

Članak 3.

Ova Odluka stupa na snagu osmog dana od dana objave u »Službenim novinama Primorsko-goranske županije«.

Klasa: 021-05/09-01/13

Ur. broj: 2170-07-01-09-56

Kostrena, 26. studenoga 2009.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KOSTRENA

Predsjednik

Ankica Lörinc, prof, v.r.

67.

Na temelju članka 30. Statuta Općine Kostrena (»Službene novine Primorsko-goranske županije« broj 26/09) Općinsko vijeće Općine Kostrena, na sjednici održanoj 26. studenoga 2009. godine, donijelo je

**AKCIJSKI PLAN RAZVOJA TURIZMA
OPĆINE KOSTRENA**

**1. TEORIJSKE OSNOVE RAZVOJA TURIZMA I
SUVREMENI TRENDOWI**

Plan razvoja turizma općine Kostrena ima za cilj predstavljati ključnu podlogu za novo turističko pozicioniranje Kostrena, odnosno reafirmaciju Kostrene kao turističke destinacije. Ciljem da dokument bude razumljiv i jasan svim njegovim korisnicima u ovom se poglavlju obrazlažu pojmovi turizam, turist, izletnik, turistička destinacija, te se ukratko iznose trendovi prisutni na turističkom tržištu koji se reflektiraju i na mogućnosti daljeg razvoja turizma na području općine Kostrena.

1.1. Definiranje pojmova

Riječ *turist* javlja se daleke 1800. godine u djelu »Anecdotes of the English Language«, dok se u literaturi izraz turizam spominje 1811. godine u Engleskoj u članku Subline Cockey Tourism objavljenom u časopisu »Spotting magazin«. Korijen je same riječi *tour*, što podrazumijeva kretanje, gibanje, u najširem smislu putovanje.

Najcitiranija definicija *turizma* je ona švicarskih autora Waltera Hunziker i Kurta Krapf iz 1942. godine koja je usvojena od strane Međunarodnog udruženja znanstvenih turističkih eksperata (AIEST) na kongresu 1954. godine: »Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako sa takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.« (Hunziker, W., Krapf, K., 1942)

U osnovi turizma sadržana su sljedeća obilježja:

- turizam nastaje kao posljedica kretanja ljudi i njihova boravka u izabranoj destinaciji;
- dva su glavna elementa turističkog putovanja - putovanje ka destinaciji i boravak u izabranoj destinaciji;

- putuje se i boravi izvan mjesta boravka;
- boravak u izabranoj destinaciji je privremen (kratkoročnog karaktera);
- destinacija se posjećuje zbog određenih, različitih motiva (izuzev onih vezanih uz ostvarenje stalnog boravka i stjecanje prihoda).

Pri obradi statističkih podataka pod pojmom »turist smatra se svaka osoba, bez obzira na dob i spol, koja boravi izvan svog stalnog prebivališta i tamo proboravi barem jednu noć u ugostiteljskom objektu. Stranim turistima smatraju se svi posjetitelji Hrvatske koji u njoj nemaju stalno prebivalište.« (Statistički ljetopis Hrvatske, 2007)

Važno je naglasiti diferenciranje pojmova *turist* i *izletnik*; turist ostvaruje minimalno jedno noćenje, dok jednodnevni posjetitelji spadaju u kategoriju izletnika.

Za razumijevanje razvoja turizma važno je razumijevanje pojma turistička destinacija. *Turistička destinacija* podrazumijeva optimalno kombiniran i tržišno prilagođen prostor koji razvojem važnih i dominantnih sposobnosti u destinaciji svjesno stvara pretpostavke koje će joj omogućiti da u usporedbi s konkurencijom dugoročno postigne dobre turističke rezultate. (Magaš, D., 2003)

Svjetska turistička organizacija definira turističku destinaciju kao mjesto s određenim atrakcijama i time povezanom turističkom opremljenošću i uslugama koje odabire turist ili grupa. (WTO, 2003)

1.2. Trendovi na turističkom tržištu

Da bi čovjek krenuo na turističko putovanje nužna su dva preduvjeta:

- a) slobodno vrijeme
- b) slobodna financijska sredstva

Turizam danas prerasta dimenziju gospodarske aktivnosti, turizam postaje sve više stil života i jedna od važnih potreba suvremenog čovjeka. On postaje složen ekonomski, ali i socio-kulturni fenomen, te prerasta u vodeću industriju 21. stoljeća, »industriju bez dima« kako se popularno naziva.

Turizam zaokuplja dio čovjekovog slobodnog vremena, jednu od najvećih dragocjenosti prezaposlenih ljudi 21. stoljeća. Iz tog je razloga turist posebno osjetljiv, izuzetno zahtjevan, kritičan, ali i s druge strane visoko motiviran, istraživački raspoložen, nadahnut, s iskrenom željom da uživa u destinaciji koju posjećuje.

Turizam obilježavaju stalne promjene trendova turističke potražnje i razvoj novih motiva putovanja. Turisti se više ne zadovoljavaju jednoobraznom turističkom ponudom ili isključivo kvalitetnim smještajem, oni traže doživljaj, a kvalitetan smještaj i usluge se podrazumijevaju.

Područja koja se nalaze u neposrednoj blizini urbanih središta obilježena su i dodatnim motivima turista, može se reći vezanim motivima - izvršavanje potrebnih poslova i njihovo vezivanje s vremenom za odmor i relaksaciju.

Osnovna obilježja turizma novijeg doba u odnosu na prethodno razdoblje sumirana su u sljedećoj slici koja ilustrira ključne promjene s elementima sadržaja trendova.

SLIKA 1. Osnovna obilježja turizma – strukturalna transformacija turizma

Obilježja	Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1980-tih	Od 1990-tih godina nadalje
	HARD TURIZAM	SOFT TURIZAM
<i>Bitno obilježje turizma</i>	Masovni (grupni) turizam	Individualni turizam podređen potrebama pojedinca
<i>Organizacija putovanja</i>	Unaprijed čvrsto isplanirano putovanje	Individualne, spontane odluke
<i>Pripreme za putovanje u domicilu</i>	Minimalne ili nikakve Nepoznavanje jezika zemlje u koju se putuje	Prethodni interes za zemlju u koju se putuje Upoznavanje jezika, običaja, kulture
<i>Cilj putovanja</i>	"3S" destinacije (sunce, more, pijesak)	"3S" destinacije uz dodatne sadržaje Veliki gradovi Egzotične zemlje Zabavni parkovi
<i>Broj i vrsta putovanja tijekom godine</i>	Jedan glavni odmor u godini	Avantura, zabava, hobi, zdravlje, uživanje, porast kvalitete života
<i>Razdoblje godine kada se putuje</i>	Isključivo u špici sezone	Zbog promjene vrste putovanja i profila turista sezona se produžuje
<i>Korištenje prijevoznih sredstava</i>	Isključivo brza prijevozna sredstva	Aдекватna prijevozna sredstva (mogu i spora)
<i>Način provođenja odmora</i>	Miran, pasivan, udoban	Aktivan i naporan
<i>Odnos prema destinaciji i ponašanje na odmoru</i>	Nadmoćnost u odnosu na lokalno stanovništvo Nemaran odnos prema zaštiti okoliša	Upoznavanje i prijateljstvo s lokalnim stanovništvom Veća pozornost zaštiti okoliša
<i>Dodatne aktivnosti</i>	Kupovina (suvenirni)	Donošenje poklona i prenošenje impresija
<i>Vrsta smještaja</i>	Veliki, gigantski hoteli	Obiteljski pansioni i kvalitetni hoteli visoke razine usluga
<i>Zahtjevi na odmoru</i>	Unificirani paket aranžman	Traži se „vrijednost za novac“

Izvor: Hendija, Z., Čizmar, S.: Utjecaj društvenih promjena na svjetska turistička kretanja, Turizam, Vol.40, Br. 5-6, 1992, str. 87.

Odgovor na suvremena kretanja u načinu korištenja slobodnog vremena predstavlja turistička destinacija koja postaje temeljni okvir u osmišljavanju koncepcije turističkog razvoja. Ona odražava i bitne promjene u filozofiji turističke politike koja težište razvoja prebacuje od smještag objekta na čitav prostor turističke destinacije s njenom sveukupnom gospodarskom strukturom. (Magaš, D., 2003) Novi turizam, turizam po mjeri čovjeka, zazuje od masovnosti, glomaznih hotela-spavaonica, kratkih prometnica, plaža i restorana, a teži individualizmu, spontanosti doživljaja i kreativnosti odmora. Trend se, dakle, izjednačava s autentičnim iskustvom, kontaktima s lokalnim stanovništvom, uživanjem u izvornoj ili oplemenjenoj sredini, na selu ili u planini, uz sportsku rekreaciju. (Kušen, E., 2002)

Socio-ekonomske promjene izvršile su snažan utjecaj na turizam, te su se odrazile na turističku ponudu i potražnju: (Kušen, E., 2002)

- više slobodnog vremena (skraćivanjem radnog tjedna i povećanjem slobodnih dana) utječe na intenzitet putovanja tijekom godine, te se otvara mogućnost korištenja nekoliko manjih (kraćih) odmora tijekom godine
- povećava se broj, vrsta i važnost različitih aktivnosti turista, i to ne samo u dijelu koji se odnosi na njihov odmor i zabavu, već i na ostalim područjima kao što su, primjerice, kultura, umjetnost, sport i druga, koja sve više daju kvalitativno nova obilježja još uvijek prevalentno odmorišno-dokoličarskim aktivnostima
- općenito potražnja postaje zahtjevnija, profinjena, racionalnija i selektivnija

- povećava se udjel novih segmenata u potražnji, i to prije svega starijeg stanovništva i zaposlenih žena; starije stanovništvo zahvaljujući boljim materijalnim uvjetima i odlasku u mirovinu ima više mogućnosti za putovanje (koje treba biti prilagođeno njihovim specifičnim zahtjevima i interesima); doprinos umirovljenika razvoju turizma najviše se ogleda u činjenici da su oni skloni turističkim putovanjima upravo u razdoblju slabije frekvencije, u predsezoni i posezoni, što ima veliko gospodarsko značenje

- turistička ponuda se diverzificira, internacionalizira i bitno unapređuje u kvaliteti te osigurava povećanje produktivnosti

- suvremenu turističku ponudu sve više karakteriziraju male i srednje velike zgrade (objekti) obiteljskog i sličnog tipa

- zbog sve izraženije ekološke i okolišne svijesti turista, posebna se pozornost počela posvećivati zaštiti okoliša

- zbog problema na koje se u posljednje vrijeme upozorava u svim javnim medijima, a koji se odnose na opasnost od dugog izlaganja suncu zbog tzv. ozonskih rupa, jedan se dio turista okreće drugim destinacijama.

Potencijalni turisti danas žive i rade u uvjetima općeg rasta osobnog i javnog standarda, općeg rasta slobodnog vremena kao rezultata općeg razvoja znanosti i sve šire primjene novih tehnologija, općeg rasta opće kulture i općih znanja, sve dostupnijeg i jeftinijih oblika kolektivnih i individualnih sustava prijevoza koji su sve jeftiniji, dostupniji, brži, kompleksniji i primjereniji sve većem broju potencijalnih turista.

SLIKA 2. Obilježja promjena na turističkom tržištu potražnje

<i>Izmijenjene potrebe ljudi (izmijenjeni uvjeti rada i života)</i>	<i>Prisutan je trend daljnjeg rasta općeg standarda ljudi u tehnološki razvijenim zemljama, ali i u zemljama Nove Europe, kao i u drugim zemljama koje ulažu u razvoj tehnologije i znanja. Ljudi raspoložu sa sve više novca za slobodno vrijeme, zabavu i putovanja. Istodobno, imaju sve manje vremena za dokolicu jer nove tehnologije oslobađaju ljude od manje vrijednih poslova i vežu ih za nove obveze prema poslu i razvoju karijere. Zbog toga se ljudi sve više opredjeljuju za više putovanja koja traju kraće. Javljaju se novi oblici turističke potražnje: all-inclusive, club, specijalizirani sadržaji itd.</i>
<i>Produljenje životnoga vijeka</i>	<i>Ljudi sve duže žive te se u strukturi turističke potražnje javlja sve više osoba takozvane treće dobi koja postaje sve dominantnija u strukturi turističke potražnje..</i>
<i>Rast potražnje za inovativnim sadržajima</i>	<i>Trend rasta potražnje za inovativnim oblicima turističkih sadržaja i ponude, koji se javljaju kao osnovni oblici potražnje ili kao dodatni motiv putovanja; neobična iskustva, neočekivani sadržaji i oblici odmora, posebni doživljaji, novi oblici zabave, pustolovina, dodir s prirodom i kontakt s ljudima.</i>
<i>Povratak prirodi</i>	<i>Usporedno s brzim razvojem i sve većom razinom otuđenosti ljudi, raste potražnja za jedinstvenim područjima prirode, s naglašeno čistim i nedirnutim krajobrazima i prirodom, koja se barem tako doživljava. Čista i netaknuta priroda prevladajući je motiv turističke potražnje. Ipak, treba naglasiti da ona nije i jedini motiv putovanja.</i>
<i>Sigurnost</i>	<i>Sigurnost u svim oblicima i područjima postaje osnovni preduvjet pri odabiru turističke destinacije. Obuhvaća zahtjeve za visokom razinom sigurnosti tijekom putovanja i boravka u destinaciji te uključuje zaštitu od terorizma i nasilja, zdravstvenu i sanitarnu sigurnost, sigurnost od potencijalnih zagađenja i ekscenčnih situacija.</i>

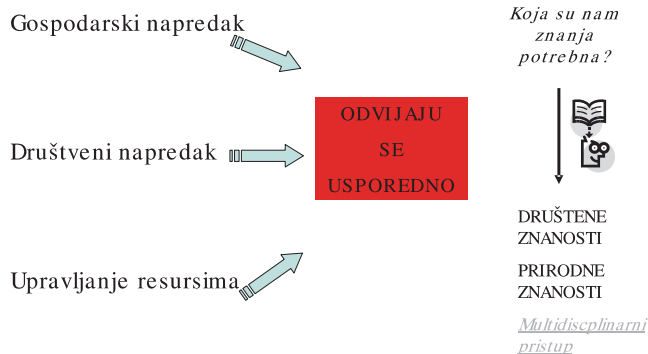
Fizički i duhovni oporavak čovjeka	Održavanje vlastita tijela i psihička relaksacija, opuštanje od stresa, briga za zdravlje – trend su ponašanja suvremenih ljudi, iz kojih proizlaze novi trendovi turističke potražnje: wellness i fitness-programi, body-programi, rekreacijski programi i slično.
Rast informiranosti i informatizacije	Razvoj medija, novih komunikacijskih tehnologija i informatizacija društva potiču u potencijalnih turista (već otprije prisutnu) potrebu za sve kvalitetnijim i lako dostupnim informacijama. Sve obrazovaniji, informatički pismeniji potencijalni turisti traže potpunu informiranost i mogućnost selekcije potrebnih informacija; oni traže brze oblike informiranosti u kojima žele imati potpunu kontrolu nad informacijama; turisti žele puno informacija te mogućnost njihova odabira.
Posljedice bitnih društveno-političkih promjena	Sve brži razvoj znanosti i tehnologije te rastući razmak u stilu života i rada kao posljedica povijesnih činitelja razvoja europskih naroda i civilizacija koje su doživjele posebne traume u zadnjih pedeset godina (Drugi svjetski rat, podjela svijeta na Istok i Zapad, razvoj u dva političko-ekonomska sustava, pad Berlinskog zida, migracije ljudi, siromaštvo, pojava Nove Europe), tek su dio izvora frustracija i posebnih oblika javljanja novih mentaliteta te posebnih navika i potreba, posebno u nekih naroda. Stoga se javljaju pripadnosti posebnim socijalno-demografskim skupinama koje se pogrešno obilježavaju i daje im se krivo značenje u turističkoj potražnji; turističko tržište sve se više raščlanjuje na posebne podskupine koje su definirane životnim stilom, osobnim okolnostima, potrebama i životnim prilikama koje određuju posebnosti u turističkoj potražnji, što dovodi do ozbiljnih diversifikacija ciljnih skupina turista i njihovih potreba i oblika potražnje.
Novi motivi putovanja	Nekadašnji osnovni motivi putovanja – kupanje i sunčanje te odmor uz more ili posjet kakvu kulturnom događaju, zastarjeli su; u trendu su novi zahtjevi turističke potražnje, potražnje za novim turističkim uslugama. Doživljaji, naglašene aktivnosti u prirodi, doživljaji kojima se potiče: osjetilnost, emocije, zdravlje - prisutan su trend. Turisti žele doživjeti nešto potpuno drukčije od svoje svakodnevice.

Naglašena potreba suvremenog čovjeka da se "povlači" u prirodu, dovodi do općepriznatog stava da se razvoj turizma neraskidivo povezuje s procesom zaštite čovjekova okoliša. Svjetski savjet za okoliš i razvoj (World Commission on Environment and Development) u poznatom Izvje-

štaju Brundtland-komisije iz 1987. godine, jasno ističe tu povezanost i potrebu za planiranjem razvoja u skladu s koncepcijom održivog razvoja. Novi turizam pretpostavlja zajedničko djelovanje subjekata iz turizma, subjekata iz lokalne zajednice i subjekata koji rade na zaštiti okoliša.

SLIKA 3. Održivi razvoj – multidisciplinarni pristup u funkciji napretka

ODRŽIVI RAZVOJ



Navedeni trendovi predstavljaju uporište za hipotezu o mogućnosti i potrebi snažnijeg i promišljenog razvoja turizma na području općine Kostrena temeljenom na koncepciji održivog razvoja, naravno, uvažavajući pri tome prisutna ograničenja i zatečeno stanje.

Turizam može na području općine Kostrena imati dvjaku funkciju, od koristi za kvalitetu života stanovnika općine:

a) intenziviranje turističkih aktivnosti povećat će svijest o potrebi zaštite okoliša

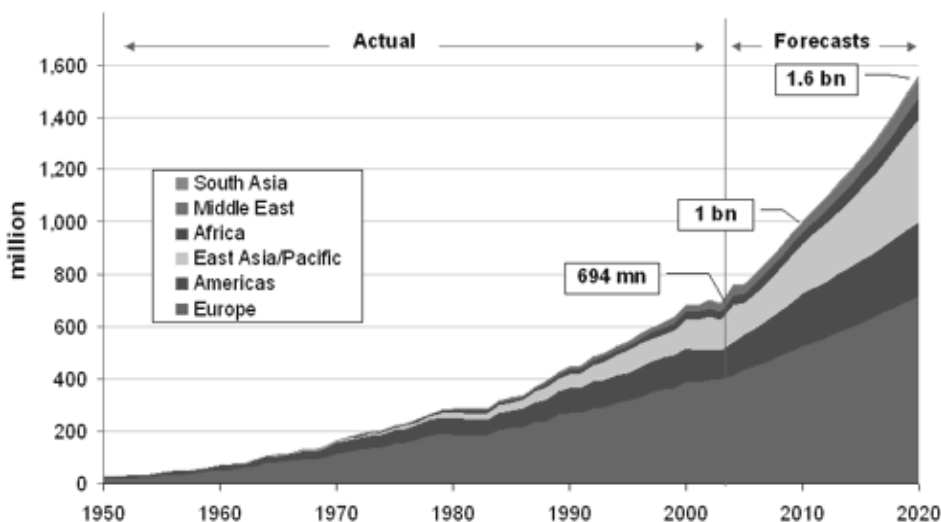
b) turizam treba izvršiti snažan pritisak poslovnim subjektima koji djeluju na području općine i u neposrednoj blizini u cilju implementacije najviših ekoloških standarda

1.3. Turizam - stalno rastuća »industrija«

Pri izradi Plana razvoja turizam općine Kostrena uzela se u obzir specifična lokalna situacija. Ova općine, iako duge turističke tradicije, danas razvija turizam sporadično i stihijski, bez sustavnog pristupa, te iz tih razloga ne ostvaruje primjerene gospodarske efekte i opće društvene koristi.

Prognoze za razvoj i rast turizma u svijetu su optimistične. Tako se 2010. godine uz prosječnu godišnju stopu rasta od 4,8%, u međunarodnom turizmu planira ostvarivati više od milijarde turističkih dolazaka u svijetu, a 2020. godine 1,6 milijardi dolazaka.

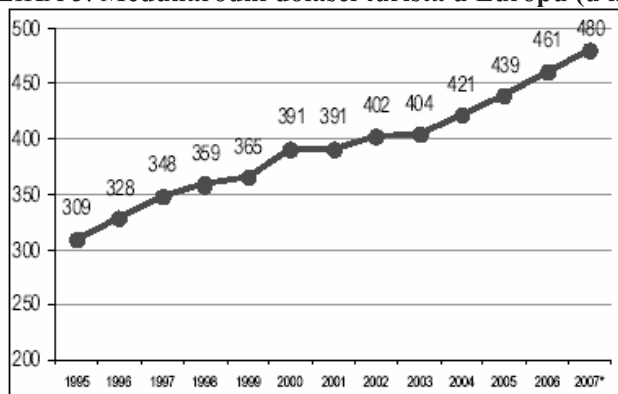
SLIKA 4. Međunarodni dolasci turista i plan dolazaka turista do 2020.



Izvor: WTO, Tourism Market Trends, 2006., Edition - Europe

Europa je trajno privlačna turistima, te se na njenom području ostvaruje više od polovine ukupnih turističkih dolazaka. Budući se na turističko tržište svake godine uključuju nove destinacije relativno učešće Europe očekivano opada, ali u apsolutnim iznosima trajno dominira.

SLIKA 5. Međunarodni dolasci turista u Europu (u milijunima)



Izvor: WTO, Tourism Market Trends, 2006., Edition - Europe

Mediteran je turistički najaktivnija makroregija Europe i koncentracija turista je na ovom području vrlo visoka. Prema podacima Svjetske turističke organizacije u 2004. godini u trinaest zemalja europskog dijela Mediterana i to: Španjolskoj, Francuskoj, Monaku, Italiji, Malti, Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori (tada još sa Srbijom), Albaniji, Grčkoj, Cipru i Turskoj ostvareno je 209 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka, što je te godine bilo 49% europskih i 27% globalnih turističkih kretanja.

U prilog dugoročne dinamike rasta turizma interesantno je navesti da su putovanja u odnosu na broj stanovnika u svijetu iznosila:

1950. godine 1 putovanje na 100 stanovnika
2000. godine 11,5 putovanja na 100 stanovnika
2020. godine 23 putovanja na 100 stanovnika (predviđanje)

U Europi je situacija sljedeća:
2000. godine 46 putovanja na 100 stanovnika
2020. godine 81 putovanje na 100 stanovnika (predviđanje)

1.4. Obilježja priobalnih turističkih destinacija

Turizam, kao i svaka ekonomska aktivnost, polučuje pozitivne i negativne posljedice. Održivim razvojem turizma treba maksimizirati koristi od turizma i istovremeno minimizirati štete ili troškove, te usmjeriti i limitirati

turistički razvoj sukladno zahtjevima održivog razvoja turizma.

Turizam, kao ekonomska aktivnost, ima specifična obilježja. Turisti putuju, prilaze proizvodu, dolaze u destinaciju. Turizam je kao aktivnost koje se odvija kroz niz različitih subjekata koji pripadaju različitim granama gospodarstva teško kontrolirati.

Pri procjeni utjecaja potrebno je posebno voditi računa o čimbeniku sezonalnosti zbog kojeg se veći dio aktivnosti koncentriira u kratkom vremenskom periodu, te stoga mogu polučiti velike štete. Upravo su ova dva momenta:

- sezonalnost turističkog prometa i
- pritisak na uski priobalni prostor

ključne problemske točke kada se raspravlja o održivom razvoju turizma na području općine Kostrena. Uz to posebno valja istaknuti da se turizam u Kostreni razvija uz industrijska postrojenja, što čini određenu slabost, ali i u blizini urbanog središta što otvara mogućnost za prevladavanje sezonalnosti.

S navedenim problemima suočavaju se brojne tzv. »kupališne, priobalne destinacije« (engl. *Beach Destinations*), te je Svjetska turistička organizacija (WTO) naznačila kritične točke tih destinacija kako slijedi: održavanje plažnog prostora, intenzitet korištenja, prisup, sezonalost, čistoća plaže, kvaliteta (zagađenost) mora, zadovoljstvo turista, usluge, kontrola, certifikati i standardi.

