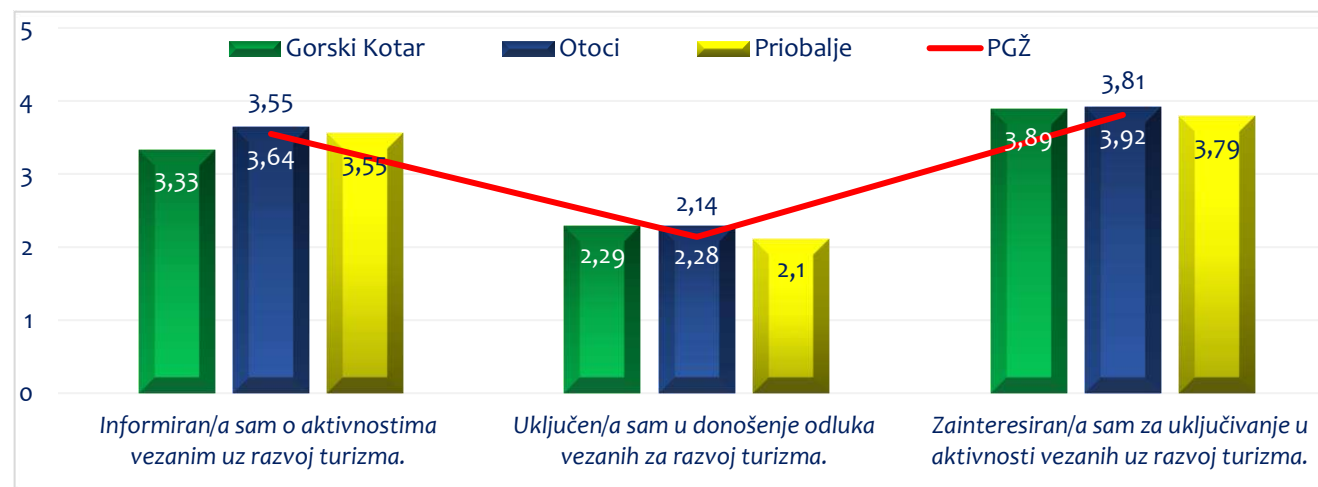
Napomena: 1- izrazito nevažno; 5 – izrazito važno

Lokalno stanovništvo prepoznaje važnost i potencijal razvoja specifičnih oblika turizma. S obzirom na izuzetno bogatstvo i različitost prirodnih i kulturnih resursa, tako ispitanici kao najznačajnije oblike turizma ističu gastro i eno turizam, ekoturizam, nautički, zdravstveni, sportsko-rekreacijski turizam.

Sukladno dobivenim rezultatima, lokalno stanovništvo Primorsko-goranske županije je osrednje informirano o aktivnostima vezanim za turizam (Grafikon 6). Nalazi provedenog istraživanja ukazuju kako su među ispitanicima najinformiraniji upravo stanovnici Kvarnerskih otoka. Nadalje, rezultati su ukazali i kako većina stanovnika nije uključeno u odlučivanje o razvoju turizma, no veliki je broj onih (70,1%) koji iskazuju interes za aktivno uključivanje u turističke razvojne procese.

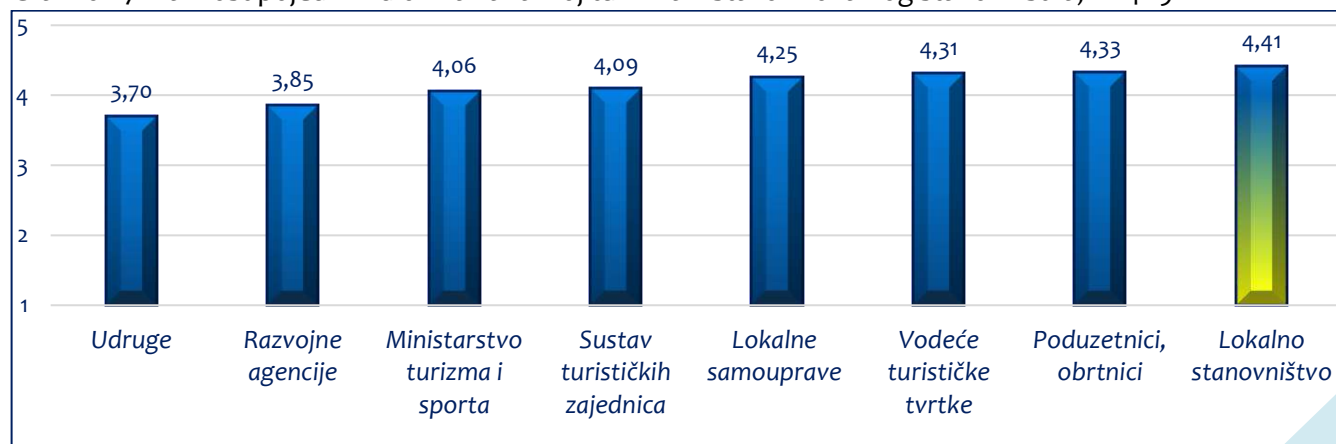
Iz grafikona 7 vidljivo je kako ispitanici na ljestvici važnosti vrlo visoko rangiraju sve navedene dionike. Ipak, lokalno stanovništvo sebe prepoznaje kao najznačajnijeg dionika za razvoj turizma u Primorsko-goranskoj županiji. Navedeno ukazuje na visok stupanj osviještenosti ispitanika kada je riječ o značajnosti i podjeli odgovornosti vezanih uz razvoj turizma. Prethodno navedeno, kao i činjenica da ispitanici pokazuju visok interes za uključivanjem, ukazuje nam na to da je lokalno stanovništvo više nego spremno biti aktivan sudionik u turističkim razvojnim procesima i time u konačnici osigurati njegov održiv razvoj.

Grafikon 6. Informiranost i uključenost lokalnog stanovništva



Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Grafikon 7. Važnost pojedinih dionika za razvoj turizma – stavovi lokalnog stanovništva, N=489



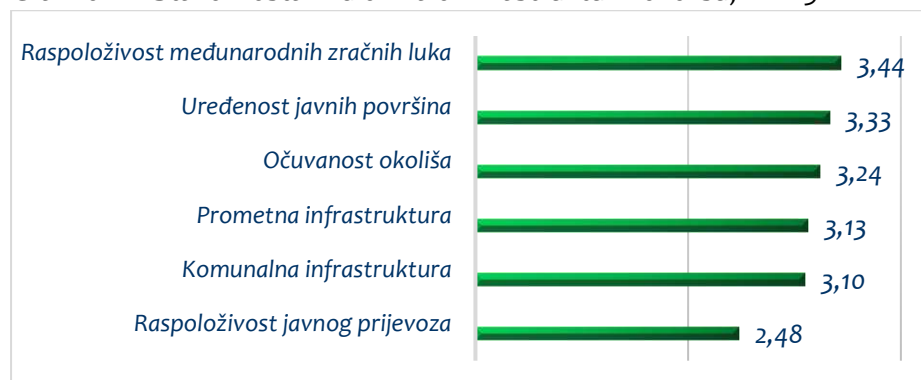
Napomena: 1- u potpunosti nevažan; 5 – u potpunosti važan

Istraživanje stavova ostalih dionika

Drugo empirijsko istraživanje se provodilo tijekom travnja i svibnja 2022. godine. Ovo istraživanje uključivalo je ispitanike koji dolaze iz turističkih zajednica, jedinica lokalne samouprave i različitih gospodarskih subjekata Primorsko-goranske županije. Istraživanje je ukazalo na njihov relativan slab interes za uključivanje u ovu aktivnost koja se provodila u cilju izrade Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030.g., naime pozivu se odazvalo tek 103 dionika.

U cilju identificiranja stupnja zadovoljstva pojedinim obilježjima turizma Primorsko-goranske županije, dionici su u prvom dijelu upitnika ocjenjivali prometnu i komunalnu infrastrukturu, uređenost mjesta te očuvanost okoliša (Grafikon 8).