SLIKA 6. Problemske točke i preporučeni indikatori (WTO) za kupališne, priobalne destinacije

Održavanje plažnog prostora	<ul style="list-style-type: none"> godišnji gubitak plažnog prostora ili stavljanje u funkciju novog plažnog prostora količina pijeska/šljunka koji se mjesečno ili godišnje nasipa na plažu troškovi zaštite plaže od erozije
Intenzitet korištenja	<ul style="list-style-type: none"> broj osoba po hektaru ili km² plaže (na godišnjoj razini, na dan vršnog opterećenja, u mjesecu vršnog opterećenja) broj osoba po hektaru ili km² javno dostupne plaže i/ili plaže pod koncesijom
Pristup	<ul style="list-style-type: none"> broj lokalnog stanovništva koje koristi plažu % plaže sa slobodnim pristupom stanovništvu i turistima cijena korištenja plaže tamo gdje se naplaćuje ulaznica (korištenje)
Sezonalnost	<ul style="list-style-type: none"> % turista u odnosu na ukupan broj turista tijekom cijele godine u vršnom mjesecu broj turista u vršnom danu
Čistoća plaže	<ul style="list-style-type: none"> troškovi održavanja čistoće na plaži volumen prikupljenog otpada na plaži (godišnje, mjesečno, dana vršnog opterećenja) % turista koji se izjasnio da smatra da je plaža prljava
Kvaliteta mora	<ul style="list-style-type: none"> broj dana u godini kada je plaža zatvorena (zabranjeno kupanje) zbog zagađenja

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>godišnji broj incidenata koji imaju za posljedicu zagađenje plaže</i>
Zadovoljstvo turista	<ul style="list-style-type: none"> • <i>% turista koji područje smatra nedovoljno čistim</i> • <i>% turista koji smatra da je plaža čista</i> • <i>% turista koji smatra da je plaža dobre kvalitete</i> • <i>% turista kojem smeta buka</i>
Usluge	<ul style="list-style-type: none"> • <i>broj tuševa i toaleta prema broju korisnika plaže (dan vršnog opterećenja, prosječno u mjesecu vršnog opterećenja)</i> • <i>broj ugostiteljskih objekata</i>
Kontrola, sigurnost	<ul style="list-style-type: none"> • <i>broj prijavljenih incidenata klasificiran prema tipu (posjekotine, ozljede, utapljanje, spašavanje)</i> • <i>broj pasa i drugih kućnih ljubimaca na plaži (ukoliko je dozvoljen prisustvo)</i> • <i>za plaže kontroliranog pristupa, % korisnika koji su ušli na plažu bez plaćanja</i>
Certifikati i standardi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>% plaža u mjestu koje imaju Plavu zastavu ili drugu istovrsnu relevantnu oznaku kvalitete</i>

Izvor: autori prilagodili prema WTO: Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, WTO, Madrid, 2004, str. 251-252.

Vanjska vidljiva obilježja (kao primjerice Plava zastava na plažama) ima trenutni i značajan utjecaj na odabir turista. Priobalne destinacije koje ne teže dobivanju ovih i sličnih oznaka kvalitete dugoročno sigurno stagniraju i teško se nose sa konkurencijom i zahtjevima turista.

Novi turizam pretpostavlja zajedničko djelovanje subjekata iz turizma, subjekata iz lokalne zajednice i subjekata koji rade na zaštiti okoliša. On se nedvojbeno zasniva na koncepciji održivog razvoja turizma koju se primjenjuje i pri planiranju turističkog razvoja Kostrene (neovisno od značajnih utjecaja industrije).

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.

Koncepcija održivog razvoja promovira kontrolirani rast i razvoj uz maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa. Time se ostvaruje dugoročni ekonomski i društveni razvoj. Razvoj koji bi u dužem periodu posljedično znatno narušio ekonomsku, društvenu i ekološku osnovu nije razvoj temeljen na načelima održivosti.

Održivi razvoj turizma treba usaglasiti ekonomska, sociološka, kulturološka, politička i gledišta s pozicije zaštite okoliša, socio-kulturnog identiteta i kvalitete života lokalne zajednice.

Koncepcija održivog razvoja turizma temelji se na široj koncepciji održivog razvoja. Prepoznato je to u dokumentu Green Paper of Tourism Europske komisije (1995) gdje se jasno ističe da budućnost turizma leži u integraciji ekonomskih aktivnosti i održivom razvoju uz potrebu da se vodi računa o zaštiti okoliša, kako bi se uspostavio pozitivan odnos između ekologije i ekonomije. Dokument kazuje

da je to moguće prepoznajući da su atraktivnosti turističke destinacije, te time i ekonomska baza turizma, ovisne o očuvanju i/ili konzerviranju prirodnih i kulturnih resursa. Stoga je preporuka Europske komisije bila da se turizam počne razvijati i djelovati u skladu s načelima održivog razvoja turizma. (Bramwell et al., 1996)

Inicijativa za održivi razvoj treba stići iz lokalnih zajednica koje moraju shvatiti da u turizmu ekonomsku korist donosi ekološka odgovornost. (Muller, H., 2004)

Primjena koncepcije moguća je, dakle, isključivo na inicijativu lokalne uprave i samouprave, uz suglasnost ključnih nositelja turističke ponude, ali i gospodarskih subjekata drugih grana gospodarstva, te podršku lokalnog stanovništva.

Analizom mogućih realnih dosega koncepcije moguće je definirati slijedeće ciljeve održivog razvoja turizma:

- zadovoljiti potrebe i unaprijediti kvalitetu života lokalnog stanovništva;
- očuvati socio-kulturni identitet lokalnih zajednica;
- razviti visoko kvalitetan turistički proizvod;
- unaprijediti kvalitetu doživljaja turista;
- sačuvati resurse kako bi ih i buduće generacije mogle koristiti;
- doprinijeti blagostanju u cjelini.

Analizom definiranih načela održivog razvoja, te načela prilagođenih turizmu mogu se istaknuti načela održivog razvoja kako slijedi: (Bramwell, B. et al., 1994)

⇒ Menadžment i planiranje potrebno je usmjeriti k adekvatnom korištenju resursa u turizmu.

⇒ Koncepcija održivog razvoja nije »anti-razvojna« koncepcija, ali ističe limite razvoja u skladu s čime je potrebno i razvijati turizam.

⇨ Naglasak je na dugoročnom promišljanju razvoja turizma.

⇨ Menadžment održivog razvoja turizma vodi računa ne samo o problemu zaštite okoliša, već i o ekonomskim, društvenim, kulturnim, političkim i drugim pitanjima.

⇨ Potrebno je voditi računa o jednakosti i pravdi među generacijama ljudi.

⇨ Svi zainteresirani subjekti iz okruženja (stakeholders) trebaju biti konzultirani, uključeni u donošenje odluka i informirani o problemima održivog razvoja turizma.

⇨ Neophodna je realna procjena mogućnosti primjene održivog razvoja u praksi i mogućih dosega u budućem razdoblju.

⇨ Poduzeća trebaju iskoristiti tržišne prednosti primjene održivog razvoja.

⇨ Zbog mogućih sukoba oko korištenja resursa nužni su ustupci i kompromisi.

⇨ Pri ocjeni koristi i troškova održivog razvoja turizma treba uvažiti sve individue i skupine na koje tako promišljen razvoj ima utjecaj.

Priobalne turističke destinacije, što se odnosi i na općinu Kostrena, moraju izuzetno pažljivo planirati turistički razvoj nastojeći disperzirati aktivnosti u što širem prostoru, smanjujući tako intenzitet pritiska na najužu priobalnu liniju. Ove destinacije bilježe trajan interes turista. Naime, more, odnosno općenito efekt vode (mora, jezera, rijeke) imaju veliku privlačnost za turiste i intenzitet turističkog prometa u svijetu jasno pokazuje da se u tim područjima ostvaruje najveći turistički promet.

2. RESURSNA PODLOGA ZA RAZVOJ TURIZMA OPĆINE KOSTRENA

Primorsko-goranska županija usvojila je Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, temeljni dokument budućeg razvoja turizma na prostorima Kvarnera, koji na maksimalno razumljiv i jasan način prezentira smjernice, ciljeve i zadatke budućeg razvoja turizma. Postojeće komparativne prednosti iskoristiti na način da Kvarner postane prepoznatljiva - konkurentna destinacija Mediterana nije jedno-

stavan zadatak. Iz toga je razloga Glavni plan nedvosmisleno uputio na primjenu scenarija restrukturiranja i repositioniranja (na razini Kvarnera) koji se ostvaruje načelima kvalitete, ulaganja u smještaj - atrakcije - infrastrukturu i usluge, te marketingom koji naglašava krovnu razinu nastupa na tržištu. Od naročitog je značaja monitoring, kao nedjeljivi sadržaj ostvarenja Plana temeljenog na integriranoj kvaliteti upravljanja destinacijom.

Završetkom i predajom Glavnog Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije istraživanje nije okončano. Kontinuirana aktivna turistička politika preduvjet je opstanka na zahtjevnom turističkom tržištu. Stoga se sukladno međunarodnim iskustvima, te metodologiji planiranja u turizmu kao jedan od zadataka nameće izrada razvojnih planova razvoja turizma na razini općina/gradova Primorsko-goranske županije.

2.1. Polazišta izrade Plana razvoja turizma općine Kostrena

U kontekstu prethodno navedenog, na inicijativu Općine Kostrena prišlo se izradi Plana razvoja turizma općine Kostrena kao jednog od strateških razvojnih dokumenta općine Kostrena za područje turizma kao dijela gospodarskog sustava općine. Već pri samom utvrđivanju polaznih osnova za razvoj turizma općine Kostrena sagledane su realne okolnosti same općine i značajan industrijski razvoj na području općine, uz prisutne vizualne degradacije prostora, te s druge strane, turističku tradiciju i okruženje pogodno za razvoj turizma.

Temeljem mnogobrojnih radionica i sastanaka Glavnim planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije izvršena je prostorna raščlamba Kvarnera kako slijedi:

- Opatijska rivijera
- Crikveničko-vinodolska rivijera
- Rijeka i riječki prsten
- Gorski kotar
- Otoci - Krk, Rab, Cres, Lošinj

SLIKA 7. Prostorna raščlamba Kvarnera

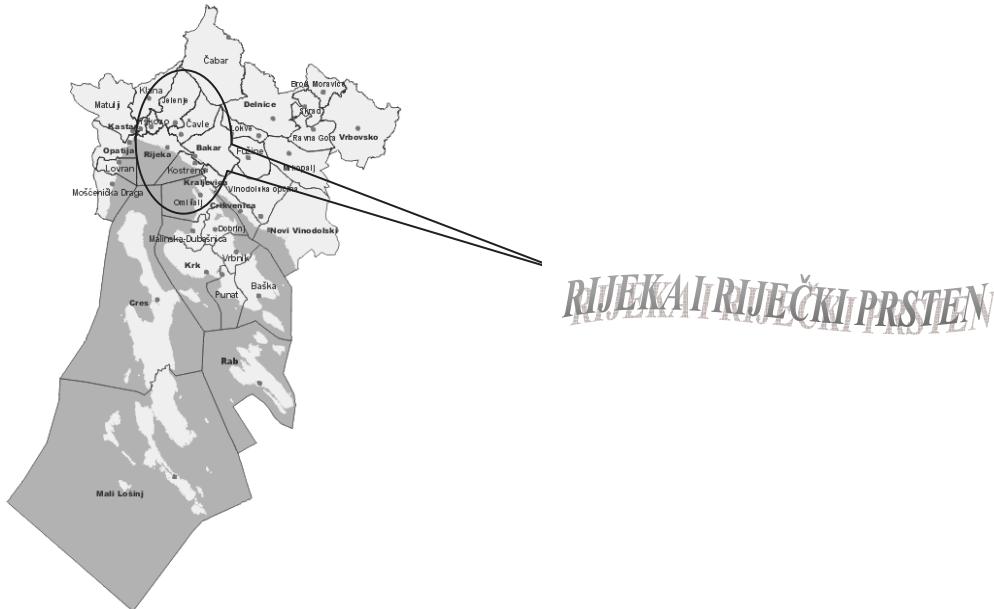


Izvor: Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, 2005.

Općina Kostrena, sukladno logičnom povezivanju komplementarnih sadržaja, te nasljeđene percepcije svrstana je u okviru destinacije »Rijeka i riječki prsten«.

»Rijeka i riječki prsten«, definirani kao turistička destinacija, obuhvaća prostor Grada Rijeke, Grada Kastva, Grada Kraljevice, Grada Bakra, Općine Kostrena, Općine Klana, Općine Viškovo, Općine Čavle i Općine Jelenje.

SLIKA 8. Destinacija "Rijeka i riječki prsten" - sastanice



Pripadajuće administrativno-političke jedinice



Izvor: Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, 2005.

Gradovi i općine na području destinacije »Rijeka i riječki prsten« upućeni su na to da mnoge bitne probleme rješavaju zajednički radi ostvarenja zajedničkih razvojnih ciljeva. To posebno dolazi do izražaja kada se govori o razvoju turizma koji je kompleksan, turisti su iznimno zahtjevni, željni različitosti, a upravo simbioza turističke

ponude cijele destinacije omogućuje formiranje integralnoga turističkog proizvoda koji u perspektivni ima predispozicije postati visokokonkurentan na tržištu.

Spoj takva mnoštva različitosti na razmjerno malom prostoru pruža jedinstveno ozračje.



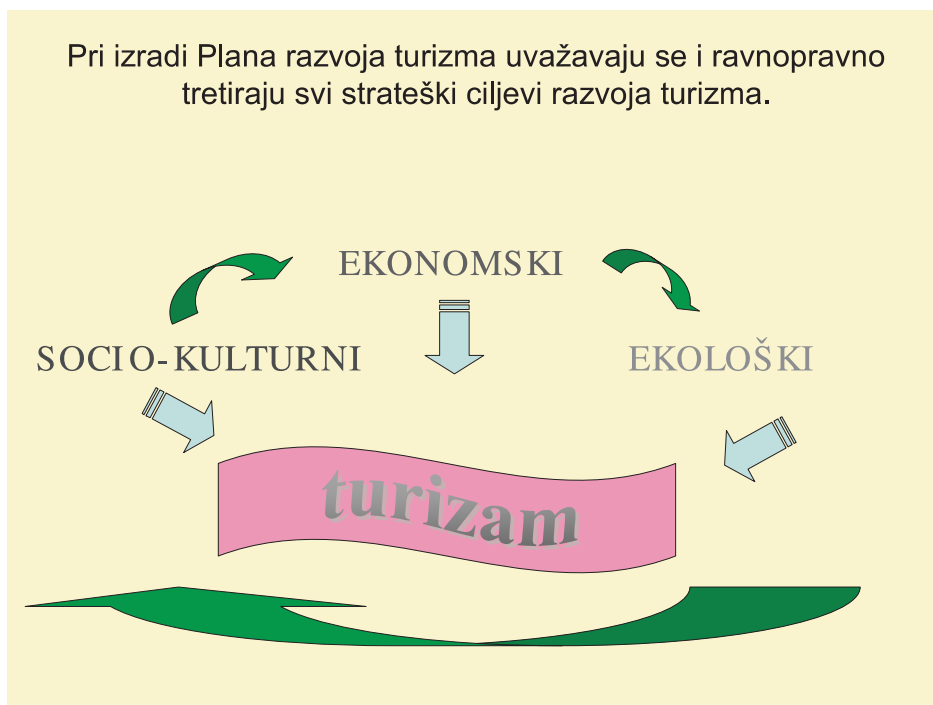
Izrada Plana razvoja turizma je zahtjevan oblik primijenjenog istraživanja, pri čemu se moraju uvažavati trendovi razvoja turizma u svijetu, obilježja turističke potražnje, te rezultati provedenih istraživanja o obilježjima turističke ponude općine Kostrena, kao i stavovi relevantnih interesnih skupina.

noji razini, ciljem što uspješnijeg pozicioniranja općine Kostrena na turističkom tržištu, uz uvažavanje specifičnih potreba razvoja turizma ove općine.

Plan razvoja turizma uvažava opće i posebne ciljeve definirane Glavnim planom razvoja turizma Primorsko-goranske županije, koje sagledava na strateškoj i operativ-

Istraživanje slijedi globalni cilj - postići viši stupanj kvalitete za korisnike turističke ponude uz zadovoljavajući stupanj blagostanja lokalnog stanovništva. To znači da treba osigurati povećanje konkurentnosti turističke ponude općine Kostrena uz uvažavanje i ostvarenje ekonomskih, socio-kulturnih i ekoloških ciljeva.

SLIKA 9. Simbioza ciljeva razvoja turizma



Izvor: izradili autori

Navedeno treba sagledavati u duhu koncepcije održivog razvoja uz zaštitu i unapređenje okoliša, racionalno korištenje raspoloživih prirodnih resursa, isticanje gostoljubivosti lokalnog stanovništva i poticanje svijesti o potrebi očuvanja autohtonih vrijednosti uz optimalnu valorizaciju kulturno-povijesne baštine, uz sustavno unapređenje asortimana i kvalitete ukupne turističke ponude. Realizacija globalnog cilja se prepoznaje kroz strateške ciljeve kao ciljeve prvoga reda, a to za Plan znači:

⇒ povećanje konkurentnosti destinacije uz kontinuirani rast kvalitete turističke ponude i istovremeni rast blagostanja lokalnog stanovništva

⇒ optimalizaciju i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi od razvoja turizma uz primjerenu zaštitu okoliša, uvažavajući načela održivog razvoja

Operativni ciljevi se tretiraju i kao ciljevi drugog reda, a oni predstavljaju daljnju operativnu razradu općeg i strateških ciljeva, što za ovo istraživanje koje je provedeno u okviru Plana znači:

⇒ implementaciju koncepcije razvoja turizma destinacije na način da raspoloživi prirodni i kulturni resursi ostaju sačuvani, uz primjerenu turističku valorizaciju

⇒ osiguranje racionalnih temelja za donošenje odluka javnog i/ili privatnog sektora u svezi (turističkog) razvoja destinacije, te stvaranje uvjeta za njihovu efikasnu koordinaciju

⇒ ostvarenje preduvjeta za usklađeni razvoj svih čimbenika značajnih za turizam i gospodarski razvoj područja u cjelini - sustavi pristup

⇒ razradu fizičkog strukturalnog Plana kao podloge za lokaciju, tip i obim turističkog razvitka novih (ili postojećih) atrakcija, objekata, usluga i prateće infrastrukture

⇒ ostvarivanje preduvjeta za nove investicije u području turizma i njemu direktno ili indirektno povezanim djelatnostima

⇒ formiranje institucionalnog okvira za upravljanje turističkom destinacijom i temelja za stalni monitoring procesa

turističkog razvoja - turističko planiranje kao kontinuiran i fleksibilan proces

Plan razvoja turizma treba postati osnovni strateški dokument kojim će se potaknuti podizanje kvalitete i konkurentnost turističke ponude Kostrene.

2.2. Procjena raspoložive resursne osnove za razvoj turizma na području općine Kostrena

Resursi predstavljaju osnovni preduvjet za turistički razvoj nekog područja. Turistički resursi su prirodna ili antropogena dobra koja se mogu gospodarski koristiti (valorizirati). Dio su cjeline razvoja određenog geografskog područja, a bogatstvo resusima komparativna je prednost u gospodarskom razvoju. Turistički resursi moraju imati visok stupanj privlačnosti, kako bi svojim svojstvima i karakteristikama privukli odedeni segment turističke potražnje. (Rječnik turizma, 2001)

U cilju izrade Plana razvoja turizma općine Kostrena izvršena je procjena raspoložive resursne osnove. Treba još jednom naglasiti da planovi, kao takvi, imaju prije svega zadatak biti maksimalno operativni, jasni i provedivi. Oni služe lokalnoj zajednici, te gospodarskim subjektima i potencijalnim poduzetnicima kao smjerokaz budućeg razvoja. Stoga i kritički pristup koji je neophodan pri izradi ovakvog dokumenta treba prihvatiti kao jedini moguć, budući samo korektna procjena raspoloživih resursa, te razvojnih mogućnosti i ograničenja predstavlja temelj za donošenje smjernica i mjera potpore budućeg razvoja turizma.

Općina Kostrena prostire se na 12 km² gdje prema posljednjem popisu stanovništva iz 2001. godine živi 3.897 stanovnika. Okružena je Uvalom Martinšćica, obalom Riječkog zaljeva, Sušačkom dragom, Bakarskim zaljevom i Bakarskim vratima. Najviše nadmorske visine su vrh Solin (242 m) i Humčina (280 m).

SLIKA 10. Općina Kostrena – opći podaci



OPĆINA KOSTRENA:

Površina: 12 km²

Stanovništvo: 3.897

Klima

Klimatski uvjeti povoljni su za razvoj turizma na području Kostrene. Ugodna i blaga mediteranska klima omogućava odvijanje turističkih aktivnosti tijekom cijele godine.

Ipak, kao i ostale priobalne destinacije, realno je očekivati da će Kostrena i u buduću, kao i do sada bilježiti sezonalnost turističkog prometa, odnosno da će ljetni mjeseci biti turistički intenzivniji od zimskih. Treba naglasiti da se realizacijom projekata iz Plana očekuje značajno smanjenje sezonalnosti, budući novo turističko pozicioniranje Kostrene otvara i nova tržišta.

Dostupnost

TABLICA 1. Kapaciteti za smještaj turista prema vrstama objekata u Kostreni – broj stalnih postelja u 2006., 2007. i 2008. godini (stanje na dan 31. kolovoza)

	UKUPNO	HOTELI	TURISTIČKA NASELJA	KAMPOVI	ODMARALIŠTA	OSTALO	PRIVATNI SMJ. OBJEKTI KUĆANSTVA
2006.	352	-	-	60	48	167	77
2007.	337	-	-	60	48	163	66
2008.	340	-	-	60	-	218	62

Izvor: Statistički ljetopis PGŽ 2007, Ured državne uprave u PGŽ, 2007, str. 473.; Turizam u primorskim gradovima i općinama 2008., Državni zavod za statistiku, Statističko izvješće br. 1381, Zagreb, 2009.

Treba svakako navesti Hotel Luciju koji je lociran na području Kostrene, a posluje u okviru tvrtke Jadran hoteli d.d. Hotel sada ima tri zvjezdice, te novo tržišno pozicioniranje i Kostrene i samog hotela zahtjeva obnovu objekta i porast kvalitete.

Općina Kostrena ne može biti zadovoljna niti kvalitetom niti kvantitetom raspoloživih smještajnih objekata za turiste. Razvojni model stoga će uz osmišljavnije atraktivnih sadržaja na razini destinacije, naglasiti i potrebu značajnog ulaganja u smještajne kapacitete, koji predstavljaju preduvjet dolaska turista u Kostrenu.

Pri tome treba naglasiti da (dio) iznajmljivača čini značajne napore s ciljem unapređenja svojih usluga, no bitan element koji nedostaje je destinacijski proizvod koji bi privukao goste da odaberu Kostrenu kao svoju destinaciju.

Općina Kostrena treba izraditi svoj destinacijski proizvod jedinstvenih obilježja, te aktivno pomoći poduzetnicima i lokalnom stanovništvu pri obnovi/izgradnji kvalitetnih i primjerenih smještajnih kapaciteta koji će gostima pružati ugodan boravak.

U okviru smještajnog objekta raste potražnja za nizom usluga koje trebaju biti kvalitetnije i prilagođene stilu

Dobra cestovna povezanost, blizina Zračne luke Rijeka, te relativna blizina Zračne luke Zagreb rješava pitanje brze i kvalitetne dostupnosti Kostrene kao turističke destinacije.

Smještajni kapaciteti i turistički promet

U području djelatnosti H (Hoteli i restorani) na području općine Kostrena registrirano je 12 pravnih osoba u kojima je evidentirano tek 20 zaposlenih osoba. (Statistički ljetopis PGŽ 2007.)

Na području općine Kostrena evidentirano je 19 smještajnih objekata - kućanstva, 1 kamp, 1 odmaralište, te 3 objekta razvrstana u stavku »ostalo«. (Statistički ljetopis PGŽ 2007.)

života turista u mjestu njihova stalnog boravka. U pravilu, turisti traže isti ili bolji standard smještaja u usporedbi s onim kod kuće i spremni su platiti adekvatnu cijenu za odgovarajuću razinu kvalitete. Upravo hrvatska iskustva govore da najmanje problema s punjenjem kapaciteta imaju najskuplji smještajni objekti, a smještajni kapaciteti niske cijene i niske kvalitete usluga bilježe stalan pad potražnje. U pravilu - nema tako niske cijene koja može kompenzirati osjećaj nezadovoljstva turista na odmoru, dijelicu godine koji mu je nadragocjeniji.

Raste potreba za sigurnošću u smještajnom objektu, u svim oblicima i sadržajima (sigurnost od provale, od požara, terorizma, pljačke, od mogućnosti zaraze i trovanja hranom, vodom i zrakom, sigurnost za svoje tijelo, opremu i imovinu).

Posebno raste potražnja za malim obiteljskim hotelima i klub-hotelima, te starim tradicijskim obnovljenim kućama za odmor. Upravo su to dvije velike šanse za turizam Kostrene, jer postoje mogućnosti i uvjeti za izgradnju/obnovu smještajnih objekata takvog tipa. Trend je da mali obiteljski hoteli idu i korak dalje u specijalizaciji svojih usluga pa svoju ponudu ciljano nude pojedinom tržišnom segmentu; primjerice za djecu, za aktivan odmor,

za ronioce, tenisače i slično. Očekuje se personalizirana usluga, fleksibilnost i diskretnost.