Grafikon 8. Stavovi ostalih dionika o infrastrukturi i okolišu, N=103

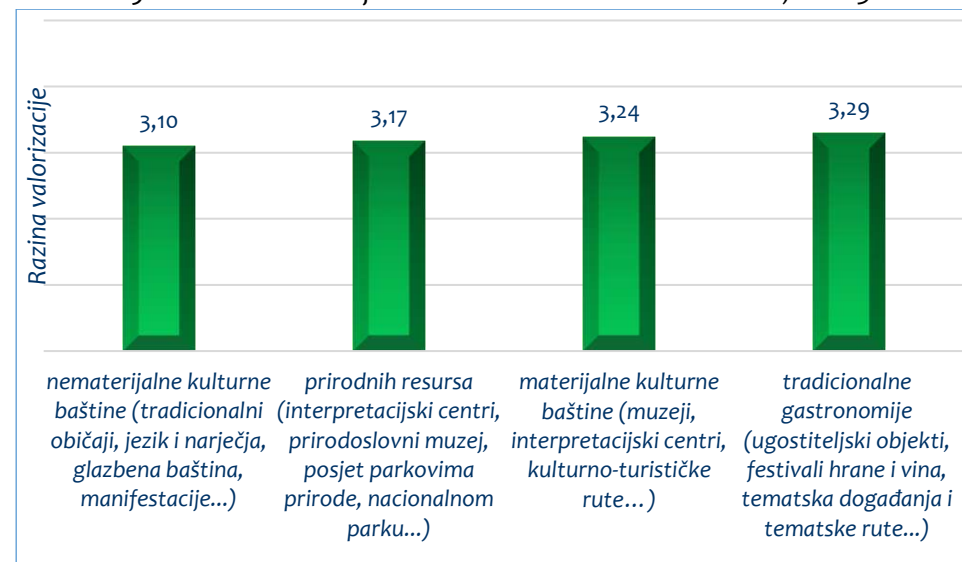


Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

Sukladno rezultatima ispitanici drže da je raspoloživost javnog prijevoza na nezadovoljavajućoj razini (prosječna ocjena zadovoljstva iznosi 2,48), nešto su zadovoljniji raspoloživošću međunarodnih zračnih luka (3,44) i

uređenošću javnih površina (3,33). Drže i da je potrebno unapređenje prometne i komunalne infrastrukture.

Grafikon 9. Razina valorizacije resursa – stavovi ostalih dionika, N=103

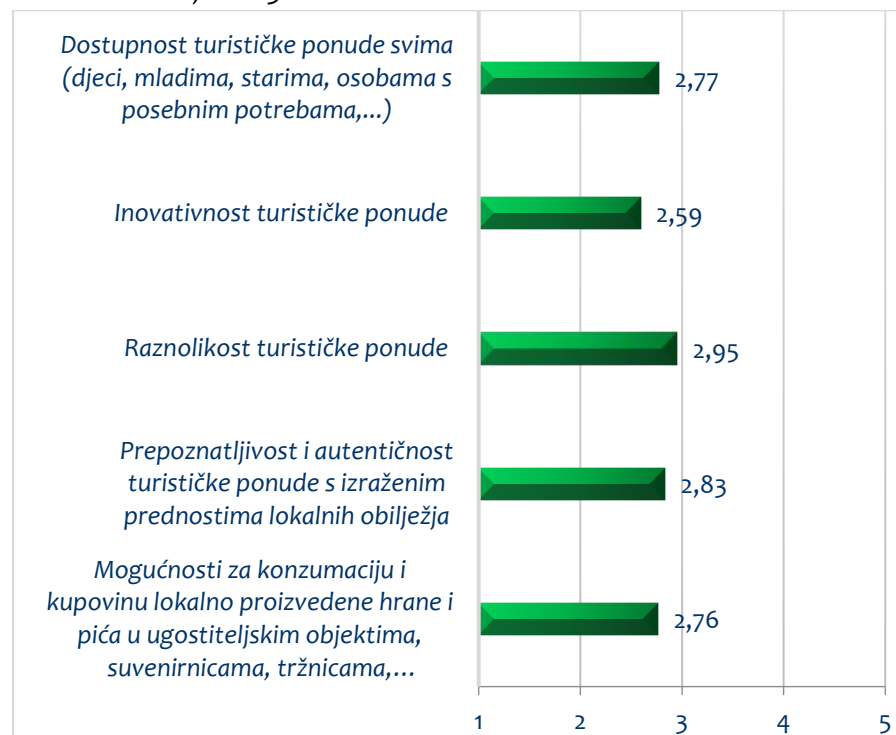


Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

Dionici smatraju kako resursi Primorsko-goranske županije nisu u dovoljnoj mjeri turistički valorizirani pri čemu drže da je najmanje valorizirana nematerijalna kulturna baština (prosječna ocjena 3,10). Nalazi istraživanja ukazuju na to kako ispitanici drže da svakako postoji prostor za daljnju turističku valorizaciju kako tradicionalne gastronomije tako i materijalne te nematerijalne kulturne baštine kao i prirodnih resursa (Grafikon 9). No važno je istaknuti kako su iznimni kulturni i prirodni resursi Primorsko-goranske županije njena komparativna prednost i kao takvi se trebaju turistički valorizirati vodeći se isključivo načelima održivog i odgovornog upravljanja resursima.

Turistička ponuda Primorsko-goranske županije je sukladno stavovima dionika u najvećoj mjeri nezadovoljavajuća (Grafikon 10). Oni drže kako ju je potrebno inovirati, učiniti raznolikijom te prepoznatljivom i to na temeljima autentičnosti s izraženim prednostima lokalnih obilježja te lokalno proizvedene hrane i pića.

Grafikon 10. Turistička ponuda Primorsko-goranske županije – stavovi ostalih dionika, N=103



Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

Tablica 5. Promotivni sadržaji – stavovi ostalih dionika, N=103

Kvaliteta informacija promotivnih sadržaja na	internetu na razini lokalne turističke zajednice.	3,38
	internetu na razini poslovnih subjekata u turizmu (turističke agencije, hotelijeri, restorateri, kulturne ustanove...).	3,36
	društvenim mrežama na razini lokalne turističke zajednice.	3,30
	internetu na razini TZ Kvarnera.	3,24
	društvenim mrežama na razini TZ Kvarnera.	3,24
	društvenim mrežama na razini poslovnih subjekata u turizmu (turističke agencije, hotelijeri, restorateri, kulturne ustanove...).	3,20
Dostupnost	suvremenih komunikacijskih tehnologija (mobilne aplikacije) u turističkoj promociji.	3,10
	informacija o sportsko-rekreacijskim, kulturnim, zabavnim i sličnim sadržajima i aktivnostima.	3,08

Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

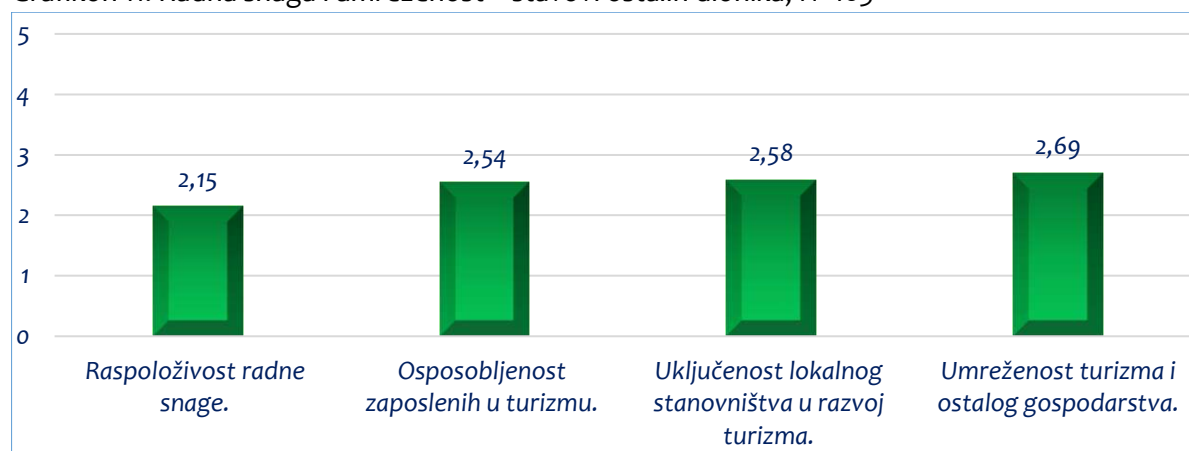
U kontekstu promotivnih sadržaja, ispitanici su srednje zadovoljni i kvalitetom informacija promotivnih sadržaja na internetu te društvenim mrežama kao i dostupnošću suvremenih komunikacijskih tehnologija u turističkoj promociji (Tablica 5).