U okviru predloženih mjera za realizaciju razvojnog modela turizma općine Kostrena predlažu se mjere poticaja ulaganja u smještajne kapacitete od strane Općine Kostrena.

Skroman broj raspoloživih smještajnih kapaciteta na području općine Kostrena ima za posljedicu i vrlo skroman

turistički promet (broj dolazaka turista i ostvarena noćenja turista). Štoviše, Kostrena je jedno od rijetkih područja u okviru Primorsko-goranske županije gdje se u posljednjih dvadesetak godina bilježi pad turističkog prometa, što je svakako vrlo indikativan pokazatelj. (Misli se pri tome na dužu vremensku perspektivu, posljednjih trideset godina; primjerice 2004. godine realiziran je još manji turistički promet no 2006. i to 10.752 dolaska turista i 22.408 noćenja.)

TABLICA 2. Turistički promet u objektima za smještaj turista ostvaren 2006. i 2008. godine u Kostreni

	DOLASCI			NOĆENJA		
	UKUPNO	domaći	inozemni	UKUPNO	domaći	inozemni
2006.	10.804	4.258	6.546	33.089	19.218	13.871
2008.	12.900	5.542	7.358	24.803	11.042	13.761

Izvor: Statistički ljetopis PGŽ 2007, Ured državne uprave u PGŽ, 2007, str. 474.; Turizam u primorskim gradovima i općinama 2008., Državni zavod za statistiku, Statističko izvješće br. 1381, Zagreb, 2009.

Iz navedenih statističkih podataka proizlazi da Kostrena sudjeluje u broju dolazaka turista u PGŽ (2008.g. ukupno 2.214.058) sa vrlo skromnim postotkom od 0,6%. Promatramo li broj ostvarenih noćenja podaci su još slabiji, te se u Kostreni ostvaruje svega 0,2% noćenja turista u okviru PGŽ (2008.g. ukupno 11.263.755).

U strukturi turista odnos domaćih i inozemnih turista je:

- Domaći 42,9 %
- Strani 57,1 %

Navedena struktura nije tipična za područje PGŽ, odnosno u strukturi turista na području Kostrene značajno je veći udio domaćih turista. Novo pozicioniranje Kostrene nastavit će ovaj trend, naravno uz zahvaćanje novih tržišnih segmenata.

Pri obradi podataka korišteni su službeni podaci Ureda državne uprave u PGŽ, te se s realno može pretpostaviti da je dio turističkog prometa neregistriran.

Prirodni resursi

Općina Kostrena iako se prostire na maloj površini od svega 12 km² raspolaže kvalitetnim prirodnim resursima. Posebno je vrijedno istaknuti

- Podmorski park
- Botanički vrt (autohtoni i kraški)

Postoji uvrđena i označena pješačka staza u dužini od cca 10 kilometara, te 2 vidikovca s kojih se pruža prekrasan pogled na Kvarnerski zaljev (prirodne osmatračnice Glavica, Kula i Humčini). Povijesne staze pružaju mogućnost nespunog uživanja u prirodnom ambijentu.

More je na području Kostrene visoke kakvoće i pogodno za kupanje. Uz prekrasnu plažu Svežanj (plava zastava) tu

su i druge vrlo privlačne plaže (Žurkovo, Smokvinovo, Sužvina, Podražica, Nova voda, Perilo).

Općina Kostrena posebno se ističe kao vrlo atraktivna mikrolokacija za ronjenje, te predstavlja jedinstveni cjelogaodišnji ronilački centar u Hrvatskoj.

Za potrebe izrade ovog Plana razvoja turizma potrebno je svakako istaknuti: iako su prirodni resursi Kostrene značajni, uvažavajući lokalnu situaciju te neposredno okruženje industrijskih postrojenja oni nikakno ne mogu biti ključni atraktivni čimbenik turističkog razvoja destinacije. Tim više što se u relativnoj blizini Kostrene nalaze područja koja su u tom segmentu ponude značajno konkurentnija. Prirodni resursi, dakle, čine dio turističke ponude, osvaruju preduvjete za ugodan boravak turista, ali nisu ključni razlikovni i atraktivan element Kostrene.

Kulturno-povijesna baština

Kostrena je prostor stoljetne tradicije i mogućih priča. Posebno je poznata po pomorstvu i pomorskim kapetanima kao što su bili Pavao Randić (Sueski kanal), Erazmo Bernard Tićac (koautor prvog trgovačkog broda na atomski pogon - Savanah), Kuzme Franelić (sudjelovao u spašavanju Titanica). U ovom dokumentu ističu se samo segmenti kulturno-povijesne baštine za koje se procjenjuje da bi mogli djelovati kao temeljna privlačna snaga za turiste i izletnike.

Stoga se ističe:

- Osmišljavanje Etno kuće u škveru - ima edukativnu i turističku funkciju, te oživljava stare i već pomalo zaboravljene obrte i običaje

- Arheološki park

- Muzej kostrenskih kapetana - nameće se potreba njegova osnivanja i to kao multimedijalnog suvremenog

muzeja koji bi na osebujan, zanimljiv i poučan način prikazao povijest kostrenskih kapetana

- Kostrenska kuća - izgradnja tipične kuće za ovo područje u kojoj bi bio smješten info punkt Turističke zajednice i drugi prateći sadržaji

Infrastruktura

U okviru Plana razvoja turizma općine Kostrena ne razmatra se detaljno stanje infrastrukture na području općine, jer to i nije zadatak dokumenta ovog tipa, već se sukladno znanstvenoj i stručnoj metodologiji stanje infrastrukturne opremljenosti razmatra isključivo s aspekta turističkog razvoja.

Kao što je već navedeno prometna dostupnost Kostrene je dobra, te taj čimbenik ne možemo smatrati ni na koji način ograničavajućim u daljem turističkom razvoju.

Za turistički razvoj također je relevantno sljedeće:

- bilježe se stalna ulaganja u unapređenje komunalnih uvjeta
- elektroopskbnni sustav je u funkciji
- telekomunikacijski sustav funkcionira

Intenzivniji razvoj turizma na području općine Kostrena tražit će i unapređenje bankarskih i mjenjačkih ureda. Zdravstvena zaštita turista nije upitna, posebno imajući u vidu blizinu grada Rijeke.

Ostale turističke usluge

Na području općine Kostrena djeluje Turistička zajednica općine Kostrena, te info punkt.

Na području općine djeluje nekoliko turističkih agencija koje nude usluge turistima. Posluje veći broj ugostiteljskih objekata za prehranu i piće. Ipak, potrebno je naglasiti da objekti nemaju dovoljnu prepoznatljivost, te se ne diferenciraju primjereno na tržištu.

Prepoznatljive »boje« Kostrene svakako obuhvaćaju domaću gastronomiju i manifestacije kao što su maškare, Jesen u Kostreni, Proljeće u Kostreni.

Iako nisu građene s turističkom namjenom posebno su za Kostrenu važni vrlo kvalitetni sportski objekti: nogometno igralište, dvorana, trim staza. Uz izgradnju dodatnih sadržaja ovi objekti pružaju mogućnost za turističku valorizaciju usmjerenu prema specifičnom ciljnom segmentu. Poseban značaj mogu imati JK Galeb, KPA Kostrena i SRD Kostrena.

U okviru znanstveno istraživačkog projekta »Turistička regionalnizacija u globalnim procesima« izvršeno je 2006. godine ispitivanje stavova turista o ocjeni turističke ponude Kvarnera, te u okviru toga i Kostrene. U tablici koja slijedi prikazani su rezultati istraživanja, koji jasno ukazuju na ključne slabosti i uočene jake strane turističke ponude Kostrene. (Korištena je skala ocjenjivanja od 1-7)

TABLICA 3. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kostrene

R. B.	Elementi turističke ponude	N	Aritmetička sredina	Standardna devijacija	Rang	Rang grupe
	PROSTOR, RESURSI, OKOLIŠ					
1	Klima	11	3,09	0,83	33	4
19	Ljepota krajolika	11	4,73	1,27	21	3
20	Očuvanost okoliša	11	5,36	1,03	8	2
21	Čistoća mora	11	5,64	0,50	2	1
	SADRŽAJI					
10	Događaji	11	4,64	0,81	22	5
16	Kulturno-povijesna baština	11	4,09	0,94	28	8
22	Sadržaji za djecu	11	2,18	0,55	35	12
27	Objekti za smještaj	11	4,82	0,98	18	3
28	Ugostiteljski objekti	11	5,09	0,94	11	1
29	Kulturni sadržaji	11	4,09	0,94	29	9
30	Zabavni sadržaji	11	4,73	1,10	20	4
31	Sportski sadržaji	11	4,36	1,12	27	7
32	Skupovi i kongresi	11	1,00	0,00	37	14
33	Sadržaji za zdravstveni turizam	11	1,18	0,60	36	13
34	Nautička ponuda	11	2,27	1,01	34	11
35	Ponuda izleta	11	3,18	1,12	32	10
36	Lokalna gastronomija	11	4,55	1,13	24	6
37	Odnos cijene i kvalitete	11	5,09	0,83	12	2
	ORGANIZIRANOST DESTINACIJE					
5	Prometna dostupnost	11	5,64	0,81	3	2
6	Lokalni promet	11	5,45	1,04	7	6

7	Parkirališta	11	5,55	1,44	5	4
12	Uređenost mjesta	11	4,82	0,98	19	11
13	Urbana skladnost	11	4,45	0,82	26	12
14	Šetnice	11	6,09	0,94	1	1
15	Parkovi i zelene površine	11	5,09	0,83	13	9
17	Uređenost i čistoća plaža	11	5,18	0,98	10	8
18	Gužve na plažama	11	4,91	1,22	16	10
24	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine i sl.)	11	5,27	0,90	9	7
25	Radno vrijeme ugostiteljskih objekata	11	5,64	0,50	4	3
26	Trgovine	11	5,55	0,69	6	5
PREPOZNATLJIVOST, SIGURNOST, INFORMIRANOST						
8	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju	11	5,00	1,18	14	1
9	Turistička signalizacija	11	4,91	0,70	17	2
11	Suveniri	11	3,73	1,01	31	4
23	Osjećaj sigurnosti i zaštite	11	4,09	0,94	30	3
STANOVNIŠTVO, ZAPOSLENI						
2	Ljubaznost stanovništva	11	4,55	0,82	25	3
3	Ljubaznost zaposlenih u turizmu	11	5,00	0,89	15	1
4	Znanje stranih jezika zaposlenih u turizmu	11	4,64	0,81	23	2

Ljestvica ocjena: 1 do 7 (1 – izrazito nezadovoljan, 7 – izrazito zadovoljan)

Izvor: Blažević, B., Peršić M. ed. (2007) Ocjena turističke ponude Kvarnera, Tourism and Hospitality Management, 13 (1), Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, WIFI Österreich, Wien, T.E.I. Greece

- **Prostor, resursi i okoliš**

Elementi iz ove skupine ocijenjeni su od strane turista ocjenama od 5.64 do 3.09. Može se zaključiti da su turisti zadovoljni elementima turističke ponude vezanim uz prostor, prirodne resurse i okoliš.

- **Sadržaji**

Pri ocjeni sadržaja turističke ponude Kostrene turisti su dali izrazito diferencirane ocjene. Tako su najvišim ocjenama vrednovani ugostiteljski objekti (5.01), odnos cijene i kvalitete (5.09), objekti za smještaj (4.82). Vrlo niske ocjene dobili su sljedeći elementi iz ove skupine: skupovi i kongresi (1.00), sadržaji za zdravstveni turizam (1.18), te sadržaji za djecu (2.18).

- **Organiziranost destinacije**

Turisti su vrlo zadovoljni s organizacijom Kostrene kao turističkog odredišta. Ocjene od strane turista kreću se od 6.09 do 4.45, što znači da su sve visoke. Najvišu ocjenu turisti su dodijelili sljedećim elementima iz ove skupine: šetnice (6.09), prometna dostupnost (5.64), te radno vrijeme ugostiteljskih objekata (5.64).

- **Prepoznatljivost, sigurnost i informiranost**

Elemente iz ove skupine turisti su ocijenili zadovoljavajućim, a kao problem uočili su nedostatak suvenira (ocjena 3.73)

- **Stanovništvo i zaposleni**

Ljubaznost domicilnog stanovništva i zaposlenih u turizmu, kao i njihovo znanje stranih jezika turisti su ocijenili visokom prosječnom ocjenom.

TABLICA 4. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kostrene

10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najviše zadovoljni			10 elemenata turističke ponude s kojima su turisti najmanje zadovoljni		
1.	Ljepote krajolika	4,73	1.	Skupovi i kongresi	1,00
2.	Šetnice	6,09	2.	Sadržaji za zdravstveni turizam	1,18
3.	Čistoća mora Prometna dostupnost Radno vrijeme ugost. objekata	5,64	3.	Sadržaji za djecu	2,18

4.	Parkirališta Trgovine	5,55	4.	Nautička ponuda	2,27
5.	Lokalni promet	5,45	5.	Klima	3,09
6.	Očuvanost okoliša	5,36	6.	Ponuda izleta	3,18
7.	Radno vrijeme uslužnih djelatnosti (banke, trgovine)	5,27	7.	Suveniri	3,73
8.	Uređenost i čistoća plaža	5,18	8.	Osjećaj sigurnosti i zaštite Kulturni sadržaji Kulturno-povijesna baština	4,09
9.	Ugostiteljski objekti Odnos cijene i kvalitete Parkovi i zelene površine	5,09	9.	Sportski sadržaji	4,36
10.	Turističke informacije prije dolaska u destinaciju Ljubaznost zaposlenih u turizmu	5,00	10.	Urbana skladnost	4,45

Izvor: Blažević, B., Peršić M. ed. (2007) Ocjena turističke ponude Kvarnera, Tourism and Hospitality Management, 13 (1), Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, WIFI Osterreich, Wien, T.E.I. Greece

Turisti su vrlo različito vrednovali pojedine elemente turističke ponude Kostrene, te se stoga raspon ocjena kreće od 6.09 za šetnice do 1.00 za skupove i kongrese. Rezultati ankete ukazuju da je potrebno uložiti dodatne napore za unapređenje kvalitete ukupne turističke ponude Kostrene.

Na temelju analize raspoloživih resursa za razvoj turizma može se zaključiti da područje općine Kostrena

raspolaze primjerenom resursnom osnovom za potencijalnu turističku valorizaciju.

Sumirani prikaz obilježja općine Kostrena relevantnih za budući turistički razvoj prikazana je na sljedećoj slici, gdje su obilježja rangirana kao:

- obilježja najvišeg značenja
- obilježja visokog značenja

TABLICA 5. Obilježja općine Kostrena relevantna za turistički razvoj

OBILJEŽJE	Rang najvišeg značenja	OBILJEŽJE	Rang visokog značenja
Priobalje i podmorje	•	Geoprometni položaj	°
Pomorska tradicija	•	Klima	°
Uvjeti za sport i rekreaciju	•	Flora i fauna	°
Mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja	•	Tradicija	°
Blizina urbanog središta	•	Turističke destinacije u okruženju	°

Izvor: pripremili autori

Legenda: • = rang najvišeg značenja; ° = rang visokog značenja

Polazeći od naprijed navedenog, stanje (rezime, ocjena) turizma općine Kostrena može se sažeti u sljedećem:

⇔ Turistička valorizacija i stupanj turističke opremljenosti resursa nisu na zahtjevanoj razini prema tržišnoj potražnji.

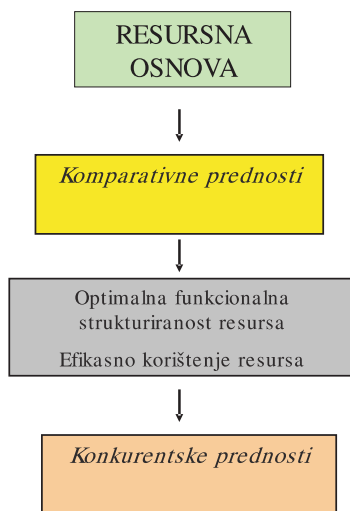
⇔ Raspoloživi resursi predstavljaju komparativnu prednost općine Kostrena za dalji turistički razvoj, ali je potrebna implementacija sustavnog razvojnog modela uz primjenu mjera aktivne potpore razvoju turizma.

⇔ Razvoj turizma na ovom području zahtjeva prije svega odluku o razvojnim prioritetima općine i njenih stanovnika. Zahtjevi suvremene turističke potražnje iziskuju značajna ulaganja u području turizma.

⇔ Turistički proizvod Kostrene danas nije dostatno konkurentan; potrebno je novo tržišno pozicioniranje.

Izloženo podrazumijeva da razvoj turizma općine Kostrena iziskuje jedini logički slijed i zadatak prerastanja destinacije koja ima uvjete u destinaciju koja će se optimalno razvijati i pozicionirati.

SLIKA 11. Komparativne i konkurentske prednosti – stanje danas



Izvor: izradili autori

Efikasnost korištenja, a ne *prisutnost* resursa glavni je kriterij koji pokazuje domete razvojne politike u turizmu. Stoga je i zadatak Plana izraditi model kojim se osigurava efikasno korištenje raspoloživih resursa, na način da ne dođe do njihove devastacije, već primjerene tržišne valorizacije.

3. SWOT ANALIZA I TRŽIŠNE MOGUĆNOSTI

Pri oblikovanju razvojnog modela turizma općine Kostrena uvažavaju se posebnosti ovog područja u okviru kojeg se turizam sagledava kao dio cjeline različitih gospodarskih aktivnosti.

3.1. Kritički danas i željeno sutra

Razvoj turizma na području jedne destinacije zahtijeva mrežu kooperativnih odnosa između lokalnih vlasti, turističkih agencija, turističkih organizacija (turističke zajednice) i udruga/organizacija/ustanova koje se direktno ili indirektno bave relevantnim područjima za turizam.

Obzirom na zatečeno stanje, upravo je pravi trenutak za donošenje ključnih odluka - intenzivno se usmjeriti ka razvoju turizma ili ne. Naime, održavanje sadašnjeg stanja ili samo manje korekcije postojećeg stanja zasigurno ne mogu osigurati opstanak na turističkom tržištu 21. stoljeća, već znače trajnu stagnaciju.

Navedeno treba promatrati u okviru globalnoga svjetskoga turističkog tržišta koje se kontinuirano razvija i u pogledu javljanja novih, neotkrivenih destinacija i u smislu bitnoga kvalitativnog iskoraka u turističkoj ponudi koji čine naši konkurenti.

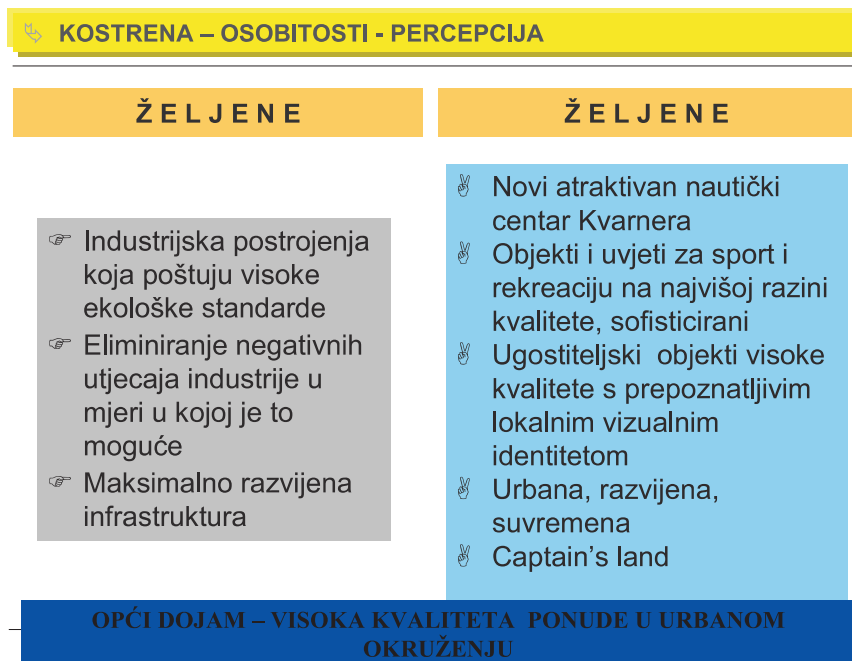
SLIKA 12. Percepcija Kostrene kao turističke destinacije

KOSTRENA – OSOBITOSTI - PERCEPCIJA	
POSTOJEĆE	POSTOJEĆE
<ul style="list-style-type: none"> ☞ Industrija ☞ Zagađenje ☞ Miris – rafinerija ☞ Dimljak ☞ Termoelektrana ☞ Luka ☞ Teretni brodovi ☞ Viktor Lenac ☞ Dok ☞ Iskop u brdo, kava 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Plaža ☞ Jedrenje ☞ Ronjenje ☞ Maškare ☞ Restorani ☞ Nogomet ☞ Sportska dvorana ☞ Trim staza ☞ Vile ☞ Hotel Lucija ☞ Lučica, barke ☞ Lungo mare, šetnja, spokoj, mir, uživanje uz more
OPĆIDOJAM -	NEDOREČENOST

Na prethodnoj slici prikazana je percepcija Kostrene kao turističke destinacije. U lijevom supcu prikazane su negativne asocijacije (kada govorimo o turizmu), a u desnom supcu pozitivna percepcija Kostrene. Navedeno je rezultat provedene interne radionice članova istraživačkog tima za izradu Plana.

U okviru postojećih elemenata osobitosti potrebno je istaknuti one pozitivne, te im pridodati nove elemente kako bi Kostrena imala precepciju u očima turista kako je opisano u sljedećoj slici.

SLIKA 13. Percepcija Kostrene u očima turista ako se istaknu pozitivni elementi



Spomenuti pomak moguć je isključivo uz značajne investicije u unapređenje ugostiteljskih objekata i drugih elementata turističke ponude, te unapređenje općih uvjeta boravka turista u destinaciji Kostrena.

Kostrena mora pružiti visoku kvalitetu ponude u urbanom okruženju.

3.2. SWOT analiza

Sukladno uobičajenoj metodologiji izrade razvojnih planova potrebno je izvršiti SWOT analizu, što podrazumijeva identifikaciju:

prednosti	-	<i>strengths</i>	(S)
nedostataka	-	<i>weaknesses</i>	(W)
prilika	-	<i>opportunities</i>	(O)
prijetnji	-	<i>threats</i>	(T)

Temeljem provedenih anketnih istraživanja i obilaska terena te provedenih rasprava, uočene su ključne prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje Kostreni kao potencijalnoj turističkoj destinaciji.

SWOT analiza ima za cilj ukazati na ključne prednosti u pogledu turističkog razvoja i ključne nedostatke samog područja za koje se vrši istraživanje, te prilike koje se ukazuju iz okruženja i koje je potrebno iskoristiti na najbolji mogući način, ali i s druge strane prijetnje koje je potrebno izbjeći.

SLIKA 14. SWOT analiza

PREDNOSTI	NEDOSTACI
Geoprometni položaj	Suživot turizma i industrije
Dostupnost kopnom, zrakom, morem	Neizgrađen turistički proizvod
Klima	Nedovoljno diferencirana ponuda
Blizina urbanog središta	Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta i njihova nedovoljna kvaliteta
Okruženost poznatim turističkim destinacijama	Nedovoljna turistička opremljenost
Kulturno-povijesna baština, tradicija	

Prirodni resurs dijelom dobro očuvan Turistički planovi i entuzijazam TZ Podrška lokalne samouprave Visoka razina sigurnosti Obrazovne institucije za kadrove u turizmu Stručna i znanstvena podrška (R&D)	Menadžment destinacije Partnerstvo u turizmu Izostanak <i>brandova</i> Nepostojanje sinergije djelovanja
MOGUĆNOSTI Značajni zaokret u turističkoj valorizaciji Kostrene Novi turistički proizvodi Selektivni oblici turizma Diverzifikacija područja i proizvoda Valorizacija nasljeđa i prirodnih resursa Valorizacija raspoloživih uvjeta Mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja Bolja pozicioniranost na tržištima Promocija lokalnog identiteta Partnerstvo	PRIJETNJE Konfliktnost razvojnih opcija Sporost u realizaciji razvojnih planova u turizmu Konkurencija ostalih destinacija sličnih obilježja Sve veći broj "novih" destinacija na svjetskom turističkom tržištu Vizualno zagađenje prostora Turbulentno i nepredvidljivo okruženje Otpor prema promjenama

PREDNOSTI – ISTAKNUTI**PRILIKE – ISKORISTITI****NEDOSTATKE – SMANJITI****PRIJETNJE – IZBJEĆI**

Izvor: pripremili autori

3.3. Pozicioniranje na tržištu

Pozicioniranje, kao određivanje mjesta (položaja) u percepciji turista u odnosu prema konkurentskim odredištima ima za zadatak pronalaženje tržišnih segmenata u odnosu

na koje turistička ponuda destinacije ima uvjeta zadovoljiti njihove potrebe i odgovoriti na njihova očekivanja.

Plan pozicioniranja izvedena je na temelju analize konkurencije, analize resursa i analize tržišta.

SLIKA 15. Podloga za strategiju pozicioniranja

Izvor: pripremili autori

Područje općine Kostrena potrebno je adekvatno tržišno pozicionirati kako bi turizam postao razvojna konstanta ove općine. Pri tome je neophodna podrška i angažman Općine Kostrena pri novom tržišnom pozicioniranju. Iz postojećih datosti (urbanizacija, infrastruktura, blizina tržišta) potrebno je izvući maksimalne koristi za lokalno turističko gospodarstvo.

Kako tržište traži posebne i osebujne turističke proizvode potrebno je izvršiti diferenciranje i branding ugostiteljskih ponuda, uz isticanje lokalnih posebnosti i prepo-

znatljivih elemenata (primjerice pomorska tradicija). To u konačnici treba rezultirati osvajanjem novih tržišnih segmenata. Očekivano se konkurentnost, uz značajna investicijska ulaganja, dinamiku može postići za 3-6 godina.

Općina Kostrena se pozicionira kao destinacija aktivnog odmora tijekom cijele godine, destinacija koja pruža mogućnost spajanja poslovnih aktivnosti, te odmora i relaksacije. Kostrena je destinacija poslovnih ljudi, sportaša i svih željnih urbanih pogodnosti u mirnom okruženju.

SLIKA 16. Pozicioniranje Kostrene kao turističke destinacije

POZICIONIRANJE KOSTRENE	
DANAS	SUTRA
<ul style="list-style-type: none"> • Tradicija • Nedefinirana tržišna pozicioniranost • Pad turističkog prometa • Smještajni kapaciteti – mali broj i niska kvaliteta • Turizam se ne sagledava kao važan element razvoja Kostrene • Konflikt industrije i turizma, na štetu turizma • Sezonalan, jeftin • Dominira proizvod sunca i mora 	<ul style="list-style-type: none"> • Snažan zaokret u turističkoj politici općine Kostrena • Velike nove investicije • Konkretna podrška i angažman Općine Kostrena pri novom tržišnom pozicioniranju • Partnerstvo: javno - privatno, privatno - privatno • Iz postojećih datosti izvući prednosti (urbanizacija, infrastruktura, blizina Rijeke) • Isticanje posebnosti • Diferenciranje i branding ugostiteljskih ponuda • Osvajanje novih tržišnih segmenata • Konkurentnost postići za 3-6 godina

Plan pozicioniranja općine Kostrena:

- Tržišni segmenti: srednja i viša platežna turistička potražnja
- Geografska segmentacija: najznačajnije domaće tržište, tržišta Italije, Austrije, Slovenije, Češke, Mađarske, BIH
- Konkurrirati visokom kvalitetom svih elemenata turističke ponude Kostrene

Kao dominantni motivi za posjet Kostreni ističu se:

- ⇨ Doživljaji
- ⇨ More
- ⇨ Gastronomija
- ⇨ Sport i rekreacija
- ⇨ Poslovni susreti

Najznačajnija emitivna tržišta za turizam Kostrene navode se u tekstu koji slijedi.

SLIKA 17. Emitivna tržišta turizma općine Kostrena

POTENCIJALNA ZNAČAJNA EMITIVNA TURISTIČKA TRŽIŠTA KOSTRENE

Grad Zagreb:

- a) poslovni motivi, hoteli, kongresi, poslovni sastanci, restorani,
- b) rekreativni motivi, more, šetnja, trim, body building, boravak na plaži-kupanje, boravak na brodici, tenis, nogomet, šetnja
- c) sportski motivi, tenis, nogomet, jedrenje, ronjenje
- d) trgovina i ostalo

Šire turističke emitivne zone Republike Hrvatske, Slovenije, Italije, Austrije i Mađarske:

- a) poslovni motivi, hoteli, kongresi, poslovni sastanci, restorani,
- b) rekreativni motivi, more, šetnja, trim, body building, boravak na plaži-kupanje, boravak na brodici, tenis, nogomet, šetnja
- c) sportski motivi, tenis, nogomet, jedrenje, ronjenje,
- d) trgovina i ostalo

Za nositelje turističke ponude na području općine Kostrena u smislu širenja tržišta potrebno je istaknuti **lokalno stanovništvo grada Rijeke i općine Kostrena**, koje se će se obogaćivanjem sadržaja također javiti kao potrošači iz sljedećih motiva:

- a) poslovni motivi, restorani, hoteli, kongresi, poslovni sastanci,
- b) rekreativni motivi, tenis, nogomet, šetnja, jedrenje, ronjenje, more, šetnja, trim, body building, boravak na plaži-kupanje, boravak na brodici, itd.
- c) sportski motivi, tenis, nogomet, jedrenje, ronjenje
- d) trgovina i ostalo

Temeljem istraživanja resursne osnove i trendova na turistikom tržištu potražnje mogu se istaknuti sljedeća ključna tržišta za Kostrenu s obzirom na motiv putovanja:

TRŽIŠTE SPORTA

Sve naglašeniji motiv putovanja i sve značajnije tržište. Iziskuje izgradnju sportskih centara i velikih stadiona i dvorana. Obuhvaća sportaše-profesionalce, sportaše-rekreativce i ostale ljubitelje sporta i sportskih disciplina.

Posebnu privlačnost imaju mega sportske priredbe. Sportski objekti koriste se kao ključni (ili dopunski) element turističke ponude pojedine destinacije (jedrenje, ronjenje, tenis, biciklizam, nogomet, dvoranski sporovi, veslanje i dr.), no i za rekreaciju lokalnog stanovništva i ispunjenje dokolice. Oni moraju biti funkcionalni i kvalitetni, a programi osmišljeni inovativno i atraktivno.

TRŽIŠTE PRIRODE

Doživljaji u prirodi, posebno na vodi-moru, pod vodom-morem, doživljaji uz vodu-more, doživljaji na kopnu, doživljaj prirode i njene flore i faune (ribolov, foto programi, promatranje ptica i životinja, endemskih vrsta itd), šetnje, hodanje, mirovanje u prirodi, skijanje na vodi, skijanje na snjegu, samo su dio aktivnosti koje suvremena turistička potražnja očekuje dostupnima. Pri tome je potrebno osigurati maksimalan stupanj zaštite prirode od negativnih utjecaja turističkih aktivnosti. Stoga se turizam u prirodi ne bi smio događati, već ga je potrebno planirati i kontrolirati, a pri tome kvalitetom pruženih usluga zadovoljiti zahtjeve turista.

TRŽIŠTE »DOBROG ŽIVOTA«

Suvremeni turisti iskusni su putnici i od turističkog putovanja traže sve više. Gotovo potpuna okrenutost radu i kari-

jeri tijekom godine izaziva potrebu turista da svoje vrijeme koje provedu na turističkom putovanju iskoriste maksimalno kvalitetno, da »dišu punim plućima« i uživaju u blagodatima destinacije u kojoj borave. Traži se: zadovoljstvo i kvaliteta, hoteli bolje kvalitete, brand hoteli, all inclusive hoteli, boutique hoteli, smještaj prilagođen potrebama pojedinca i obitelji, svi programi najviše kvalitete, zdrav život, originalnost u originalnim objektima i programima, wellness, zdrav život, zdrava hrana, duhovnost, mir, spokoj.

TRŽIŠTE ZABAVE

Show programi za »veliku zabavu«, ljetna kazališta u prirodi, raznoliki programi za zabavu na otvorenome, karnevali, festivali, show uz vodu, programi na nesvakidašnjim lokacijama.

Zabava uključuje programe vezane uz nacionalnu i lokalnu kulturu i internacionalne programe. Sadržaji trebaju biti prilagođeni pojedinim ciljnim skupinama. Programe zabave potrebno je osmisliti tijekom cijelog dana (i noći), te izbjeći koncentraciju svih događanja isključivo u večernjim satima.

TRŽIŠTE HIPER TURIZMA

Obilježiti će drugo desetljeće 21. stoljeća; posebno će biti tražena od zapadnoeuropskih turista koji takve sadržaje imaju u mjestu stalnog boravka, te očekuju takve oblike sadržaja u destinaciji koju posjećuju.

Hiper ponuda na moru, pod morem, na povijesnim stazama, u okruženju industrijskih postojenja. Vezuje se i uz sportske objekte i sadržaje.

4. RAZVOJNI MODEL

Općina Kostrena mora primijeniti model razvoja turizma koji će joj osigurati konkurentne prednosti u tržišnoj utakmici sa destinacijama sličnih obilježja, usmjerenih ka istim ciljnim skupinama.

Model razvoja turizma općine Kostrena mora se temeljiti modelu integralnog upravljanja kvalitetom (IQM), jer je to put koji osigurava zadovoljstva svih sudionika na razini turističke destinacije.

Prema IQM-u nužno kombinirati sljedeća četiri ključna činitelja:

- a) Zadovoljstvo turista, što nalaže da se ustroji sustav kontinuiranog ocjenjivanja kvantitativnih i kvalitativnih činitelja ponude;

b) Zadovoljstvo svih sudionika lokalne turističke ponude, što nalaže evaluaciju realnih mogućnosti i postignuća u domeni kvalitete poslova i razvoju karijera zaposlenih a na dobrobit razvoja lokalnih poduzetnika u turizmu;

c) Zadovoljstvo lokalnog stanovništva kvalitetom života što zahtijeva sustavno ocjenjivanje efekata turizma na lokalnoj razini;

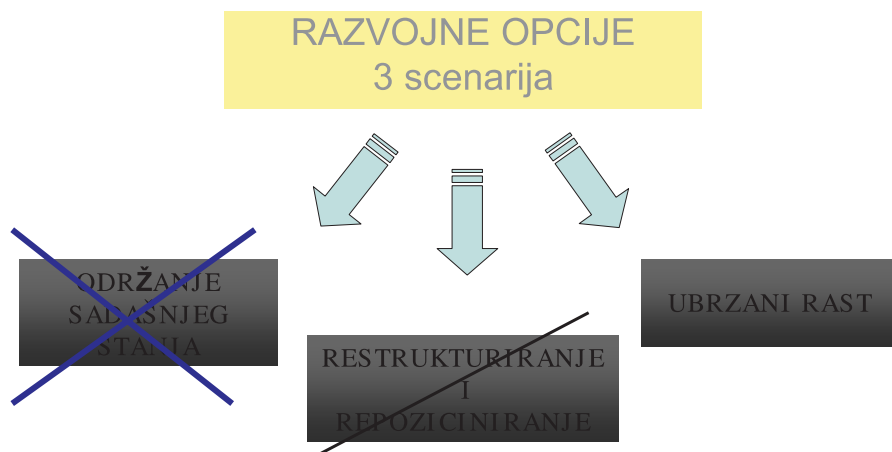
d) Kvaliteta okoliša izrazito je važan činitelj suvremenog razvoja turizma mjerljiv kroz pozitivne ili negativne utjecaje turizma na okoliš, tj. na prirodno okruženje, kulturnu baštinu, resurse ljudskog djelovanja, uređenost i organiziranost destinacije.

Upravljanje turističkim područjem na temeljima IQM može samo inovativni i integralni destinacijski menadžment, a to je prepoznatljivo, ukupnom razvoju orijentirano vodstvo, uz podršku lokalne vlasti, turističkih profesionalaca, nositelja turističke ponude i lokalnog stanovništva.

4.1. Izbor modela razvoja

Sukladno odabranoj metodologiji rada pri izradi Plana razvoja turizma općine Kostrena postavljena su i analizirana tri razvojna scenarija:

SLIKA 18. Alternativni razvojni scenariji razvoja turizma općine Kostrena



Izvor: izradili autori

Kombinacija ova dva scenarija, te predloženi model najpotpunije omogućava zadovoljavanje kriterija:

- zadovoljstvo turista
- zadovoljstvo lokalnog gospodarstva

1. ODRŽAVANJE SADAŠNJEG STANJA
2. RESTRUKTURIRANJE I REPOZICIONIRANJE
3. UBRZANI RAST

Postavljeni razvojni scenariji procjenjivani su na način da se određuje njihov potencijalni:

- ⇒ doprinos razvoju gospodarstva na području općine Kostrena
- ⇒ doprinos blagostanju lokalnog stanovništva općine Kostrena i rastu ukupne kvalitete njihova života
- ⇒ doprinos konkurentnosti turističke ponude općine Kostrena

Pri tome se ima u vidu da se odabranim modelom trebaju minimizirati negativni, a istaknuti pozitivni utjecaji turizma.

Analiza razvojnih opcija u kontekstu specifične lokalne situacije na području općine Kostrena, odnosno uzimajući u obzir raspoloživu resursnu osnovu, potencijale razvoja, mogućnosti i realna ograničenja dovodi do zaključka da je nužna primjena kombinacije dva razvojnog scenarija: u prvom redu scenarija *ubranog rasta*, a zatim manjim dijelom scenarija *restrukturiranja i repozicioniranja*.

- zadovoljstvo lokalnog stanovništva i unapređenje kvalitete njihova života
- kvaliteta okoliša.

Naime, izvršena je procjena čimbenika alternativnih scenarija razvoja koja je pokazala da scenarij *ubranog raz-*

voja te scenarij *repozicioniranja i restrukturiranja* primjerenom zadovoljavaju navedene čimbenike. (vidi sljedeću sliku). Pri tome treba kod primjene scenarija ubrzanog raz-

voja biti vrlo pažljiv kod pojedinih čimbenika, budući njegova nekontrolirana primjena može dovesti do negativnih efekata. (spomenuti faktori označeni su »!« u matrici).

TABLICA 6. Matrica procjene alternativnih scenarija razvoja turizma općine Kostrena

PROCJENJIVANI ČIMBENICI	SCENARIJ 1 Održanje sadašnjeg stanja	SCENARIJ 2 Ubrzani rast	SCENARIJ 3 Restrukturiranje i repositioniranje
Zadovoljava postavljene dugoročne ciljeve razvoja turizma		+	+!
Usklađenost s nacionalnom politikom razvoja		+	+
Usklađenost s turističkom razvojnom politikom		+	+!
Optimalizira ekonomske koristi uz prihvatljive troškove		+	+
Osigurava dostatnu zaposlenost i rast dohotka		+	+
Osigurava dostatne učinke na međunarodnu razmjenu		+	+
Potiče razvoj ekonomski slabije razvijenih područja		+	+
Racionalno korištenje resursa		+!	+
Minimizira negativne socio-kulturne utjecaje		!	+
Pomaže očuvanju kulturno-povijesne baština		+!	+
Pomaže revitalizaciji tradicionalnih obrta i umjetnosti		+	+
Minimizira negativne utjecaje na prirodni okoliš		!	+
Involvira mjere očuvanja okoliša i zaštite prirode		+!	+
Maksimalno korištenje postojeće infrastrukture		+	+
Maksimalno korištenje novo izgrađene infrastrukture		+	+
Prihvatljivost lokalnom stanovništvu		+!	+
Usklađenost s međunarodnim trendovima na turističkom tržištu		+	+

Izvor: izradili autori

Primjena scenarija *održavanja sadašnjeg stanja* bi u stvari predstavljala trajnu stagnaciju, budući se sadašnje stanje ni u kom slučaju ne može smatrati zadovoljavajućim.

Turistički proizvod općine Kostrene potrebno je repositionirati na turističkom tržištu valorizirajući sve raspoložive resurse uz pomoć njihove optimalne strukturiranosti i efikasne upotrebe, te na taj način temeljem postojećih komparativnih prednosti desegnuti zadovoljavajuću razinu konkurentnosti. Neprikladna razvijenost turizma na području općine zahtjeva istodobnu primjenu scenarija ubrzanog rasta, uz kontinuirani monitoring putem odabranih indikatora prilagođenih lokalnoj situaciji.

Odabrani razvojni model turizma općine Kostrena je:

- Teorijski utemeljen
- Praktično provediv
- Jasan i poticajan

S obzirom na objektivna ograničenja pri realizaciji razvojnog modela, a koja u prvom redu proizlaze iz prostorno planske dokumentacije, implementacija razvojnog modela, odnosno projekata koji su u funkciji njegove realizacije mogu se sagledati kao:

A) Projekti u čiju je realizaciju moguće odmah krenuti

B) Projekti koji traže primjenjenu pripremu, uključivo ev. izmjene Prostorno planske dokumentacije

Turizam se s pravom u svijetu naziva »najjačom industrijom 21. stoljeća«. To implicira i izrazito veliku konkurenciju koja vlada na tom tržištu i potrebu za stalnim unapređenjem svih elemenata ponude.

Procjenom i simulacijom zacrtanih projekata A) u okviru Plana utvrđeno je da osiguravaju:

- Opstanak na turističkom tržištu.
- Pozitivan, no ne i dostatan pomak na ljestvici konkurentnosti Kostrene u usporedbi sa sličnim destinacijama (korištenja metoda *benchmarking*)
- Tržišno pozicioniranje u segmentu destinacija koje ostvaruju prosječne ekonomske rezultate od turizma.

Procjenom i simulacijom zacrtanih projekata B) u okviru Plana (naravno uz obuhvat i projekata A)), koja iziskuje značajnije izmjene ključnih razvojnih dokumenata na području općine Kostrena, utvrđeno je sljedeće:

- Osiguranje dugoročne konkurentnosti i tržišnog pozicioniranja Kostrene primjerenog njenim mogućnostima i osnovi, realno je izvedivo realizacijom projekata A) i B) zacrtanih Planom razvoja.

- Realizacija projekata A) i B) osigurala bi značajan pomak na ljestvici konkurentnosti Kostrene i učinila je konkurentnom destinacijama sličnih obilježja na Mediteranu.

Kao specifičan benchmark i usporedna analiza sagledani su:

- Trst s okolicom
- Split i općine u prstenu Splita (Kaštela)
- Genova i gradići i komune u okruženju
- Okruženje i turistički potencijali u Bavarskoj
- okruženje Ingolstata u Bavarskoj

- Tržišno pozicioniranje u segmentu destinacija koje ostvaruju iznadprosječne ekonomske rezultate od turizma.

- Ovako koncipiran razvoj značajno bi promijenio percepciju Kostrene u očima turističke potražnje (turista) i okruženja uopće, ističući u prvi plan pogodnosti za boravak turista i pogodnosti za život lokalnog stanovništva koje su tamo prisutne.

4.2. Ciljevi razvoja turizma općine Kostrena

Ciljevi razvoja turizma općine Kostrena usklađeni su s globalnim gospodarskim, te društvenim ciljevima općine. Dugoročni je cilj razvoja turizma na području općine je prvenstveno blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta.

Potrebno je istaknuti da ne postoji subordinacija ciljeva te da su svi navedeni ciljevi jednako važni i da se međusobno uvjetuju. Značajno odstupanje od bilo kojeg cilja nedvojbeno bi bitno poremetilo ravnotežu odnosa.

SLIKA 19. Osnovne skupine dugoročnih ciljeva turizma općine Kostrena



Izvor: izradili autori

U okviru osnovnih skupina ciljeva razvoja turizma Kostrene razrađeni su i utvrđeni podciljevi pojedine skupine. Iako polaze od općih ciljeva turizma uobičajenih za različite destinacije, navedeni su ciljevi prilagođeni lokalnoj situaciji i specifičnostima.

Ekonomske ciljevi:

- Turizam kao poticaj razvoju gospodarstva u cjelini
- Rast investiranja
- Poduzetništvo, obrtništvo
- Veće zapošljavanje (naročito mladeži)
- Povećanje turističke potrošnje
- Proizvodnja autohtonih proizvoda
- Cjelogodišnje poslovanje (sezonalnost ponegdje nemoguće izbjeći)
- Viša kvaliteta smještajnih objekata

- Bolja struktura smještajnih kapaciteta
- Razvoj novih turističkih proizvoda
- Osvajanje novih tržišnih segmenata
- Integralna kvaliteta destinacije

Socio-kulturni ciljevi:

- Rast kvalitete života lokalnog stanovništva, blagostanje
- Sigurnost za lokalno stanovništvo i turiste
- Očuvanje kulturno-povijesne baštine
- Očuvanje lokalnog identiteta u uvjetima globalizacije

Ekološki ciljevi (zaštita okoliša):

- Zaštita i valorizacija raspoloživih prirodnih resursa
- Ekostandardi

➤ Monitoring zagađenja

Aplikacija navedenih ciljeva u praksi putem odabranog razvojnog modela treba dovesti do značajnog iskoraka u razvitku turizma općine Kostrena.

Navedeni ciljevi moraju biti u funkciji optimalizacije koristi između lokalnog stanovništva, turista i nositelja turističke ponude.

Turistički proizvodi općine uklapaju se u sustav turističke ponude Kvarnera, koji samo objedinjenom ponudom može postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnom turističkom tržištu. Turistički proizvodi se, dakle, nadograđuju s turističkim proizvodima susjednih destinacija, izazivajući sinergijski efekt, te zajedno tvoreći integralni turistički proizvod Kvarnera.

4.3. Vizija

Vizija predstavlja svojevrsan pogled u budućnost. Razvoj turizma potiče se prvenstveno ciljem kvalitetnijeg života lokalnog stanovništva, iz čije perspektive se može sagledati budućnost:

KOSTRENA - prostor za aktivni odmor, za sportaše i rekreativce, obitelji i poslovne partnere, na dohvat ruke

Ta vizija počiva na raspoloživoj resursnoj osnovi relevantnoj za nastup na turističkom tržištu, općoj percepciji ovog područja od strane potencijalnih turista i isticanju specifičnih, razlikovnih elemenata u odnosu na konkurenciju.

Ciljem ostvarenja navedene vizije potrebno je definirati mjere i zadatke, te izgraditi mrežu kooperativnih odnosa subjekata koji su izravno ili neizravno vezani uz turistički razvoj općine Kostrena.

Vizija turizma Kostrene podrazumijeva da je riječ o destinaciji:

- ⇔ S mnoštvom uvjeta za aktivni odmor
- ⇔ Opuštanja i dinamike
- ⇔ Destinacije po mjeri čovjeka 21. stoljeća

Iz navedenog je moguće izvesti prodajni prijedlog turizma općine Kostrena:

KOSTRENA - AKTIVNI ODMOR TIJEKOM CIJELE GODINE

KOSTRENA - DESTINACIJA PO MJERI 21. STOLJEĆA

Uvjetno, turizam općine Kostrena, kroz razvoj, poprima misiju da pridonese obogaćivanju ekonomske supstance lokalne zajednice, profesionalan izbor njenih stanovnika te ukupan standard i kvalitetu života.

4.4. Matrica proizvoda

Temeljem analize resursa, mogućnosti njihove turističke valorizacije i dostizanja konkurentnosti potrebno je na području općine Kostrena razviti niže navedene turističke proizvode za koje postoje objektivne pretpostavke da budu privlačni turistima.

Turistički proizvodi primarnog značaja:

- Sportsko-rekreacijski turizam
- Aktivni odmor
- Wellness
- Nautički turizam
- Poslovni turizam
- Incentive
- Izletništvo

SLIKA 20. Matrica proizvoda turizma općine Kostrena

Portfelj proizvoda – budućí

Atraktivnost

velika	Sportsko-rekreacijski turizam Nautički turizam	Wellness Poslovni turizam Incentive	
	Aktivni odmoršni turizam	Izletništvo	
srednja			
mala			
	velika	srednja	mala

Konkurentnost

Izvor: izradili autori

U okviru iznesenih turističkih proizvoda moguće je osmišljavanje njihovih različitih modaliteta temeljenih na spektru jedinstvenih i privlačnih doživljaja.

Turistima je, ali i izletnicima tijekom boravka na području općine Kostrena potrebno pružiti

JEDINSTVENI DOŽIVLJAJ

Za povećanje konkurentske sposobnosti općine Kostrena potrebno je, dakle, sagledati sljedeće potencijalne sadržaje i objekte:

- > valorizirati hotel Lucija, kao gradski hotel
- > valorizirati postojeće objekte i izgraditi nove kao ugostiteljske objekte za pružanje usluga prehrane, pića i napitaka, restorani, gostionice, barovi, disco, kafe barovi, bistro, buffet, konobe, itd.
- > valorizirati obalni pojas od nasipa sa brodogradilištem Viktor Lenac do zaključno uvale Vele vode,
- > valorizirati uvalu Žurkovo u marinu, nautički sadržaji,
- > valorizirati prostor zaleđa današnje trim staze,
- > valorizirati postojeće objekte: nogometno igralište na Žuknici NK Pomorac, tenis igrališta na Žuknici, sportsku dvoranu, postojeći jedriličarski sadržaji JK Galeba proširiti-povećati i podignuti na razinu najvećeg sportsko rekreativnog kluba i sadržaja na Jadranu (po uzoru na Split: Labud, Mornar, Špinut, Zadar, Trst itd.)