Slično kao i lokalno stanovništvo i ostali dionici ističu problematiku raspoloživosti i osposobljenosti radne snage, ali i nedovoljnu uključenost lokalnog stanovništva u razvojne procese te naglašavaju nezadovoljavajuću umreženost turizma i ostalog gospodarstva (Grafikon 11).

Tablica 6 prikazuje razinu potpore dionika razvoju različitih sadržaja te rastu kapaciteta u pojedinim vrstama smještajnih objekata.

Dionici snažno podupiru daljnji razvoj turizma i to kroz podršku razvoju dodatnih sadržaja među kojima u najvećoj mjeri podupiru razvoj *outdoor* i sportskih sadržaja. Većina (95,1%) podržava povećanje broja turista izvan ljetne sezone, dok njih 38% podržava povećanje broja turista u sezoni. Dionici posebno podržavaju rast hotelskog smještaja (58,8%).

Grafikon 11. Radna snaga i umreženost – stavovi ostalih dionika, N=103



Napomena: 1- izrazito nezadovoljavajuće; 5 – izrazito zadovoljavajuće

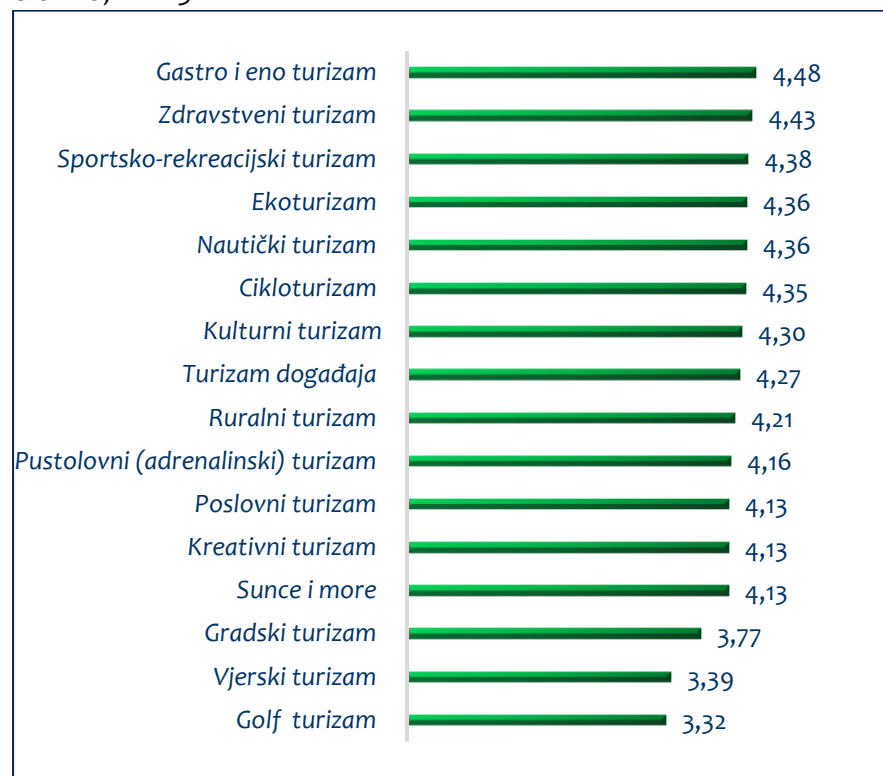
Tablica 6. Razina potpore - stavovi ostalih dionika, N=103