4.5. Mjere i programi podrške realizaciji razvojnog modela

Za uspješno provođenje Plana razvoja nužno je primjenjivati posebne razvojne i druge mjere i programe podrške.

Kako je intencija Plana da bude jasan, te da daje konkretne ciljne smjernice za razvoj turizma na području za koje se donosi, u nastavku se iznosi pregled postjećih programa potpore na razini Republike Hrvatske i Primorsko-goranske županije, korištenje kojih može direktno doprinijeti implementaciji Plana razvoja turizma na području općine Kostrena i realizaciji projekata.

Programi raspoloživi na razini Republike Hrvatske

U nastavku se iznose osnovne informacije o pojedinim programima koji su u dosadašnjim razdobljima bili raspoloživi. Stalne promjene, nameću potrebu trajnog praćenja raspoloživih programa, te njihovo što aktivnije korištenje. Sve informacije, uvjeti i službena procedura dostupna je zainteresiranima u relevantnim institucijama/tijelima zaduženim za provedbu Programa, te je svakako potrebno prije pristupanja provjeriti njihov status, uključivši raspoloživost novih programa koji mogu biti od interesa investitorima s područja Kostrene.

⇒ Kreditiranje obiteljskog poduzetništva u turizmu - Program kreditiranja »Poticaj za uspjeh« s potprogramom »Pod stoljetnim krovovima«

⇒ Program kreditiranja turističkog sektora

⇒ Program obrazovanja i obuke kadrova u ugostiteljstvu i turizmu

⇒ Dodjela bespovratnih sredstava turističkim projektima kojima su prethodno odobrena sredstava iz prepristupnih fondova EU i drugih međunarodnih fondova

⇒ Program poticanja, zaštite, obnove i uključivanja u turizma kulturne i prirodne baštine u turistički nerazvijenim područjima »Baština u turizmu«

⇒ Program poticanja razvoja tematskih putova u Republici Hrvatskoj »Tematski putovi«

⇒ Program poticanja unapređenja izrade i plasmana izvornih suvenira »Izvorni suvenir«

Programi raspoloživi na razini Primorsko-goranske županije

Primorsko-goranska županija imala je na raspolaganju program »Unapređenje turizma« s kojim sredstvima sufinancira lokalne projekte razvoja turizma, poput turističkih manifestacija, izgradnje i uređenja šetnica, obilježavanja turističkih znamenitosti i slično.

Također, u okviru programa poticaja gospodarstvenicima i poduzetnicima Primorsko-goranske županije moguće je aplicirati i s projektima direktno ili indirektno vezanim uz turizam.

Prijedlog mjera poticaja razvoja turizma od strane Općine Kostrena

Namjena je potaknuti sve zainteresirane osobe i institucije ne samo na raspravu već i na veće angažiranje u procesu izgradnje konkurentskoga i prepoznatljivoga turističkoga gospodarstva. Da bi se to ostvarilo. Kao potencijalne mjere koje se mogu konkretizirati navode se sljedeće:

- Osigurati stimulativne mjere za financiranje izgradnje unapređenje smještajnih i drugih turističkih kapaciteta, te ostalih sadržaja turističke ponude
- Poticati sustav racionalnoga gospodarenja i upravljanja prostorom i prirodnim resursima
- Poticati sustav zaštite okoliša i suzbijanja ekoloških onečišćenja
- Kontinuirano pratiti stavove i zadovoljstvo tržišta (istraživanje tržišta)
- Priprema programa i podloge za eventualno financiranje iz različitih fondova EU
- Potpora u provedbi razvojnog programa turizma osiguranjem raznih komunalnih, prostorno-lokacijskih i sličnih olakšica turističkim subjektima
- Stručna i tehnička pomoć privatnim poduzetnicima i domaćinstvima
- Održavanje komunalnog sustava, reguliranje prometa, brige se o uređenju parkova, pročelja zgrada, spomeničke baštine, zemljišta, raznih manifestacija i turističkih atrakcija
- Poticati kreativnost, oспособiti se za nove izazove i kooperativnost u stvaranju integralnog upravljanja turističkom ponudom
- Stvoriti »strateške saveze« za zajedničku promociju, kvalitetu i širenje ponude raznovrsnih proizvoda i usluga,
- Integralnim upravljanjem unaprijediti kvalitetu i sniziti troškove destinacije
- Poticati edukativne aktivnosti
- Razvijati suradnju s sručnim i drugim udrugama civilnog društva koje imaju važne zadatke i aktivnosti u promicanju turističke ponude u cjelini.

Na svim razinama potrebno je uskladiti aktivnosti i kontinuirano projektirati razne mjere i poticaje za razvoj turističke destinacije Kostrena.

4.6. Ključni razvojni projekti

Za svaki plan razvoja definiranje konkretnih projekata je najosjetljivije područje istodobno neophodno ukoliko se žele istaći odrednice koje čine preduvjet ostvarenja željenog cilja.

U nastavku se, stoga, navode ključni projekti u funkciji realizacije modela razvoja turizma općine Kostrena. U ovisnosti od stavova investitora ili novonastalih okolnosti projekti su podložni modificiranju u pojedinim segmentima.

Treba napomenuti da su projekti, iako formalno neovisni, povezani i uspješnost svakog projekta je dijelom zavisna od realizacije drugih strateških projekata.

Slijedom naprijed izloženog ključne projekte moguće je razlikovati s gledišta dinamike i opredjeljenja prema dugoročnom razvoju na način da se ulaganja promišljaju kao:

A) realizacija moguća u kraćem razdoblju

B) korak - realizacija moguća u srednjoročnom razdoblju, uz preduvjet povoljne lokalne »klime« za optimalan turistički iskorak.

4.6.1. A) Razvojni projekti-realizacija moguća u kraćem razdoblju

Projekt:	UREĐENJE PLAŽA – KUPALIŠTA I VALORIZACIJA OBALE
Namjena:	<i>Plaže i plažni sadržaji</i>
Kratki opis:	<p><i>Plaže i plažni sadržaji, uključujući objekte na moru i uz more, uz jaku logistiku u zaleđu.</i></p> <p><i>Standard uređenosti plaža – visok.</i></p> <p><i>Upravljanje – dijelove plaža dati na koncesiju uz precizno definirane uvjete budućem koncesionaru.</i></p> <p><i>Realizirati projekt tematskih plaža:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Plaža za djecu</i> • <i>Plaža za mlade</i> • <i>Zabavni park na vodi</i> • <i>Tiha plaža</i> • <i>Plaža s dozvolom pristupa kućnim ljubimcima</i> <p><i>Prateći sadržaji uz plaže: spasilačka služba, ležaljke, suncobrani, svi sadržaji vezani uz kupanje, sport i rekreaciju na moru, zabave na i uz more.</i></p> <p><i>Sve plaže trebaju doći standard Plave zastave.</i></p> <p><i>U zaleđu plaža potrebno je osigurati dovoljan broj parkirališnih mjesta.</i></p>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Osigurati mogućnost uređenja plaža. Voditi računa o prostoru Podmorskog parka, gdje su intervencije limitirane.</i>
Izvor financiranja:	<i>Javno, privatno (koncesije)</i>
Predviđena realizacija:	<i>2010., 2011.</i>
Prioritet:	<i>A</i>
Preliminarna procjena investicije:	<i>1.000.000,00 EURA</i>
Potencijalni rizici:	<i>Otpor lokalnog stanovništva i dosadašnjih korisnika plaža zbog novih standarda.</i>

Projekt:	OSMIŠLJAVANJE PREPOZNATLJIVOG VIZALNOG IDENTITETA KOSTRENE (ZA UGOSTITELJSKE OBJEKTE)
Namjena:	Ostvarenje prepoznatljivosti ugostiteljskih objekata za hranu i piće s područja općine Kostrena.
Kratki opis:	S ciljem posebne identifikacije ugostiteljskih objekata za hranu i piće na području potrebno je osmisliti prepoznatljivi vizualni identitet koji bi bio i vizualna konstanta za sve ugostiteljske objekte koji prihvate ući u sustav. Osmišljavanje vizalnog identiteta financirala bi Općina Kostrena. Primjenu vizualnog identiteta u ugostiteljskim objektima Općina Kostrena može potpomoći djelomičnim sufinanciranjem kredita i dogovoranjem posebne kreditne linije s nekom od komercijalnih banaka.
Preduvjeti za realizaciju projekta:	Suglasnost vlasnika ugostiteljskim objekata za primjenom novog vizualnog identiteta. Spremnost Općine Kostrena za financiranjem projekta.
Izvor financiranja:	Javno, javno-privatno
Predviđena realizacija:	2010.
Prioritet:	A
Preliminarna procjena investicije:	15.000,00 EURA
Potencijalni rizici:	-

Projekt:	UNAPREĐENJE PONUDE UGOSTITELJSKIH OBJEKATA
Namjena:	Ugostiteljska ponuda prehrane i pića
Kratki opis:	Diverzificirati ugostiteljsku ponudu hrane i pića. Kostrena – ugostiteljski centar Kvarnera. Koncentracija restorana visoke kvalitete i standarda usluga. Ugostiteljski objekti za pružanje usluga prehrane, pića i napitaka, za prihvata gostiju sa ukupno 25.000 stolica. Objekti najviše koncentrirani uz obalu.
Preduvjeti za realizaciju projekta:	Poticaji od strane Općine Kostrena za unapređenje ponude u ugostiteljskim objektima
Izvor financiranja:	Privatno (uz potporu javnog sektora)
Predviđena realizacija:	2010., 2011., 2012
Prioritet:	A, B
Preliminarna procjena investicije:	1.500.000,00 EURA

<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Nespremnost investitora i vlasnika objekata da zadovolje tražene visoke standarde. Nedovoljna znanja. Nedostatak stručnih kadrova.</i>
-----------------------------	---

Projekt:	KVARNER EYE
<i>Namjena:</i>	<i>atrakcija</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>U okviru pješačkih staza na primjerenom mjestu smjestiti atraktivan objekt KVARNER EYE – vidikovac. Osigurati dodatne sadržaje, npr. interpretacijske tabele, edukacijske sadržaje.</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Prostorno planska dokumentacija</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2011.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>B</i>
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	<i>50.000,00 EURA</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>-</i>

Projekt:	MALI OBITELJSKI HOTEL ILI PANSION (uključivo Hostel)
<i>Namjena:</i>	<i>Smještajni kapaciteti</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>S obzirom na predviđeno aktivnije uključivanje na turističko tržište izgradnja novih smještajnih kapaciteta je nužna. Turistička potražnja pokazuje snažan rast interesa za boravkom u malim obiteljskim hotelima ili pansionima. Objekte je potrebno projektirati, graditi i kategorizirati s skladu sa nacionalnim i međunarodnim standardima. Radi boljeg tržišnog pozicioniranja predlaže se diferenciranje objekata s obzirom na ponudu: well-being hotel, sportsko-rekreacijski hotel, obiteljski hotel, hotel prilagođen djeci (kinderhotel), hotel za poslovne susrete i drugo. Trend su tematski hoteli i butik hoteli. Traži se personalizirana usluga. S obzirom na inters mladih za posjet Kostreni moguća je prenamjena ili izgradnja hostela.</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Prostorno planska dokumentacija</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>privatni</i>

<i>Preliminarne procjene investicije</i>	<i>Rekonstrukcija/novogradnja: 20.000,00-1.500.000,00 EURA, ovisno o opremljenosti i namjeni objekata</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2010., 2011., 2012.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>A/B</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Dug period za ishodovanje sve potrebne dokumentacije (administrativne prepreke)</i>
Projekt:	MUZEJ KOSTRENSKIH KAPETANA
<i>Namjena:</i>	<i>atrakcija</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>Osmisliti originalni, suvremeni, multimedijalni muzej koji će prezentirati bogatu pomorsku tradiciju Kostrene. Interpretacija priča, događaja... Funkcija: atrakcija i edukacija Ciljna tržišta:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lokano stanovništvo</i> • <i>Turisti koji borave u Kostreni, ali i na Kvarneru</i> • <i>Djeca u okviru školskih edukativnih izleta</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Pronalaženje prostora za djelovanje (eventualni dio objekta ex Croatia line) Inovativno osmišljavanje sadržaja</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2011.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>A</i>
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	<i>1.300.000,00 EURA</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Neatraktivna prezentacija sadržaja, što bi umanjilo interes za posjetom.</i>

Projekt:	BOTANIČKI VRT – BOTANIČKI VRTOVI HORTIKULTURNO UREĐENJE
<i>Namjena:</i>	<i>atrakcija</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>Stalno unaprijeđivati postojeći Botanički vrt. U skladu s pomorskom tradicijom duž obalnog dijela sukcesivno nasađivati biljke iz svih dijelova svijeta uz interpretacijske tabele.</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Hortikulturno uređenje Kostrene, osiguranje financijskih sredstava</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2010.,2011.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>B</i>
<i>Preliminarni iznos investicije:</i>	<i>100.000,00 E (predviđena je donacija dijela biljnog materijala-jedna pomorska obitelj, jedna biljka)</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Devastacija novoposađenih biljaka</i>

Projekt:	PODMORSKI PARK
Namjena:	<i>atrakcija</i>
Kratki opis:	<i>Jedinstveni podmorski park na Jadranu.</i>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Projekt realiziran (proglašeno područje Podmorskim parkom)</i>
Izvor financiranja:	<i>Javno</i>
Predviđena realizacija:	<i>Projekt u tijeku, nastaviti na primjerenoj promociji i prezentaciji podmorskog parka</i>
Prioritet:	<i>A</i>
Preliminarna procjena investicije:	
Potencijalni rizici:	<i>Devastacija podmorskog parka</i>

Projekt:	UNAPREĐENJE PRIVATNOG SMJEŠTAJA
Namjena:	<i>Smještajni objekti</i>
Kratki opis:	<i>Kontinuirano unapređenje smještajnih objekata u kućanstvima na području Kostrene. Umrežavanje iznajmljivača i osmišljavanje krovnog branda i promotivnih aktivnosti za sve iznajmljivače s područja Kostrene.</i>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Kontinuirana komunikacija s potencijalnim turističkim tržištem.</i>
Izvor financiranja:	<i>Privatno</i>
Predviđena realizacija:	<i>2010., 2011., 2012.</i>
Prioritet:	<i>B</i>
Preliminarna procjena investicije:	<i>300.000,00 EURA</i>
Potencijalni rizici:	<i>Nedostatak poduzetničkog duha Nedostatak inovativnosti Nedostatak znanja</i>

Projekt:	ETNO KUĆA
Namjena:	<i>atrakcija</i>
Kratki opis:	<i>Realizacija već započetog projekta Etno kuće u Škveru. Prezentacija bogate etno baštine. Funkcija: atrakcija i edukacija</i>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Dalji nastavak na realizaciji Etno kuće</i>

<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2010., 2011</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>B</i>
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	<i>40.000,00 EURA</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Neinovativna prezentacija sadržaja u Etno kući, što bi smanjilo atraktivnost za turiste.</i>

Projekt:	KOSTRENSKA KUĆA
<i>Namjena:</i>	<i>Usluge</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>Kostrenska kuća kao objekt za smještaj ureda i info punkta Turističke zajednice općine Kostrena. Slijedi tradicionalne postulate gradnje.</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Lokacija Izvori financiranja</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2010.-2011.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>A</i>
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	<i>150.000,00 EURA</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>-</i>

Projekt:	TURISTIČKA SIGNALIZACIJA
<i>Namjena:</i>	<i>Usluge, infrastruktura</i>
<i>Kratki opis:</i>	<i>Na području općine Kostrena potrebno je kontinuirano unaprijeđivati turističku signalizaciju. Osim tehničkih elemenata, turistička signalizacija treba obuhvatiti i interpretacijske ploče koje na inovativan i originalna način predstavljaju određene sadržaje.</i>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Osmišljavanje novih sadržaja i realizacija predviđenih projekata</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<i>Javno</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>Trajno</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>A, B</i>
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	<i>15.000,00 EURA</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>-</i>

Projekt:	SUVENIR
Namjena:	<i>Atrakcija</i>
Kratki opis:	<i>Općina Kostrena treba raspisati natječaj za osmišljavanje i izradu izvornog suvenira općina Kostrena. U proizvodnju suvenira treba uključivati privatne poduzetnike, obrtnike.</i>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Osigurana sredstava – naknada za rješenje izvornog suvenira.</i>
Izvor financiranja:	<i>Javno – privatno Moguće (su)financiranje iz različitih Programa: npr. 2008. godine bio je raspisan poziv za Program poticanja unapređenja izrade i plasmana izvornih suvenira «Izvorni suvenir»</i>
Predviđena realizacija:	<i>2010.</i>
Prioritet:	<i>A</i>
Preliminarna procjena investicije:	<i>10.000,00 EURA</i>
Potencijalni rizici:	<i>Pretjerana komercijalizacija tradicije koja dovodi do njene degradacije; neprimjereno rješenje suvenira.</i>

Izvjesno je da bi realizacija projekta prvog koraka znatno unaprijedila kvalitetu ponude destinacije Kostrena. Isto tako, jasno je da nije riječ o repositioniranju koje u cjelini koristi raspoložive resurse (položaj, prostor, priroda, ljude...).

Novi tržišni iskorak zahtjeva realizaciju projekata navedenih u nastavku pod točkom 4.2.6.

4.6.2. B) Razvojni projekti koji osiguravaju visoku razinu konkurentnosti (realizacija moguća u srednjoročnom razdoblju)

Projekt:	HOTEL LUCIJA – HOTELSKI KOMPLEKS
Namjena:	<i>Smještaj</i>
Kratki opis:	<i>Projekt obuhvaća prostor sadašnjeg hotela Lucija, koji je moguće planski podijeliti u nekoliko cjelina. a) Restrukturiranje i dogradnja hotela Lucija u hotel 4* (na mjestu dva sadašnja paviljona) S obzirom na novo pozicioniranje općine Kostrena Hotel Lucija treba imati standard minimum 4 zvjezdice. U slučaju realizacije drugog važnog projekta Nautički sadržaji – marina Žurkovo, otvara se mogućnost da hotel ide na standard 5 zvjezdica.</i>

Kapacitet – cca 90-110 smještajnih jedinica

Tematski hotel – posebni standardi: priobalni odmorišni (Coastal Holiday), poslovni (Business), zdravlje & fitness (Health & Fitness)

Opis:

- *Hotel s bogatim ugostiteljskim sadržajima (restorani, kavane, noćni bar, sadržaji za zabavu gostiju)*
- *Hotel namjenjen poslovnim ljudima, za održavanje radnih sastanaka i kongresa.*
- *Incentive turizam.*
- *Dobro opremljeni sadržaji za rekreaciju i sportske oblike sadržaja.*

b) Izgradnja novog smještajnog objekta – Hotel 4*

Tematski hotel – posebni standard: wellness , zdravlje & fitness (Health & Fitness)

Kapacitet – cca 30 smještajnih jedinica

a) Izgradnja novog hotela 4* (na mjestu sadašnje recepcije i restorana)

Kapacitet – cca 70 smještajnih jedinica

Tematski hotel – posebni standardi: priobalni odmorišni (Coastal Holiday), Zdravlje&Fitness (Health & Fitness) ili Obiteljski (Family)

d) Izgradnja wellness centra

Poslovanje: cjelogodišnje

Aktivni wellness (tretmani)

Pasivni wellness (vježbe)

Konzumerski wellness (prehrana)

Wellness centar treba promatrati kao zaseban, u potpunosti izdvojen samostali objekt. Međutim, on je svakako integralan dio Komplexa Lucija (funkcionalno povezan sa smještajnim objektima) te važan sadržaj boravka turista. Namjenjen je i stanovništvu iz bližeg okruženja. Na taj način tržište se znatno proširuje te se otvara mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja.

e) Izgradnja rekreacijskog centra zatvorenog tipa

Poslovanje: cjelogodišnje

Centar bi u svome centralnom dijelu imao terene za sportske igre oko kojih bi se nalazila staza za trčanje, fitness dvorana i umjetna stijena. Centar bi omogućio bavljenje sportskim sadržajima neovisno o vanjskim meteorološkim prilikama te bi bi ou funkciji cijele godine.

	<p>Može biti smješten u sklopu jednog od hotela kao zasebna funkcionalna cjelina, a može biti u potpunosti izdvojen kao samostalni objekt. Kada je riječ o cjelini u sklopu hotela, tada je, ako je ikako moguće, potrebno osigurati izravnu vezu sa smještajnim jedinicama, uz mogućnost i vanjskog ulaza.</p> <p>S obzirom na raspoložive resurse i značajke prostra, te kompatibilnost s ostalim sadržajima u sklopu rekreacijskog centra moguće je predvidjeti sljedeće sportske i rekreacijske sadržaje: sportske igre (mali nogomet, košarka, odbojka, tenis, stolni tenis, squash, badminton), programi obuke/tečajevi (power tečajevi – različite vrste aerobike, spinning, penjanje po umjetnoj stijeni i soft tečajevi- thai-chi, pilates, joga), fitness centar (kardiotrening, trening na spravama za povećanje snage, dječji fitness za djecu od 6-16 godina), running & power walking, rolanje.</p> <p>Rekreacijski centar izvrsno se nadopunjuje s postojećom šetnicom uz more, te ostalim raspoloživim sadržajima za sport i rekreaciju.</p> <p>f) Garažni prostor Kapacitet: 100-200 parkirnih mjesta</p>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<p>Prostorno-planska dokumentacija Interes investitora Realizacija ostalih ključnih projekata na području općine Kostrena</p>
Izvor financiranja:	Privatno
Predviđena realizacija:	2010.- 2014.
Prioritet:	A
Preliminarna procjena investicije:	15.000.000,00 EURA
Potencijalni rizici:	Devastacija prirode usljed neprimjerenih arhitektonskih rješenja.
Projekt:	MARINA ŽURKOVO
Namjena:	Nautika
Kratki opis:	<p>Raspolagati integriranom i konkurentnom infrastrukturom za pristup morskim putem, kako bi se turistima, korisnicima marine, te lokalnom stanovništvu omogućio lakši pristup priobalnom pojasu. Program mora biti prilagođen potrebama lokalnih zajednica i potrebama turističke potražnje tijekom cijele godine.</p> <p>Marina sa vezovima u vodi i na suhom (200 vezova u vodi i 100 vezova na suhom).</p>

	<p><i>Nautički sadržaji, vezivenje, usluge dizanja, čuvanja, pranja, čišćenja i dr.</i></p> <p><i>Servis za nautičare.</i></p> <p><i>Manji popravci, montaže, gradnje u drvu i zastupanje poznatih brandova.</i></p> <p><i>Ponuda opreme i usluga. Zastupstva motora, opreme, sadržaja za nautičare.</i></p> <p><i>Dodatne usluge: škola jedrenja za djecu i odrasle različitog stupnja težine, iznajmljivanje plovila, edukativni tečajevi i aktivnosti usmjerene na stjecanje novih znanja o flori, fauni, jedrenju, ribolovnim tehnikama i dr.</i></p> <p><i>Ponuditi specijalizirane gastronomske jelovnike povezane s morem i njegovom tradicijom.</i></p>
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	<i>Prostorno planska dokumentacija</i>
<i>Izvor financiranja:</i>	<p><i>Javno, javno-privatno, privatno</i></p> <p><i>Preporuča se osnivanje komunalnog poduzeća u pretežitom vlasništvu Općine Kostrena za realizaciju Marine Žurkovo. To bi osiguralo najbolju zaštitu interesa stanovnika Kostrene, te bitnosmanjilo rizike od neprimjerenog pritiska na prostor. Također, time bi se zasigurno našli modaliteti za korištenje vezova od strane lokalnog stanovništva pod povoljnijim uvjetima.</i></p> <p><i>U dijelu sadržaja mogući su oblici javno-privatnog partnerstva.</i></p> <p><i>Dio sadržaja može se dati u dugogodišnji najam privatnim tvrtkama s ciljnom namjenom aktivnosti.</i></p>
<i>Preliminarna procjena investicije</i>	<i>11.000.000,00 EURA</i>
<i>Predviđena realizacija:</i>	<i>2010.-2014.</i>
<i>Prioritet:</i>	<i>A</i>
<i>Potencijalni rizici:</i>	<i>Potrebno je višenamjenski planirati korištenje priobalja kako bi se izbjegli ili smanjili problemi između rezidencijalnih područja (stav lokalne zajednice), te negativni utjecaji a okoliš.</i>