Potpore razvoju dodatnih sadržaja	restorana i drugih ugostiteljskih objekata.	4,08
	ponude zdravstvenog turizma.	4,34
	nautičkog turizma.	4,12
	poslovnog turizma.	4,16
	luksuznog turizma.	4,13
	zabavnih manifestacija.	4,24
	kulturnih manifestacija.	4,34
	sportskih sadržaja i <i>outdoor</i> turizma.	4,37
Potpore povećanju	broja turista u ljetnoj sezoni.	2,87
	broja turista izvan ljetne sezone.	4,56
Potpore rastu	obiteljskog (privatnog) smještaja.	3,38
	hotelskog smještaja.	3,53
	kapaciteta u kampovima.	3,45

Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Grafikon 12 prikazuje stavove ostalih dionika po pitanju važnosti pojedinih specifičnih oblika turizma. Na prvo mjesto ljestvice najznačajnijih specifičnih oblika turizam ostali dionici pozicioniraju gastro i eno turizam, nakon kojega slijede zdravstveni, sportsko-rekreacijski, ekoturizam i nautički turizam. Najmanju razinu važnosti ostali dionici Primorsko-goranske županije pridaju golf i vjerskom turizmu (Grafikon 12).

Grafikon 12. Važnost pojedinih specifičnih oblika turizma – stavovi ostalih dionika, N=103



Napomena: 1- u potpunosti nevažan; 5 – u potpunosti važan

Tablica 7. Percepcije pozitivnih učinaka turizma – stavovi ostalih dionika, N=103

Tvrđnja	Prosječna ocjena
Susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno je iskustvo.	4,33
Poslovni subjekti imaju ekonomske koristi od turizma.	4,18
Lokalno stanovništvo ima ekonomske koristi od turizma.	3,96
Turizam je privukao dodatne investicije.	3,79
Razvojem turizma unapređuje se ponuda događaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).	3,79
Turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića.	3,78
Turizam potiče očuvanje kulturne baštine.	3,73
Turizam je generirao nove poslove u Vašoj zajednici.	3,70
Razvojem turizma lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).	3,55
Turizam potiče zaštitu i unapređenje kvalitete okoliša.	3,54
Zbog turizma povećava se svijest o važnosti očuvanja okoliša.	3,54
Razvojem turizma unapređuje se prometna infrastruktura.	3,49
Razvojem turizma unapređuje se komunalna infrastruktura.	3,45
Razvoj turizma pridonosi ostanku mladih u Hrvatskoj.	3,31

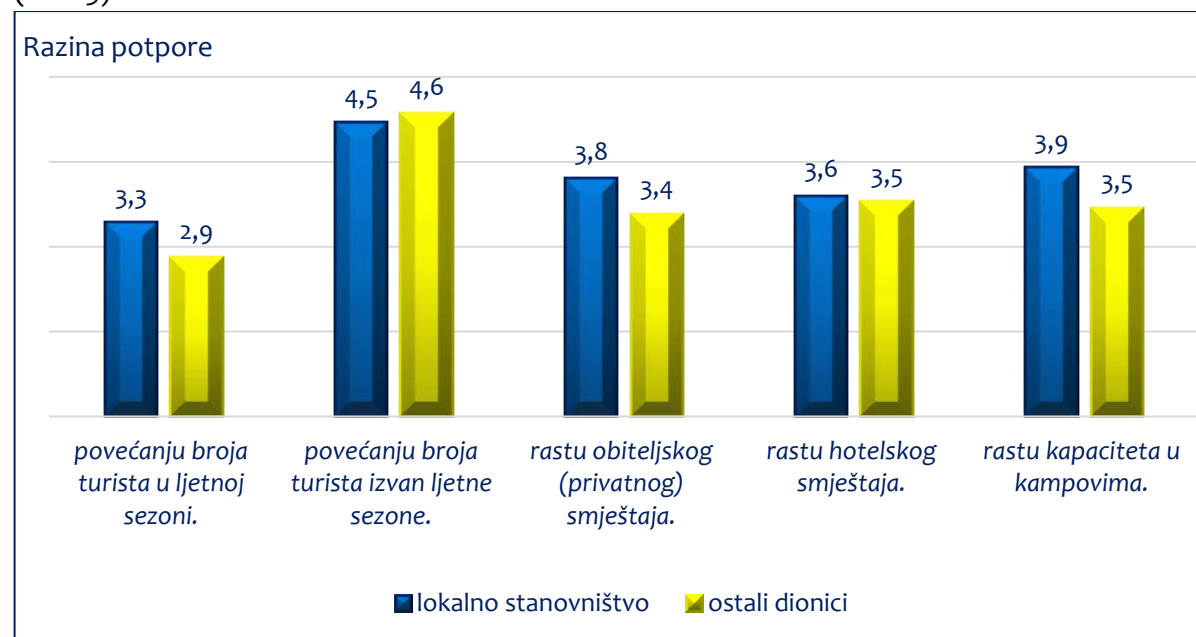
Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