Projekt:	KAMP, ZABAVNI CENTAR, AQUA RESORT
Namjena:	<i>Smještajni kapaciteti Sadržaji za zabavu</i>
Kratki opis:	<i>Komercijana valorizacija postojećeg autokampa. Tematski kamp: odmorišni + ronilački Kategorija: 3-4* Diferenciranje sadržaja:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mobile homes</i> • <i>Kamperi, kamp kućice</i> <i>U okviru prostora kampa realizirati ZABAVNI CENTAR:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Disco club</i> • <i>Restorani</i> • <i>Kafići.</i> <i>U prostoru gdje nema mogućnosti pristupa automobilom realizirati AQUA RESORT:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Bazeni</i> • <i>Labirinti, kaskade, tobogani...</i>
Preduvjeti za realizaciju projekta:	<i>Prostorno planska dokumentacija Zainteresiranost privatnih investitora</i>
Izvor financiranja:	<i>Privatno, javno-privatno</i>
Predviđena realizacija:	<i>2011., 2012.</i>
Prioritet:	<i>A/B</i>
Preliminarna procjena investicije	<i>4.500.000,00 EURA</i>
Potencijalni rizici:	<i>Degradacija prostra usljed neprimjerene distribucije sadržaja u prostoru.</i>

Projekt:	PONUĐA SPORTA I REKREACIJE
Namjena:	<i>Sadržaji za sport i rekreaciju</i>
Kratki opis:	<i>Kostrena već sada ima, a realizacijom projekata zacrtanih ovim Planom to će se dodatno uvećati izuzetno kvalitetne objekte za sport i rekreaciju (nogometno igralište Žuknica NK Pomorca, sportska dvorana, trim staza, tenis tereni..).</i> <i>Uz pretpostavku realizacije projekata iz Plana otvara se mogućnost visoke konkurentnosti u području osiguranja uvjeta za pripreme sportaša profesionalaca.</i> <i>Posebna pogodnost je geoprometni smještaj Kostrene (laka dostupnost), te blizina Rijeke kao urbanog</i>

	središta. Takvi programi omogućili bi i komercijalizaciju korištenja postojećih sportskih objekata, što bi osiguralno njihovo kontinuirano kvalitetno održavanje i stalno unapređenje. Prisustvo poznatih sportaša na području Kostrene od velike je važnosti za tržišno pozicioniranje općine (ekonomski publicitet).
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	Realizacija projekata iz Plana. Umrežavanje ponude objekata za sport i rekreaciju.
<i>Izvor financiranja:</i>	Javno, privatno
<i>Predviđena realizacija:</i>	2010., 2011.
<i>Prioritet:</i>	A/B
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	2.000.000,00 EURA
<i>Potencijalni rizici:</i>	-

Projekt:	UREĐENJE OPĆINE
<i>Namjena:</i>	<i>Infrastruktura</i>
<i>Kratki opis:</i>	<p>Novo pozicioniranje Kostrene kao turističke destinacije kvalitetne ponude zahtjeva i oblikovanje i uređenje njegova središta na način kako to čine konkurentne destinacije sličnih obilježja u svijetu.</p> <p>Navedeno pretpostavlja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uređenje zelenih površina • Uređenje i novu funkcionalnu organizaciju prostora • Rješenje problema prometa u mirovanju (parkirališta) • Rješenje za stajanje autobusa • Uređenje fasada • Turistička signalizacija, interpretacijske ploče, turistička mapa općine • Prepoznatljiva obilježja općine
<i>Preduvjeti za realizaciju projekta:</i>	Suglasnost oko rješenja pratećih problema.
<i>Izvor financiranja:</i>	Javno
<i>Predviđena realizacija:</i>	2010., 2011.
<i>Prioritet:</i>	A
<i>Preliminarna procjena investicije:</i>	Prema konkretnim projektima
<i>Potencijalni rizici:</i>	-

5. MARKETING DESTINACIJE KOSTRENA (POLAZIŠTE)

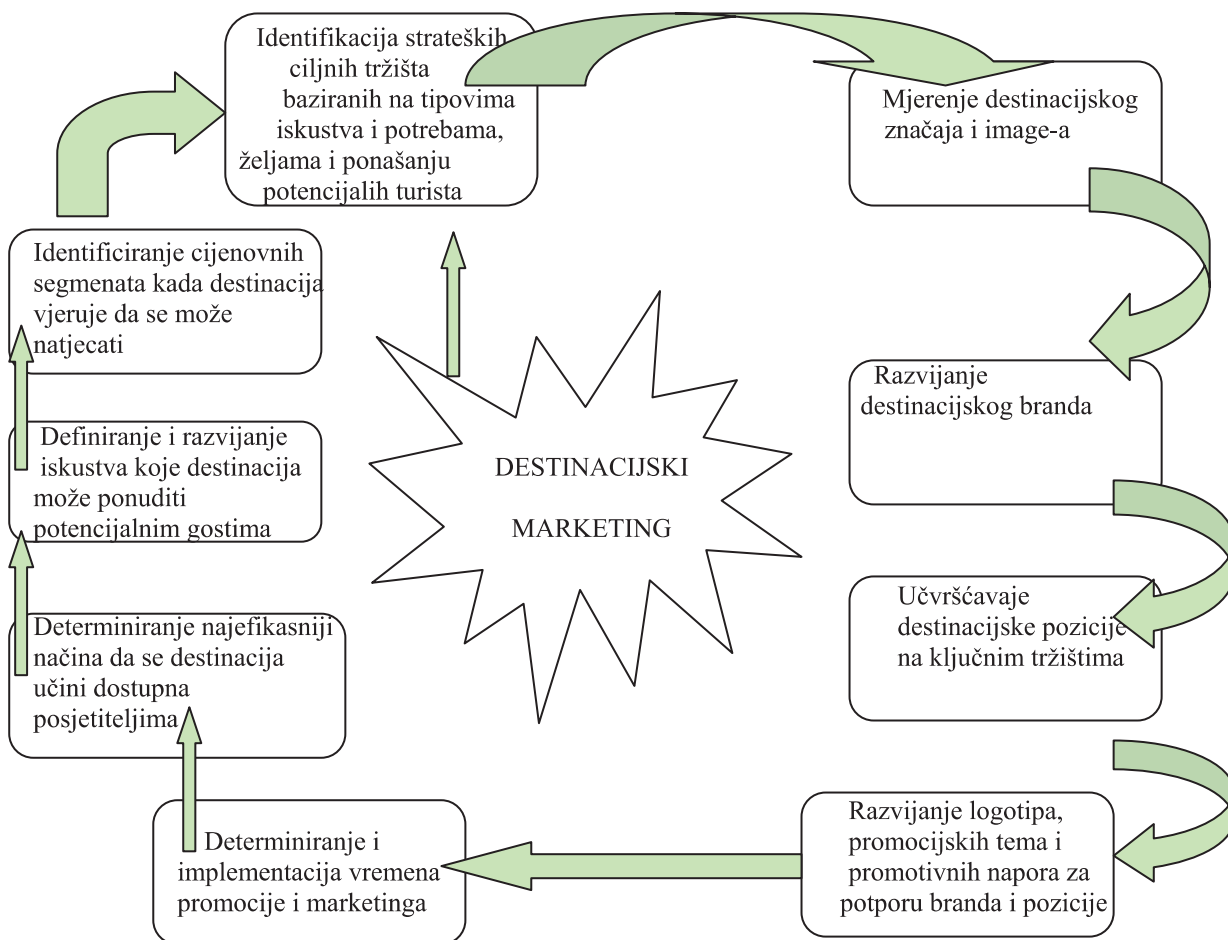
Suvremeno gospodarstvo i snažna, stalno rastuća konkurencija na turističkom tržištu nameće potrebu za snažnom marketinškom podrškom razvoju turizma. Turističko tržište zbog svoje specifičnosti (odvojenost turističke potražnje od turističke ponude, te opća globalizacija turističkog tržišta), nameće još veći značaj marketingu, odnosno svim elementima marketing miksa.

Zbog toga implementacija Plana razvoja turizma zahtjeva snažnu, dobro organiziranu, učinkovitu i pažljivo izabranu i usmjerenu marketinšku podršku.

5.1. Pristup destinacijskom marketingu

Destinacijski marketing mora obuhvatiti sve elemente, kako je to iskazano na sljedećoj slici.

SLIKA 21. Elementi destinacijskog marketinga



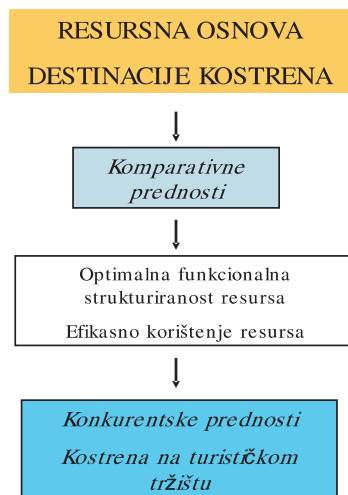
Izvor: Prilagođeno prema Ritchy, J.R.B. and Crouch, G.I., (2003), *Competitive Destinations a Sustainable Tourism Perspective*, Cabi Publishing, str. 189

Destinacijski marketing podrazumijeva i počiva na pretpostavci umrežavanja, s naglaskom na partnerstvo, turističke ponude na području Kostrene (pa i umrežavanja s turističkom ponudom komplementarnih rubnih destinacija), što implicira potrebu za uspostavljanjem različitih oblika partnerstva na svim razinama, a s ciljem ostvarenja sinergijskih efekata. U uvjetima globalne konkurencije na turističkom tržištu to je jedino moguće strateško promišljanje marketinškog nastupa, a polazi od pretpostavke da će sinergijsko djelovanje svih subjekata u turizmu dati daleko bolje rezultate od pojedinačnih.

5.2. Marketinško pozicioniranje

Marketinško pozicioniranje Kostrene prema geografskom načelu nalaže da se na cjelovitom području te turističke destinacije realno ocijene njezine komparativne prednosti što, sagledavanjem u kontekstu potreba kupaca i izabranih puteva ponude, treba uz njihovu optimalnu strukturiranost i efikasno korištenje osigurati ostvarenje konkurentskih prednosti te jedinstvene destinacije, na način da se usklađivanjem hijerarhije ciljeva ta turistička destinacija koncipira kao cjeloviti sustav.

SLIKA 22. Od komparativnih prema konkurentskim prednostima turističke ponude Kostrene



Izvor: Izradili autori

Obzirom na aktualno stanje, viziju i ciljeve te model razvoja turizma čini se da treba istaći kako marketing destinacije Kostrene za primarni cilj mora imati produljenje poslovanja tijekom godine i povećanje efikasnosti turističkog gospodarstva. Posebno značajni marketinški ciljevi mogu se sažeti u:

- promocija destinacije
- otvaranje novih tržišta i novih tržišnih segmenata
- izgradnja brenda i konkurentnog pozicioniranja
- poticanju turističkih proizvoda koji pružaju trajne koristi
- komunikaciju s tržištima kroz suvremene komunikacijske medije

Polazeći od Plana razvoja turizma marketing plan treba, naročito, odgovoriti sljedećoj strukturi:

- a) Strateške smjernice
 - analiza stanja (situacije)
 - strateški ciljevi
 - marketinške strategije
 - ciljni segmenti
 - ciljna tržišta
 - portfelj proizvoda
 - strategija branda
- b) Strategija komunikacija i podrška prodaje
 - nove promotivne konstante (logo i slogani)
 - lansiranje branda
 - redizajn promotivnih materijala (tijekom vremena)
 - klasične promotivne aktivnosti
 - e-marketing (naglašena orijentacija)
- c) Planovi proizvoda
 - sport i rekreacija

- poslovni susreti
- gastronomija i enologija
- wellness
- itd. prema matrici proizvoda

5.3. Izabrani sadržaji marketinga

Obzirom da izloženo upućuje na potrebu da se što prije sačini Plan marketinga destinacije Kostrena za ovaj kontekst čini se primjereno samo ukazati na izabrane sadržaje kao smjernice.

5.3.1. Selektivne vrste turizma i doživljaji na području destinacije Kostrena

Od naročitog je značaja sustav doživljaja koje destinacija Kostrena realno može ponuditi u okviru selektivnih oblika turizma na koje se ona želi i treba orijentirati, s posebnim naglaskom na modalitete njihove pripreme i pružanja, a temeljeno na ocjeni motiva (primarni ili sekundarni), učestalosti (visoka, srednja, niska) ili razvojne komponente, tj. stupnja osmišljenosti ponude (unaprjeđivati, osmisлити).

Svaki segment ponude mora biti jedan od niza elemenata u kreiranju doživljaja kojeg turist očekuje, traži i pamti nakon odlaska. Slijedom, sve selektivne vrste turizma u Kostreni moguće je povezati sa doživljajima. U kontekstu ovog Plana čini se, stoga, opravdanim izložiti jedan pregled koji podrazumijeva modalitet selektivne vrste turizma, **doživljaje**, motive, učestalost i razvoj, kao što je to (za primjer) izloženo u narednoj tablici.

TABLICA 7. Izbor (tablični pregled) selektivnih vrsti turizma i doživljaja u destinaciji Kostrena

Selektivne vrste turizma i doživljaji u Kostreni – sportsko-rekreacijski turizam

sportsko-rekreacijski turizam - MODALITETI -	DOŽIVLJAJI	MOTIV	UČESTALOST	RAZVOJ
<input type="checkbox"/> Sport i rekreacija kao stil života <input type="checkbox"/> Sportske priredbe <input type="checkbox"/> Sportska rekreacija <input type="checkbox"/> Sportski turniri <input type="checkbox"/> Pripreme sportaša	<i>Prihvatite izazov outdoor programa: trekning, slobodno penjanje</i>	□	◆	▲
	<i>Hodanje – prirodni "well-being"</i>	○	◆	➤
	<i>I ribolov je sport, zar ne?</i>	□	◆	▲
	<i>Plivanje - ronjenje</i>	□	◆	▲
	<i>Pješaćenje – duboko udahnite i krenite!</i>	□	◆	▲
	<i>Tenis- jedrenje</i>	○	❖	▲
	<i>Natjecanje u ribolovu</i>	□	◆	▲
	<i>Poučne šetnice u zaštićenim područjima</i>	□	◆	▲
<i>Motiv</i>	<i>Učestalost</i>	<i>Razvoj</i>		
<input type="checkbox"/> primarni	◆ visoka	▲ unaprjeđivati		
<input type="checkbox"/> sekundarni	❖ srednja	➤ osmisлити		
	◆ niska			

Selektivne vrste turizma i doživljaji u Kostreni – poslovni turizam

sportsko-rekreacijski turizam - MODALITETI -	DOŽIVLJAJI	MOTIV	UČESTALOST	RAZVOJ
<input type="checkbox"/> Kongresi <input type="checkbox"/> Konferencije <input type="checkbox"/> Poslovni skupovi <input type="checkbox"/> Radni sastanci <input type="checkbox"/> Incentive	<i>Dobar posao</i>	□	◆	▲
	<i>U Kostreni sa svojim poslovnim partnerima</i>	□	◆	▲
	<i>Organizirajte skup na razmeđu putova, mo smo vam nadohvat ruke</i>	□	◆	▲
	<i>Bit ćete zadovoljni, mi imamo tradiciju</i>	○	❖	▲
	<i>Nudimo ravnotežu poslovnih i društvenih sadržaja</i>	○	❖	▲
	<i>Sjajna incentive destinacija</i>	□	❖	▲
	<i>Nagradite svoje poslovne partnere putovanjem u Kostrenu</i>	○	❖	➤
	<i>Ovdje možete raditi i uživati</i>	□	❖	▲
<i>Motiv</i>	<i>Učestalost</i>	<i>Razvoj</i>		
<input type="checkbox"/> primarni	◆ visoka	▲ unaprjeđivati		
<input type="checkbox"/> sekundarni	❖ srednja	➤ osmisлити		
	◆ niska			

Selektivne vrste turizma i doživljaji u Kostreni – odmorišni turizam

Odmorišni turizam - MODALITETI -	DOŽIVLJAJI	MOTIV	UČESTALOST	RAZVOJ
<input type="checkbox"/> Pasivni odmor <input type="checkbox"/> Aktivni odmor <input type="checkbox"/> Odmor s obitelji <input type="checkbox"/> Odmor u društvu prijatelja <input type="checkbox"/> Odmor u prirodi <input type="checkbox"/> Toplina doma <input type="checkbox"/> Interaktivnost	<i>Odmor u zelenilu</i>	□	◆	➤
	<i>Pogled koji niste očekivali</i>	○	❖	➤
	<i>Udah mora</i>	○	❖	➤
	<i>Doživite Jadran u Kostreni</i>	□	❖	▲
	<i>Šetnje povijesnim stazama</i>	□	❖	➤
	<i>Pronađite doživljaj više</i>	○	❖	➤
	<i>Otkrijte novu oazu života</i>	□	❖	➤
	<i>Od mora do pogleda Kvarnera</i>	○	❖	➤
	<i>Tajna Kapetana</i>	□	◆	▲
<i>Motiv</i>	<i>Učestalost</i>	<i>Razvoj</i>		
<input type="checkbox"/> primarni	◆ visoka	▲ unaprjeđivati		
<input type="checkbox"/> sekundarni	❖ srednja	➤ osmisliti		
	◆ niska			

Selektivne vrste turizma i doživljaji u Kostreni – gastronomija i enologija

EDUKACIJSKI turizam - MODALITETI -	DOŽIVLJAJI	MOTIV	UČESTALOST	RAZVOJ
<input type="checkbox"/> Lokalni specijaliteti <input type="checkbox"/> Lokalna vina <input type="checkbox"/> Zdrava hrana	<i>Zdrava hrana</i>	□	◆	▲
	<i>Autohtoni kolači i slastice</i>	○	◆	▲
	<i>Dani domaće (Kostrenske) kuhinje</i>	○	◆	▲
<i>Motiv</i>	<i>Učestalost</i>	<i>Razvoj</i>		
<input type="checkbox"/> primarni	◆ visoka	▲ unaprjeđivati		
<input type="checkbox"/> sekundarni	❖ srednja	➤ osmisliti		
	◆ niska			

5.3.2. Promocija

Promocija Kostrene kao turističkog odredišta ima zavidnu osnovu, dobro osmišljenu na bazi postojećih atrakcija i postojeće kvalitete ponude. U kontekstu ovog sadržaja vrijedi naglasiti da promocija, kao jedan element marketinga, mora slijediti realizaciju Plana, naročito njegovu domenu repositioniranja Kostrene u visoko kvalitetnu destinaciju koja koristi suvremene i najprikladnije komunikacijske oblike povezanosti s tržištem.

5.3.3. Brandiranje destinacije Kostrena

Brandiranje (izgradnja branda) svake destinacije, pa tako i destinacije Kostrena vrlo je složen proces. Po svojoj suštini destinacijski brand treba preneti, izravno ili neiz-

ravno, obećanje srži posjete (putovanja) s iskustvom koje se pamti i, ako je moguće, koje je jedinstveno dostupno u konkretnoj destinaciji.

Razumijevanje i izgradnja branda pretpostavlja ponudu visoko kvalitetne struje (lanca) proizvoda/usluga (quality experience) kod čega ne treba zanemariti izuzetke kod pretežite orijentacije gosta na užitek pojedinačnih proizvoda (parfemi, vrste jela) ili usluge (masaža, šetnja...).

Naravno, sveukupni sadržaj Plana razvoja turizma, može biti dostatna osnova za početak brendiranja. Kod toga, čini se poželjnim slijediti izabrane preporuke, kao što su (Berry, 2000):

- biti različit;

- odrediti svoje područje »slave« (prepoznatljivosti po »naj« proizvodu/usluzi/ponudi);
- uspostaviti emocionalnu vezu s potrošačima (turistima) na način koji im je primjeren;
- osigurati internacionalizaciju branda putem predstavnika koji predstavljaju destinaciju i izravno utiču na istu stvarstvo posjetitelja (turista).

Vrijedi upozoriti da brandiranju destinacije Kostrena treba pristupiti oprezno. Naime, suvremeno i očekivano buduće poimanje polazi od pristupa da je destinacija brand i da je u toku tranzicija od destinacijskog proizvoda do destinacijskog doživljaja i od destinacijskog marketinga do destinacijskog menadžmenta. Ovakvim pristupom javlja se potreba osmišljavanja i realizacije modela pametne (smart) destinacije.

Riječ je o destinaciji čije vodstvo, objedinjavajući napor svih sudionika, koji na njoj, odnosno u okviru nje djeluju, pravovremeno predviđa moguće trendove i tržišne promjene, kvalitetno ispunjavajući zahtjeve i potrebe turista u realnom vremenu, sustavno podižući učinkovitost, ekonomičnost i profitabilnost poslovanja svih nositelja u javnom i privatnom sektoru.

Odgovor na sve ove zahtjeve je uvođenje metodologije tzv. brand arhitekture u upravljanju turističkom destinacijom podrazumijevajući da turističke destinacije kao brandovi:

- daju sigurnost i garanciju kvalitete (visoke ili niske), ali i konzekventnosti;
- osiguravaju temelj za odnos između turističke destinacije i krajnjih korisnika i
- daju temelj za očitovanje kojem potrošačkom segmentu krajnji korisnik odnosno turist pripada.

Da bi to bilo ostvarivo za destinaciju kao brand treba odrediti tri ključne sastavnice: točku diferencijacije (Point of Differentiation), pozicioniranje (Positioning) i dimenziju destinacijskog branda kao osobe (Destination Brand Personality Dimension).

Točka diferencijacije odražava transparentan i proaktivan fokus na krajnjeg korisnika uz stalnu privrženost izvrsnosti na svim komunikacijskim i prodajnim razinama te pozitivnu i promptnu reakciju i podršku svim sugestijama i reakcijama turista.

Pozicioniranje destinacije kao branda podržava napor da se destinacija intenzivno perceptivno instalira u svijest potencijalnog turista.

Koncipiranje destinacijskog branda kao osobe omogućava da destinacija, slikovito rečeno, bude u što bližem i

osobnijem kontaktu sa direktnim korisnikom, odnosno turistom da bi se ostalo u sferi njegove svjesnosti. Stoga takve destinacije žele danas ostaviti dojam da su emotivne, fleksibilne, kooperativne, edukativne te da se kreću u korak sa vremenom i inovacijama.

Oprez koji se predlaže proizlazi iz mogućnosti da projekt brandiranja otvori (stvori) jaz u odnosu na objektivne (sve bolje) uvjete i procese razvoja destinacije Kostrena kao branda.

6. IMPLEMENTACIJA PLANA I KONTROLA PROVEDBE

Suvremeno razumijevanje razvoja i planiranje podrazumijeva vrlo jasan pristup provedbi i kontroli realizacije Plana razvoja turizma općine Kostrena. Slijedom, za destinaciju Kostrena čini se od naročito značaja istaći:

- edukaciju
- upravljanje
- provedbu i
- kontrolu provedbe Plana.

6.1. Edukacija

Za Plan razvoja, kontinuirano unapređenje kvalitete i integrirani menadžment kvalitete destinacije, edukacija (usavršavanje, stručno napredovanje, sticanje kompetencija...) nezaobilazan je uvjet razvoja turizma.

6.1.1. Polazišta programa (strategije) edukacije

Valja poći od spoznaje da je obrazovanje važna komparativna prednost ove destinacije, a navedeni prijedlozi sigurno će pridonijeti da ta prednost postane i konkurentna.

Konkretno, za razumijevanje i primjenu Plana potrebno je sustavno organizirati radionice kako bi se korisnici mogli osposobiti za provođenje svake njegove faze. Osposobljavanje je potrebno provesti u prvome redu za sve razine odgovornosti destinacijskog menadžmenta u jedinicama lokalne samouprave i uprave, u turističkoj zajednici, hotelsko-turističkom gospodarstvu, ali i za sve druge interesne skupine direktno ili indirektno uključene u pripremu i pružanje turističkog proizvoda destinacije.

6.1.2. Sadržaj i korisnici

Za primjenu Plana u praksi turističke destinacije Kostrena potrebno je prihvatiti integralni plan edukacije kojim treba definirati sadržaje, korisnike i oblike njezina provođenja. Na polazištima definiranog modela razvoja, u sustav ciljne edukacije mogu se uključiti sljedeće tematske cjeline:

- ⇒ Kako čitati Plan i što treba znati da bi se ona uspješno implementirala u praksi u svim svojim dijelovima (rokovi i odgovornost)?
- ⇒ Kako upravljati turističkom destinacijom – izbor modela?
- ⇒ Kako stvoriti "integrirani menadžment turističke destinacije"?
- ⇒ Kako slijediti načela održivog razvoja turizma i postići integralnu kvalitetu destinacije (IQM)?
- ⇒ Kako i zašto do "destinacijske menadžment-

- ⇒ Kako do "ekooznaka" (ekodestinacija, ekohoteli, ekoproizvodi, ekopromet, ekoplaže...), slijedom razvojne filozofije suvremenog turizma za 21. stoljeće?
- ⇒ Kako ustrojivati, provoditi i kontrolirati provođenje strategijskih, taktičkih i operativnih marketinških planova turističke destinacije (npr. kako osvojiti nova tržišta, kako prodati doživljaje, treba li više uključivati elektroničke medije, što je vertikalno i horizontalno umrežavanje u marketingu, turistička

kompanije" (DMC) ali i do drugih organizacijskih oblika – prepoznavanje uloge i zadataka u osmišljavanju i organiziranom plasmanu turističkog proizvoda najviše moguće kvalitete i posebnog doživljaja?