Rezultati istraživanja ukazuju kako ispitanici percipiraju pozitivne učinke turizma. Čak 93,9 % ispitanika posebno ističe kako je susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno iskustvo. Među ekonomskim učincima, većina percipira kako i poslovni subjekti (89,8%) i lokalno stanovništvo (78,5%) ima ekonomskih koristi od turizma. Nešto manje percipiraju pozitivne okolišne učinke (Tablica 7).

U online upitniku za ostale dionike turizma Primorsko-goranske županije u obliku otvorenih pitanja ispitanicima su ostavljene mogućnosti da navedu ključne snage i ograničenja turizma na temelju kojih je, pored analize stanja i nalaza dobivenih na radionicama te dubinskim intervjuima, generirana SWOT analiza turizma Primorsko-goranske županije. Ispitanici su među snagama najčešće isticali bogatstvo i raznolikost prirodne i kulturne baštine, gastronomiju, gostoljubivost lokalnog stanovništva, geoprometni položaj te tradiciju bavljenja turizmom. U kontekstu ograničenja, ostali dionici najčešće su spominjali sezonalnost i njene posljedice, neadekvatnu prometnu infrastrukturu, nedostatak umreženosti i koordiniranosti dionika u turizmu, nepovoljnu kvalitetu smještajnih kapaciteta i nedostatnu valorizaciju resursa. Ostali dionici u rastu potražnje za specifičnim oblicima turizma, posebice onih koji uključuju gastronomiju, zdravlje, kulturu i sportsko rekreativne aktivnosti te u EU fondovima vidi prilike za daljnji razvoj turizma Primorsko-goranske županije.

Grafikon 13 prikazuje usporedbu stavova lokalnog stanovništva i ostalih dionika po pitanju razine potpore. U pogledu smještajnih kapaciteta, obje grupe ispitanika jednako podupiru rast kapaciteta u hotelima, dok lokalno stanovništvo iskazuje višu razinu potpore rastu kapaciteta u obiteljskom (privatnom) smještaju (prosječna ocjena slaganja 3,8) i u kampovima (3,9) u usporedbi s razinom potpore ostalih dionika (3,4; 3,5). Nadalje, nešto veću razinu potpore povećanju broja turista u sezoni daje lokalno stanovništvo (3,3), dok obje skupine ispitanika podjednako snažno podupire povećanje broja turista izvan ljetne sezone.

Grafikon 13. Razina potpore - usporedba stavova lokalnog stanovništva (N=489) i ostalih dionika (N=103)



Napomena: 1- izrazito neslaganje; 5 – izrazito slaganje

S obzirom na neospornu potrebu promišljanja turističkog razvoja temeljenog na ekonomskoj, ekološkoj i socio-kulturološkoj održivosti, vrlo je važno kontinuirano pratiti stavove dionika s posebnim naglaskom na lokalno stanovništvo koje je ključni dionik održivog razvoja. Naime, upravo je poznavanje stavova lokalnog stanovništva i njihove razine potpore daljnjem razvoju turizma (ali i razlika u njihovim stavovima s obzirom na različitost područja u kojem žive), važno za buduće održivo upravljanje turizmom Primorsko-goranske županije.

Kada je u pitanju turizam, rezultati provedenih istraživanja ukazuju na priličnu kritičnost dionika Primorsko-goranske županije i impliciraju kako ispitanici nisu velikoj mjeri zadovoljni turizmom Primorsko-goranske županije. Ispitanici naglašavaju potrebu za daljnjim iskoracima posebice kada je riječ o unapređenju turističke ponude uz adekvatnu valorizaciju raznolikih resursa, umrežavanju i suradnji dionika na svim razinama, aktivnijem uključivanju lokalnog stanovništva u razvojne procese, te unapređenju kvalitete upravljanja turizmom.