- ⇒ Kako inicirati različite oblike partnerstva i kakav je njihov doprinos u realizaciji svih relevantnih segmenata razvojnog modela turističke destinacije?
- ⇒ Kako inovacije staviti u funkciju kontinuiranog unaprjeđenja turističkog proizvoda, uz kontinuirano poboljšanje kvalitete, praćeno mehanizmima sustavnog ocjenjivanja dostignute razine ponude u odnosu na zahtjeve platno sposobne potražnje, orijentirane prema turističkoj destinaciji Kostrena?
- ⇒ Kako prepoznati i pozicionirati proizvode koji predstavljaju novu vrijednost, promatrano s polazišta zahtjeva svjetskog tržišta, njihove privlačnosti i konkurentnosti?
- ⇒ Kako čitati rezultate studija o ocjeni prihvatnoga kapaciteta i kako primjenjivati kodeks ponašanja u prostoru, a zbog njihova iznimna značenja za postizanje ciljeva održivog razvoja turizma?

politika marki, kako inovacijama produžiti životni ciklus turističkog proizvoda destinacije i sl.)?

- ⇒ Kako ocjenjivati ekonomsku, ekološku i društvenu opravdanost ključnih investicija važnih za daljnji održivi razvoj?
- ⇒ Tko i kako se angažirati u pribavljanju sredstava za ulagačke aktivnosti odnosno u animiranju i privlačenju domaćih i stranih investitora, radi ciljanog ulaganja u razvojne projekte?
- ⇒ Kako iskoristiti pogodnosti poticajnih mjera u turizmu?
- ⇒ Kako pomoći malim i srednjim poduzećima (SME) u njihovu što boljem pozicioniranju na tržištu?
- ⇒ Kako unaprijediti sustav pripreme i pružanja informacija važnih za komuniciranje s turističkim tržištem, uz suvremenu informatičku podršku te kako izgraditi sustav upravljačkih informacija za menadžment turističkih tvrtki, ali i za menadžment turističke destinacije ustrojen na prihvatljivom modelu?

Uzimajući u obzir ove spoznaje, a slijedeći nabrojene i druge sadržaje, mogućnost stjecanja nedostajućeg znanja treba ponuditi u obliku specijalističkih radionica sljedećim ciljnim skupinama:

1. ZA PODUZETNIKE I MENADŽERE

2. ZA ZAPOSLENIKE U SUSTAVU TURISTIČKE PONUDE

3. ZA OSTALE SUDIONIKE NA RAZINI TURISTIČKE DESTINACIJE

4. ZA DOMICILNO STANOVNIŠTVO

Organizacija specijalističkih tečajeva i radionica uvijek je usmjerena užem krugu korisnika, a cilj im je osigurati znanja za profesionalnost izvođenja u svim segmentima turističke ponude i prepoznavanja turističke potražnje.

To su npr. sljedeći specijalistički programi:

- usluge smještaja (hoteli, apartmani, sobe...),
- usluga prehrane i pića (restorani, barovi i catering...),
- usluge informiranja (turističke zajednice, turistički uredi, info-punktovi, bijele patrole, turistički vodiči, turistički pratitelji...),
- usluge posredovanja (putničke agencije, turoperatori, drugi posrednici...),
- prateće usluge (trgovina, banka, pošta, benzinske crpke, policija, javni prijevoz, taksi, čarterske usluge...),
- usluge na razini turističke destinacije (partnerstvo, DMC, DMCP, IQM, TOD...),
- usluge javne uprave u turističkom sektoru i drugo...

Edukacija je vrlo važan činitelj ostvarivanja ciljeva definiranih razvojnim modelom Plana. Pravilno proveden sustav edukacije osigurava specijalizaciju i visok stupanj profesionalnosti u obavljanju svih, a posebno specijalnih zadataka svih sudionika u turističkoj ponudi. Time se jamči visoka kvaliteta usluga, mjerena potrebama i željama kupaca onih ciljnih tržišta na koja je turistička destinacija Kostrena pretežno usmjerena. Visoki profesionalizam uz istovremeno isti-

canje značajki autohtone kulture, zahtjevi su koje suvremeni turizam postavlja, a edukacija ih mora slijediti.

6.2. Model organizacije i upravljanja turističkim aktivnostima

U literaturi se navode različite funkcije i zadaci koji se dodjeljuju turističkoj organizaciji, a koje se mogu sažeti u sljedećem:

1. Izrada ideje vodilje i strategije konkurentnosti u destinaciji

- Sudjelovanje u donošenju odluka (ciljeva) koje utvrđuju javna i samoupravna tijela,
- Tekuće analize konkurentne situacije destinacije (tržišta, direktne i indirektna konkurencije, potražnja i slično),
- Provođenje konkurentne strategije savjetovanjem i aktivnim inovativnim menadžmentom.

2. Razvoj i oblikovanje ponude

- Iniciranje i razvoj ponude,
- Koordinacija ponude u destinaciji i iniciranje multidestinijske ponude,
- Iniciranje novih proizvoda,
- Kontrola kvalitete.

3. Marketinška funkcija

- Izrada marketinških Planova destinacija,
- Briga, imidž i stvaranje zaštitne marke (brendiranje),

- Pобољшanje prodaje promidžbom,
- Informacije potencijalnim gostima.

4. Zastupanje interesa

- Senzibiliziranje stanovništva za turizam,
- Koordinacija interesa struke,
- Lobiranje za turističke interese pred institucijama i javnošću.

Turistička organizacija svojim funkcijama mora biti orijentirana prema gostima, stanovništvu, nositeljima ponude i institucijama svih razina vlasti.

Slijedom, nameće se potreba definirati oblik upravljanja destinacijom koji će preuzeti funkcije nužne za realizaciju Plana. Takvim pristupom predlaže se:

- ✓ Utemeljenje podrške za upravljanje razvojem turizma
- ✓ Odbor za razvoj turizma općine Kostrena

6.2.1. Utemeljenje podrške za upravljanje razvojem

S gledišta razvoja, a time i Plana koji nastoji definirati odrednice tog razvoja tri su važna činitelja koji se ne mogu zaobići: destinacijski menadžment, održivi razvoj i javno-privatno partnerstvo.

U ovom dijelu Plana razvoja turizma Kostrene naglasak je na destinacijskom menadžmentu koji mora:

- pružiti kvalitetu doživljaja turistu i nadmašiti njegova očekivanja,
- doprinjeti dugoročnom prosperitetu i razvoju lokalne zajednice,

- povećati profitabilnost poslovnog sektora,
- osigurati odgovoran razvoj i održivu ravnotežu ekonomskih faktora, socio-kulturnih faktora i faktora zaštite okoliša.

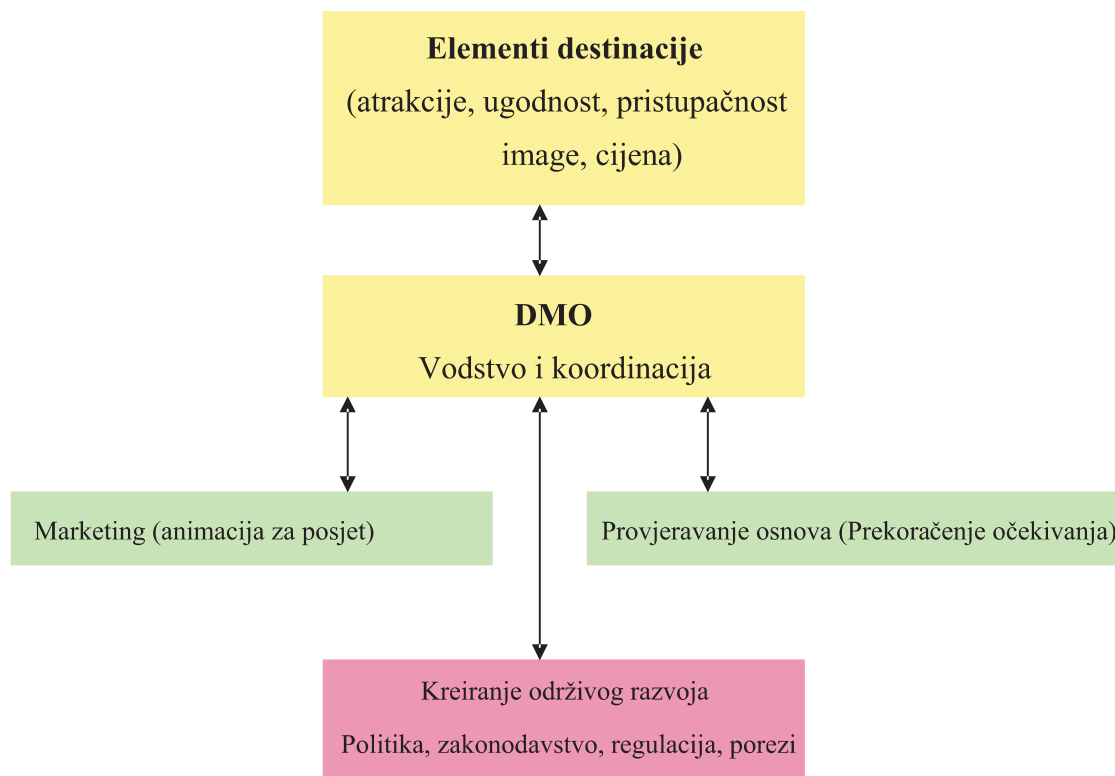
Načelno, destinacijski menadžment mora imati ključnu ulogu u vođenju (leadership), planiranju (planning) i mjerenju učinaka (performance measurement) razvoja destinacije. Ključna uloga destinacijskog menadžmenta konkretizirana na zadatke nužno podrazumijeva:

- primjena VICE modela (visitor, industry, community, environment),
- upravljanje,
- istraživanje,
- integriranje svih zainteresiranih partnera na razini destinacije,
- destinacijsko planiranje,
- monitoring,
- destinacijski marketing,
- održivost,
- profesionalni trening i podrška poslovnim sustavima.

Naravno, izloženi obuhvat zadataka - ciljeva destinacijskog menadžmenta iziskuje da se ukaže na izabrane aktualne spoznaje o destinacijskom menadžmentu, u smislu upravljanja destinacijom, ključnim učesnicima i samoj organizaciji za upravljanje destinacijom (Destination management organization - DMO).

U razvijenim turističkim zemljama u kojima je uspješan menadžment destinacije postao činitelj stabilnosti i razvoja uobičajeno se DMO pozicionira na sljedeći način.

SLIKA 23. Organizacija za upravljanje destinacijom



Izvor: obrada autora

U praksi, ovisno o razini destinacije (npr. općina, grad, kraj, regija, država) i stupnju razvijenosti destinacije prisutne su različite upravljačke opcije destinacijskog menadžmenta:

- odjel jednostavne javne nadležnosti,
- partnerstvo javne nadležnosti, servisirano od partnera,
- partnerstvo javne nadležnosti, servisirano od strane jedinice udruženog menadžmenta,
- eksternalizacija javne nadležnosti privatnim kompanijama,
- javno-privatno partnerstvo za dogovorne funkcije - često u formi ne-profitne kompanije,
- udruženje kompanija osnovanih od strane privatnih sektora i/ili trgovine- za određene funkcije itd.

Za konkretna opredjeljenja u polazištima destinacijskog menadžmenta važno je prepoznati uobičajene ključne sudionike (partnere) kao što su:

- nacionalne i pokrajinske/regionalne vlade,
- ekonomske razvojne agencije na nacionalnoj/regionalnoj razini,
- lokalni subjekti s prepoznatljivim autoritetom,
- organizacija menadžmenta grada-velikih turističkih centara,
- osiguravatelji prijevoza,
- atrakcije, događaji i kulturne organizacije (kompetentne osobe),
- osiguravatelji smještaja,
- restorani, zabava i iznajmljivači (vlasnici, organizatori),
- posrednici (npr. organizatori tura i konferencija),
- konzorcij lokalnog turizma i partnerstva,
- agencije poslovne podrške,
- organizacije razvoja vještina (u okvirima edukacije),
- odnosno drugi relevantni subjekti ovisno o konkretnoj sredini.

Na konkretnoj razini destinacije Kostrena, uvažavajući realno stanje i ciljeve Plana čini se poželjno optimizirati poznata rješenja i pristupe u svjetskoj praksi i predložiti naručitelju opredjeljenje u pravcu:

- Podrške upravljanju razvojem turizma kroz određeni, već postojeći sustav, npr. Odjel za gospodarstvo ili
- Ugovora (dogovora) sa »trećom osobom« (Sveučilište, Porin, privatna tvrtka, osnivanje vlastite tvrtke, novi organiziran oblik pri Općini...)

Ključni zadatci takve podrške upravljanju trebaju biti:

- Kontinuirani monitoring Plana razvoja turizma Kostrene
- Istraživačke (znanstvene i stručne) podloge za usmjerenje razvoja
- Planiranje na razini destinacije Kostrene
- Poticanje i iniciranje procesa integriranja destinacije Kostrene
- Iniciranje i predlaganje relevantnih dokumenata značajnih za razvoj turizma Kostrene
- Priprema i provedba programa edukacije (integralni plan edukacije)
- Utemeljenje baze (informatičke, software) podataka za potencijalne investitore
- Branding destinacije Kostrene

Ključna odlika ovog prijedloga je da polazi od razine općine Kostrena i da, za duže razdoblje, nije riječ o organizaciji koja upravlja destinacijom već o organizaciji koja daje podršku upravljanju destinacijom.

Formalno pravno, to može, ali ne mora biti pravna osoba. Značajno je, međutim, sugerirati da ovaj oblik i sadržaj na razini Kostrene bude racionalan (minimalan broj ljudi) i oslonjen na ljudske potencijali iz svog okruženja.

Isto tako, od naročito je značaja da ova organizacija bude ključan izvor informacija, podloga i prijedloga za rad Odbora za razvoj turizma Kostrena.

6.2.2. Odbor za razvoj turizma Općine Kostrena

Uobičajeno je pitanje koje se postavlja u kontekstu svake destinacije i njenog razvoja: Tko upravlja razvojem turizma konkretne destinacije? Kod toga nije upitna osnovna nadležnost (funkcije), npr. Poglavarstva, Općinskog vijeća ili TZ Kostrena, već je riječ o pitanju koje stavlja naglasak na liderstvo - koordinirajuću i kontrolnu funkciju.

U odgovoru na takvo pitanje (Tko upravlja?) mora se podrazumijevati da je riječ o tijelu koje:

- > uživa povjerenje
- > ima kompetencije
- > ima »moć«:
 - o političku
 - o ekonomsku
 - o upravnu

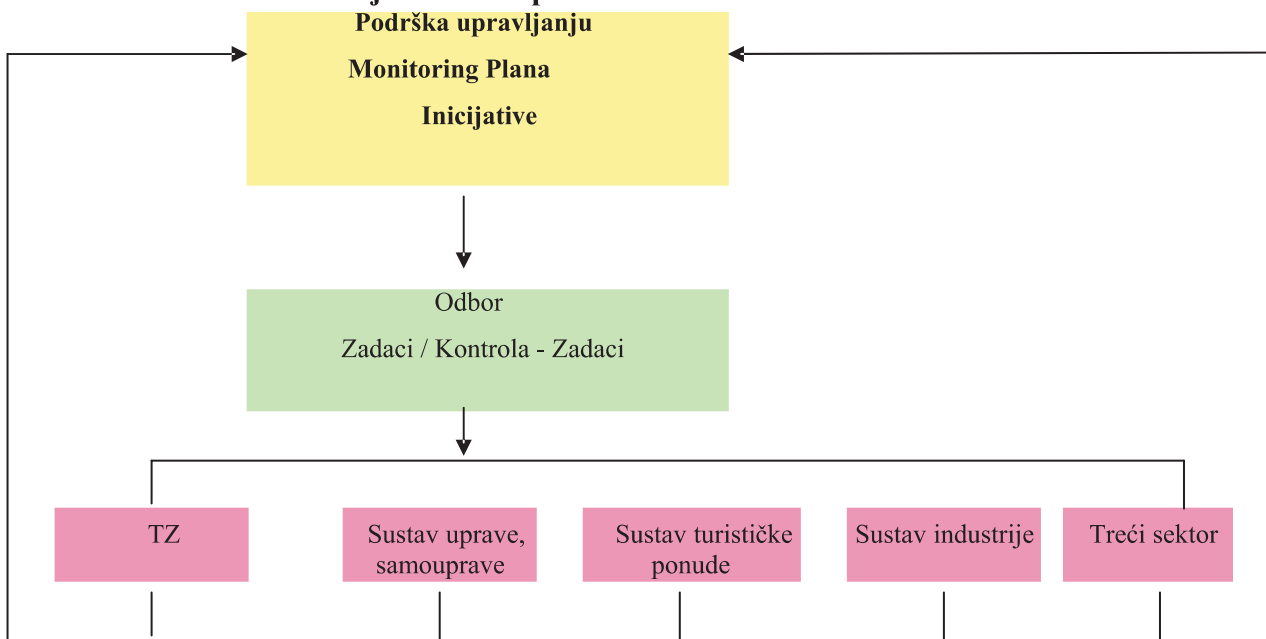
Izloženim polazištem, za konkretne uvjete i ciljeve razvoja turizma predlaže se utemeljenje **Odbora za razvoj turizma Kostrene**.

Polazeći od relevantnih kompetencija čini se optimalnim da Načelnik općine, po funkciji predsjedava Odboru za razvoj turizma i da predlaže Općinskom vijeću imenovanje članova Odbora. Mogući sustav članova Odbora ponajviše će ovisiti o programskim opredjeljenjima, a može biti otvoren za pridruživanje članova prema posebnim zadacima. U izboru za članove Odbora mogli bi biti predstavnici:

- TZ Kostrena
- Pročelnici pojedinih odjela
- Predstavnici političkih stranaka
- Predstavnici vodećih subjekata turističke ponude
- Predstavnici industrije
- »Trećeg sektora« (zeleni, udruge i sl.)
- Drugi, prema prijedlogu Poglavarstva općine Kostrena.

Uloga Odbora je u suštini jednostavna, ali ključna - nezaobilazna ukoliko se želi graditi odgovoran i povratno kontroliran/koordiniran sustav upravljanja destinacijom Kostrene.

SLIKA 24. Odbor za razvoj turizma Općine Kostrena



Izvor: obrada autora

Pretpostavka efikasnog rada Odbora očigledno je racionalna i efikasna podrška upravljanju.

6.2.3. Model upravljanja razvojem turizma općine Kostrena

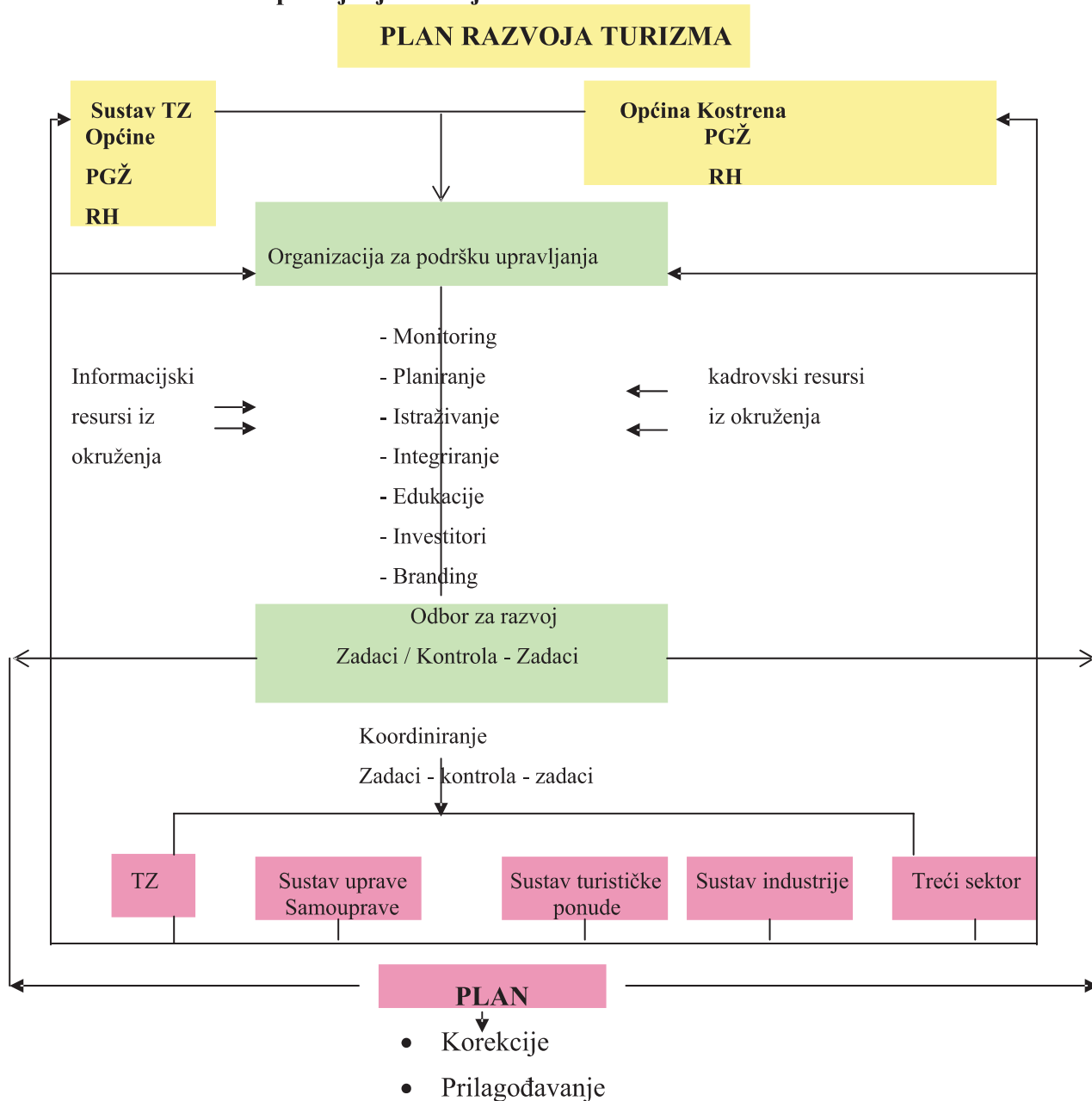
Model razvoja turizma općine Kostrena utemeljen je kao model integriranog menadžmenta kvalitete. Takav model mora predviđjeti:

- ✓ Model upravljanja
- ✓ Kontrolu i prilagođavanje.

Naravno, riječ je o međuovisnim sadržajima jer ukoliko nema upravljanja kontrola nema adresu odgovornosti, odnosno ukoliko nema kontrole upravljanje ne može znati uspijeva li u svom izvornom zadatku i s koliko (ne)uspjeha to čini.

Iz navedenog razloga, polazeći od naprijed navedenog, čini se realnim (uz relativno mala sredstava i napora) uspostaviti sustav upravljanja koji se shematski može predstaviti na sljedeći način:

SLIKA 25. Model upravljanja razvojem turizma Kostrene



Izvor: obrada autora

6.3. Provedba Plana

Objektivno stanje turizma Kostrene i sadržaj Plana, odnosno potreba njene realizacije iziskuje da se, u okviru datih mogućnosti, predloži Plan provedbe razvoja turizma Kostrene. Naime, od najvećeg je značaja razumjeti da usvajanje Plana nije završetak posla i da Plan nije dokument za arhivu. Upravo suprotno, usvajanje Plana je prvi korak u osmišljenu razvoju turizma iz kojeg slijedi čitav niz zadataka i neophodnih mjera i aktivnosti.