**PRILOG 2. Prikaz posebnih
ciljeva i pokazatelja ishoda
Plana razvoja turizma
Primorsko–goranske
županije do 2030. godine**

Prikaz posebnih ciljeva i pokazatelja ishoda Plana razvoja turizma Primorsko – goranske županije do 2030. godine

Posebni cilj	Pokazatelj ishoda	Jedinica mjere	Izvor podataka za praćenje	Učestalost prikupljanja podataka	Godina početne vrijednosti	Početna vrijednost	Ciljana vrijednost
1. UNAPRJEĐIVANJE KVALITETE I IZVRSNOSTI	Subjekti nositelji regionalne oznake kvalitete (broj)	apsolutni pokazatelj	TZ PGŽ	godišnje	2019.	653	780
	Udio smještajnih kapaciteta u hotelima 4 i 5 zvjezdica (br. postelja) *	%	DZS	godišnje	2019.	59,89%	65,00 %
	Udio smještajnih kapaciteta u kampovima 4 i 5 zvjezdica **	%	DZS	godišnje	2019.	44,71%	55,00 %
	Udio smještajnih kapaciteta u domaćinstvima 4 i 5 zvjezdica (br. postelja) ***	%	DZS	godišnje	2019.	19,13%	33,00 %
	Marine 4 i 5 sidara (broj)	apsolutni pokazatelj	DZS	godišnje	2019.	4	6
2. OSNAŽIVANJE INOVATIVNOSTI I ODRŽIVOSTI	Prosječna godišnja stopa rasta prihoda za djelatnost „I“ i „N“ (podkategorija 79)	%	FINA	godišnje	2019.	Djelatnost I - 6,2% Djelatnost N - 9,1% razdoblje 2014./2019.	Djelatnost I - 8% Djelatnost N - 11% razdoblje 2022./2030.
	Uspostavljen sustav praćenja dionika	DA/NE	TZ PGŽ	dvogodišnje	2019.	NE	DA
3. ISTICANJE RAZNOLIKOSTI I POSEBNOSTI	Udio turističkog prometa u I, II i IV kvartalu	%	DZS	kvartalno	2019.	27,98%	40%
	Turistički promet (noćenja) u neobalnim JLS	apsolutni pokazatelj	DZS	godišnje	2019.	346.605	500.000
4. PROVOĐENJE ZELENE I DIGITALNE TRANZICIJE	Kakvoća mora	%	Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ	14. svibnja – 19. rujna 2019.	2019.	Izvrсна kakvoća 96,3%	Ostati na istoj razini
	Kvaliteta zraka	kategorija	Nastavni zavod za javno zdravstvo PGŽ	dnevno/satno	2019.	I kategorija na većini prostora PGŽ (osim Krasica, Urinj, Mariščina)	I kategorija na cjelokupnom području PGŽ
	Instalirana snaga u sustavu poticanja obnovljivih izvora energije	MW	HROTE	godišnje	2019.	5,27 MW	11,32 MW
5. JAČANJE PARTNERSTVA I DESTINACIJSKOG MENADŽMENTA	Uspostavljen sustav potpore integriranoj ponudi destinacije	DA/NE	TZ PGŽ	godišnje	2019.	NE	DA
	Iznos sufinanciranja kapitalnih projekata razvoja turizma od strane PGŽ	iznos u €	PGŽ	godišnje	2019.	154.000,00 €	500.000,00 €

Napomena:
 * SKUPINA: HOTELI, Vrsta objekta: Hotel, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli (NN 56/2016); https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html
 ** SKUPINA: KAMPOVI, Vrsta objekta: Kamp, Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine kampovi (NN 54/2016); https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_54_1409.html
 *** SKUPINA: OBJEKTI U KOJIMA SE PRUŽAJU UGOSTITELJSKE USLUGE U DOMAĆINSTVU, Vrsta objekta: soba, apartman, studio apartman, kuća za odmor (NN 9/2016), https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_01_9_241.html