Iz sadržaja i odrednica Plana moguće je kao aktivnosti visokog (najvišeg) prioriteta istaknuti:

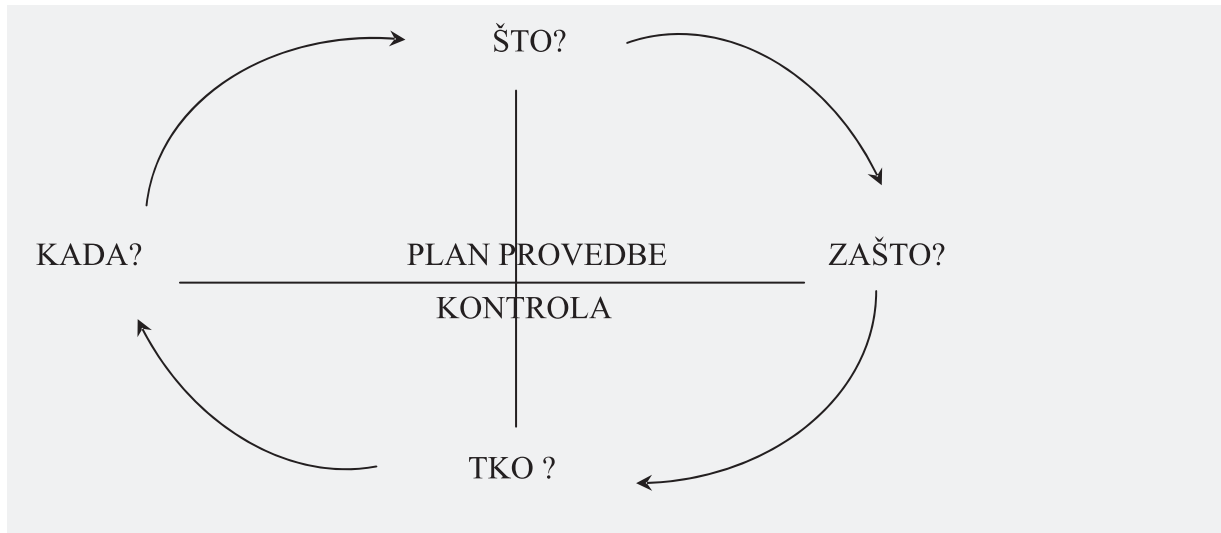
- Edukaciju (prva tema: kako provoditi Plan)
- Promocija destinacije (s financijskom podrškom)
- Konstituiranje Odbora za upravljanje destinacijom Kostrena
- Osmišljavanje programa poticaja ulaganja

Isticanje izloženih aktivnosti ni na koji način ne znači umanjivanje potrebe provedbe drugih zadataka. Radi se, naime, o međuovisnom nizu sadržaja koji zajedno daju željeni rezultat, a aktivnosti visokog prioriteta naglašavaju pristup potrebnog zamašnjaka ostvarenju Plana.

Istodobno, plan provedbe i kontrole njegovog ostvarenja treba razlikovati od kontrole ostvarenja ekonomskih, socijalnih i ekoloških ciljeva kroz uobičajene i visoko standardizirane pokazatelje i kriterije.

Plan provedbe, stoga, služi kao instrument podrške ostvarenju Plana i njegovih ciljeva koje prati (kontrolira, prilagođava) monitoring sveukupnog razvoja turizma Kostrena.

Plan provedbe strukturiran je na način da bude jasan i prepoznatljiv prema području aktivnosti u smislu što, zašto, gdje i kada.



U dogledno vrijeme stvorit će se uvjeti i za precizniji sadržaj Plana provedbe u pogledu potrebnih resursa, povezanih rizika i određenih prioriteta. U ovoj fazi čini se optimalno, na moguće predvidiv način, definirati zadatke (mjere, elemente) z a razdoblje 2010-2011. godine.

PLAN RAZVOJA TURIZMA OPĆINE KOSTRENA – PROVEDVBA/ZADACI 2010-11 GODINE

Zadatak	Obrazloženje	Izvršitelj	Korisnik	Dani	Izvrješće podnosi	Mišljenje, ocjena, zadaci Odbora
1. ZAŠTITA PROSTORA						
- Prostorni planovi nižeg reda za turističke sadržaje	Prvi uvjet razvoja projekata koji iziskuju veće zahvate u prostoru	Nadležna uprava tijela	Izvoditelji planova, investitori, stanovništvo		Izvršitelj	
- Reguliranje i sprečavanje „divlje gradnje“	Ozbiljna prijetnja održivoj upotrebi prostora i realizaciji pojedinih projekata	Nadležne uprave/inspeksijska tijela	Turizam (projekti) i druge djelatnosti	180	Izvršitelj	
- Zaštita flore i faune	Flora i fauna su uvjet očuvanja resursne osnove	Lokalna samouprava	Svi/stanovništvo	trajno	Izvršitelj	
- Pripremljenost zemljišta i planova za projekte ulaganja (infrastruktura i prateći sadržaji)	Bitan (polazni) preduvjet ulaganja	Nadležna upravna tijela	Investitori	720	Izvršitelji	
- Zaštita kulturno povijesne baštine	Uvjet očuvanja resursne osnove	Lokalna samouprava	Turizam, Stanovništvo	Trajno	Izvršitelj	
2. TRŽIŠTE						
- Istraživanje stavova turista, managera i stanovništva (prema indikatorima)	Ključan projekt kao preduvjet kvalitetnog monitoringa	Podrška upravljanju	Svi subjekti ponude	Trajno	Izvršitelj	
- Marketinški planovi, branding	Polazište u Planu, ključan međuovisan projekt	TZ Općine Podrška upravljanju	Turizam	360	TZ Općine	
- Branding kućanstva	Zbog velikog postotka ponude smještaja, kvalitete	TZ Općine	Iznajmljivači, turizam	360	TZ Općine	
- Program promocije	Veliki značaj za ubrzanje oporavak turizma	TZ Općine	Turizam	60	Izvršitelj	
- Integrirana ponuda proizvoda	Od velike važnosti za nastup prema segmentima tržišta	TZ, Odbor za razvoj	Turizam	Trajno	Izvršitelj	
- Program poticaja za razvoj destinacije Kostrena o Smještaj o Kulturno povijesno naslijeđe o Atraktivnosti (percepcija)	Bez poticaja/kredita, olakšica, sufinanciranja usporena preobrazba i podizanje kvalitete/atraktivnosti	Odbor za razvoj turizma na prijedlog organizacije za podršku upravljanja	Svi subjekti ponude	Trajno	Izvršitelj	
- Plan (program) edukacije	Neophodan činitelj Plana	Organizacija za podršku upravljanju	Svi	Trajno	Izvršitelj	
- Programi povećanja konkurentnosti (parkovi, signalizacija..., cvijeće, okućnice)	Doprinos konkurentnosti i kvalitete	TZ Općine	Turizam Stanovništvo	Trajno	TZ Općine	↓

3. ULAGANJA							
<ul style="list-style-type: none"> - Investicijski prospekti (ev. Elaborati) za ključne projekte ulaganja koji mijenjaju percepciju Kostrene - Uređenje plaža – kupališta i valorizacija obale - Osmišljavanje prepoznatljivog vizualnog identiteta Kostrene - Unapređenje ponude ugostiteljskih objekata - Kvarner Eye - Mali obiteljski hotel ili pansion - Muzej Kostrenskih Kapetana - Botanički vrt - Podmorski park - Unapređenje privatnog smještaja - Etno kuća - Kostrenska kuća - Turistička signalizacija - Suvenir - Hotel Lucija – hotelski kompleks - Marina Žurkovo - Kamp, zabavni centar, Aqua Resort - Ponuda sporta i rekreacije - Uređenje Općine 	Važna podrška animaciji investitora	Stručni timovi Organizacija za podršku upravljanju	Investitori Stanovništvo	360	Izvršitelj		
4. UPRAVLJANJE							
<ul style="list-style-type: none"> - Baza podataka za provedbu ulaganja. Baza izvora financiranja svih projekta, uključivo i zadatke u Planu provedbe 	Važan poticaj investitorima	Organizacija za podršku upravljanju	Investitori	360	OPUD		
<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring / klasični kvantitativni pokazatelji 	Obvezujući sadržaj realizacije Plana	Organizacija za podršku upravljanju	Svi	360	Izvršitelj		▼
<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring / kompleksni pokazatelj - pripreme za primjenu 	Obvezujući sadržaj dugoročne orijentacije ka kvaliteti	Organizacija za podršku upravljanju	svi	trajno	Izvršitelj		

U planu provedbe posebno mjesto i uloga pripada Odboru za razvoj turizma Kostrene. Slijedom naprijed izloženog Odbor ima funkciju **lidera** destinacije i time zadatak koordinacije i kontrole. Kako kontrola nije, po sebi svrha ili cilj, podrazumijeva se da Odbor (u koordinaciji) dodjeljuje zadatke i nadzire provedbu istih.

TABLICA 8. Plan razvoja turizma općine Kostrena– Odbor za razvoj turizma provedba 2010-2011.

Zadatak	Obrazloženje	Izvršitelj	Dani	Zaključak
Utemeljenje odbora	Usvojenim Planom stvara se formalno – pravna osnova za utemeljenje Odbora	Poglavarstvo	0	- Podrška - Kritika - Dopune - Novi zadaci - Prilagodavanje Strategije
Konstituiranje odbora	Prva sjednica Odbora (Konstituiranje, plan rada, prvi zadaci)	Predsjednik odbora po funkciji	30	
Program sjednica Odbora (3-4 sjednice godišnje)	Izuzetno je važno definirati rokove sjednica prema dinamici zadataka iz Plana provedbe	Za svaku sjednicu izvršitelji su prema sadržaju i rokovima u Planu provedbe	Trajno	
Opređenje – ugovarenje podrške upravljanju	Od najvećeg je značaja odmah definirati osobe, početak rada	Poglavarstvo	60	↓

6.4. Kontrola i prilagođavanje Plana razvoja turizma općine Kostrena

Kontrola i prilagođavanje temelje na indikatorima koji su rezultat empirijskih, kvantitativnih i kvalitativnih mjerenja temeljenih na određenim polazištima, a radi ocjene stanja u različitim područjima turističkog razvoja. Održivi razvoj turizma turističke destinacije općine Kostrena zahtijeva ustroj i prihvaćanje indikatora za sustavnu kontrolu ulaganja u unaprjeđenje okoliša (*environmental audit*) i kontrolu kontinuiranog poboljšanja kvalitete odnosno učinaka TQM-a (*quality audit*). Na globalnome turističkom tržištu pristup pripremi tih indikatora temelji se na općeprihvaćenim standardima kontrole okoliša (norme ISO 14000ff, EMAS I, EMAS II...) te standardima sustavnog unaprjeđenja kvalitete (norme ISO 9000ff), a njihova primjena postaje dragocjenom, dapače, nezaobilaznom informacijskom osnovom za upravljanje razvojem turističke destinacije Kostrena.

Naravno, realnost stanja i mogućnosti uspostave sustava kontrole u turizmu Kostrene upućuju na potebu realnog pristupa u kojem se:

- izlažu indikatorima uobičajeni u turističkim destinacijama koje su visoko razvijene, prije svega s gledišta kvalitete, a

koje u dogledno vrijeme turistička destinacija Kostrene ne može kontinuirano i cjelovito izvoditi.

- Izlaže izgledno moguć pristup koji podrazumijeva;
 - Prvu razinu kontrole
 - Drugu razinu kontrole

6.4.1. Indikatori razvoja turizma Općine Kostrena (pogled unaprijed)

U kreiranju sustava informacija potrebnih turističkom menadžmentu turističke destinacije Kostrena koje će biti dostupne u okviru jedinstvene baze podataka, a prikupljene istraživanjima u okviru turističke destinacije, ali i na ciljnim tržištima, treba poštovati i polazišta dana sustavom indikatora održivog turizma prema klasifikaciji WTO-a. Tako kreirana baza podataka na razini turističke destinacije Kostrena, postat će nezaobilaznom informacijskom podlogom sustavne kontrole dostignutog stupnja razvoja, a u okviru smjernica opredjeljenja za održivi razvoj turizma. Menadžmentu turističke destinacije to će postati temeljna informacijska resursna osnova za provjeru pozicija vlastite turističke destinacije, tj. da se utvrdi realno dostignut stupanj razvoja, otkriju odstupanja od postavljenog modela, odnosno da se realno ocijeni koliko je trenutno pozicioniranje daleko od cilja postavljenog Planom.

SLIKA 26. Indikatori održivog razvoja turizma prema klasifikaciji WTO-a

Indikator	
<p>Zaštita prostora Riječ je o razini i kategorizaciji zaštićenih prostora sukladno kategorizaciji Međunarodnog udruženja za očuvanje prirode i prirodnih resursa (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources – IUCN).</p>	Ekološki
<p>Pritisak na prostor Ovaj indikator mjeri razinu pritiska koji turisti čine na destinaciju. Informacija se dobiva praćenjem turističkog prometa. Pritom je uz godišnji turistički promet, posebno potrebno pratiti turistički promet u vršnoj sezoni.</p>	Ekološki
<p>Intenzitet korištenja Odnosi se na intenzitet korištenja u vršnom periodu (osoba/hektar). Radi se o identificiranju prekomjernog korištenja resursa.</p>	Ekološki
<p>Socijalni utjecaj Iznimno je važan budući da bez uključivanja socijalnih i kulturnih efekata razvoja turizma u proces turističkog menadžementa nije moguće govoriti o održivom razvoju turizma. Odnosi se na broj turista prema broju stanovnika u vršnom periodu. Taj indikator može obuhvaćati i podatak o prosječnom broju dana koje turisti provode u turističkoj destinaciji.</p>	Socijalni
<p>Kontrola razvoja Indikator se koristi da bi se uvidjelo: provode li se prije većih projekata analize utjecaja koje će taj projekt imati na okoliš i ukupno okruženje, a u skladu s postojećom legislativom na nacionalnoj, regionalnoj i razini mjesta. Indikator označava ljestvica odgovora od 1 do 5, pri čemu 1 znači nepostojanje kontrole razvoja.</p>	Ekonomski
<p>Upravljanje otpadnim vodama Indikator označava postotak otpadnih voda koje se tretiraju (obrađuju) prije ispusta. Do njega dolazimo podijelimo li količinu tretiranih otpadnih voda s procijenjenom količinom ukupnih otpadnih voda. Ovaj pokazatelj posebno je važan za naseljenija mjesta i gradove te mjesta gdje je visoka vrijednost indikatora pritiska na prostor.</p>	Ekološki
<p>Proces planiranja Ovaj indikator također se izražava ljestvicom od 1 do 5. Vrijednost 1 označava da formalno integralno planiranje razvoja i aktivnosti ne postoji (uključujući i planiranje turističkog razvoja), a s implementacijom i kvalitetnim provođenjem rangiranje raste do vrijednosti 5. Budući da turizam čini dio ukupnoga gospodarskog sustava i s njim je u interakciji, održivi razvoj turizma moguć je samo ako postoji usuglašenost i koordiniranost globalne gospodarske politike s turističkom politikom i politikom zaštite okoliša.</p>	Ekonomski
<p>Kritične točke ekosustava Ovaj indikator temelji se na činjenici da što je neka biljna ili životinjska vrsta rjeđa, to je zanimljivija za turiste, a samim time u povratnoj vezi još više izložena pritisku i ugrožena. Iz tog je razloga iznimno važno nadzirati stanje kritičnih točaka ekosustava, biljnih i životinjskih vrsta kako zbog njihova očuvanja tako i zbog opstanka resursne osnove turizma. Indikator predstavlja broj vrsta koje su izložene riziku te bilježi vrste iskorijenjene (izumrle), očuvane ili pod rizikom.</p>	Ekološki
<p>Zadovoljstvo turista (potrošača) Do ovog indikatora dolazimo anketiranjem turista. Prva skupina pitanja opisuje kvalitetu iskustava i doživljaja turista te reflektira uvjete u destinaciji i očekivanja turista. Druga skupina pitanja odnosi se na one koji su iskazali nezadovoljstvo kvalitetom usluga i doživljaja. U upitnik se mogu uvrstiti i tzv. otvorena pitanja. Pri provođenju anketa bitno je formirati reprezentativan uzorak u odnosu na broj i strukturu turista. Anketiranje je potrebno provoditi i u određenim vremenskim razmacima čime će se osim uvida u sadašnje stanje i stavove dobiti i njihova dinamika (promjene).</p>	Ekonomski

<p>Zadovoljstvo lokalnog stanovništva Indikator pokazuje razinu zadovoljstva lokalnog stanovništva na koje izravno ili neizravno utječe razvoj turizma. Ispitivanje stavova provodi se anketnim upitnikom. Pri provođenju ankete potrebno je osigurati reprezentativnost uzorka tako da svi pripadnici lokalne zajednice budu obuhvaćeni na adekvatan način (etničke skupine, društveni slojevi, zaposleni u turizmu ili izvan njega). Anketiranje je potrebno provoditi u određenim vremenskim razmacima.</p>	Socijalni
<p>Doprinos turizma lokalnoj ekonomiji Svrha je ovog indikatora mjeriti ovisnost lokalne ekonomije o turizmu (udio turizma u gospodarstvu, temeljem različitih pokazatelja). Što je zavisnost veća, veći je rizik za ekonomski sustav u odnosu na fluktuacije u turističkoj industriji.</p>	Ekonomski

Izvor: Pripremljeno prema WTO: *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*, WTO, Madrid, 1996.

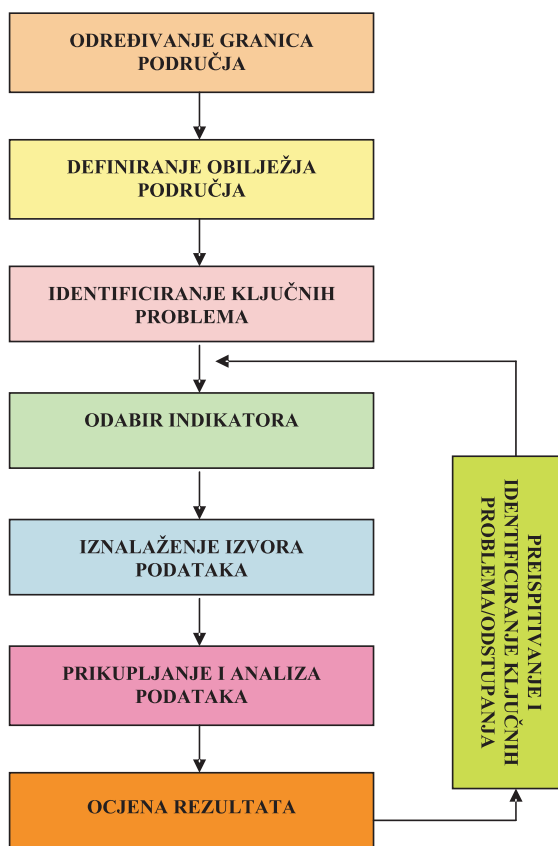
Navedeno pokazuje da će samo pomno izabrani indikatori osigurati kvalitetnu osnovu za kontrolu (audit) svake faze provedbe Plana, slijedeći preporuke Europske komisije i Svjetske turističke organizacije (WTO), a to znači:

a) da će se lakše i bolje identificirati nastali problemi, a utvrđena će odstupanja biti podlogom da se poduzmu mjere za njihovo otklanjanje;

b) da su prihvatljivi samo oni indikatori koji podržavaju koncepciju održivog razvoja, a to znači da uključuju mogućnost identifikacije ograničenja i potencijalnih mogućnosti;

c) da su nezaobilazna resursna osnova poslovnog odlučivanja menadžmenta turističke destinacije jer se temelje na realnim metodološkim podlogama, teorijskom i praktičnom znanju iz područja održivog razvoja turizma.

SLIKA 27. Postupak određivanja i korištenja indikatora za održivi razvoj turizma Kostrene



Izvor: Pripremljeno prema *A Manual for Evaluating the Quality Performance of Tourist destinations and Services*, European Commission's Tourism, Office for Official Publications of the European Communities, 2003. i *What Tourism Managers Need to Know – A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*, WTO, Madrid, 1996.

Održivi razvoj naglasak stavlja na one indikatore kvalitete, koji su uzimani u obzir i u koncipiranju modela razvoja, u oblikovanju modela marketinga i mogućnosti uključivanja inovacija u ukupnu turističku ponudu turističke destinacije Općine Kostrena na način kako je to sadržano u Planu, a indikatori su (slika 28):

QPCI = Indikator percepcije stanja kvalitete (*Quality Perception Condition Indicators*)

QMI = Indikator kvalitete menadžmenta (*Quality Management Indicators*)

QPI = Indikator provođenja kvalitete (*Quality Performance Indicators*)

SLIKA 28. Indikatori mjerenja kvalitete turističke destinacije Općine Kostrena

Kvaliteta na razini turističke destinacije Općine Kostrena	(QPCI) Indikator percepcije stanja kvalitete	(QMI) Indikator kvalitete menadžmenta	(QPI) Indikator provođenja kvalitete
Održivost lokalne turističke ponude	Postotak lokalnih turističkih djelatnika koji su zadovoljniji tekućom sezonom veći je od zadovoljstva prethodnom sezonom	Menadžment destinacije komunicira u mreži i ima uspješnu suradnju sa svim sudionicima turističke ponude (DA / NE)	% Rast turističke ponude u destinaciji
Podrška lokalnoj turističkoj ponudi	Veći je postotak zadovoljnih sudionika lokalne turističke ponude poslovnom podrškom i mogućnostima razvoja u destinaciji	Postoji program za koordinaciju poslovne podrške turističkih i prometnih usluga u turističkoj destinaciji/program uspješno funkcionira (DA / NE)	% Rast poslovne podrške lokalnoj turističkoj ponudi
Marketing i promidžba	Veći je postotak djelatnika lokalne turističke ponude koji su zadovoljniji kvalitetom marketinga i promocije destinacije	Destinacija je službeno odobrila strategiju turističkog razvoja, koja daje jasne smjernice marketingu i to se redovito provjerava (DA / NE)	% Rast broja noćenja po jednom € investiranom u marketing i promidžbu destinacije
Gostoprimstvo	Veći je postotak turista koji su zadovoljniji gostoprimstvom lokalnog stanovništva	Ustrojena je procedura prikupljnja mišljenja lokalnog stanovništva o turizmu destinacije i provodi se u sustavu povratne veze (DA / NE)	% Rast opterećenja turističke destinacije zbog porasta broja turista tijekom turističke sezone
Sigurnost	Veći postotak turista koji je zadovoljan osjećajem sigurnosti u destinaciji, što uključuje i dostupnost zdravstvenih usluga	Postoji sustav prevencije kriminalnih radnji u destinaciji u pružanju turističkih usluga, u prometu, u radnim odnosima... (DA / NE)	% Postotak kriminalnih djela po osobi u odnosu na ukupan broj lokalnog stanovništva
Kvaliteta zraka	Veći je postotak turista koji su zadovoljni kvalitetom zraka u destinaciji	Javnosti su dostupne informacije o koncentraciji štetnih tvari u zraku (DA / NE)	% (prosječan) broj dana u kojima je izmjereno visoko onečišćenje zraka
Kvaliteta okoliša destinacije	Veći je postotak turista zadovoljnih čistoćom okoliša u destinaciji	Odgovornost za čistoću destinacije jasno je definirana i učinkovitost se provjerava (DA / NE)	% Odnos količine prikupljenog otpada prema veličini područja destinacije

Indikatori mjerenja kvalitete moraju postati sastavni dio sustavnog istraživanja na razini turističke destinacije Općine Kostrena jer osiguravaju preduvjete da se u sljedećem koraku primjenom QUALITESTA sagledaju i vrednuju još i sljedeće dimenzije kvalitete resursne osnove, bitne za ukupnost sadržaja ponude na razini turističke destinacije, a to znači da se posebno ustrojava praćenje kvalitete: **HOTELA, PRIJEVOZA, GASTRONOMSKE PONUDE, TURISTIČKIH ATRAKCIJA, SPORTSKO-REKREACIJSKE PONUDE, PRIVATNOG SMJEŠTAJA, KAMPOVA, PONUDE U TRGOVINAMA TE OSTALIH OBLIKA TURISTIČKE PONUDE.**

Integralna kvaliteta destinacije pretpostavlja kvalitetu proizvoda i usluga svakog sudionika u strukturi ukupne ponude turističke destinacije, kao i učinkovitost menadžmenta turističke destinacije (Odbor za razvoj turizma)

koji mora ustrojiti i sustavno koristiti standardni sustav indikatora, koji je važan za održivi razvoj destinacije. Stoga je potrebno u okviru jedinstvene baze podataka osigurati korištenje sustava indikatora važnih za proces planiranja i kontrolu razvoja. Toj bazi pripadaju i indikatori bitni za zaštitu prostora i ublažavanje intenziteta njegova korištenja, zaštitu kulturnih, povijesnih i etnografskih vrijednosti uz poštovanje socijalnih utjecaja, zaštitu prirodnih resursa, s naglaskom na upravljanje čistim i otpadnim vodama te svim kritičnim točkama ekosustava. Pritom se uvijek naglasak stavlja na:

- zadovoljstvo turista (potrošača);
- zadovoljstvo lokalnog stanovništva i
- doprinos turizma regionalnom razvoju i lokalnoj ekonomiji.

Težište je na kvaliteti turističkog proizvoda i indikatorima kojima se on mjeri kao što prikazuje sljedeća slika.

SLIKA 29. Indikatori mjerenja kvalitete turističkog proizvoda

pozitivan i negativan utjecaj na zaštitu okoliša i na održivi razvoj.

Kvaliteta turističkog proizvoda	QPCI	QMI	QPI
Komunikacija s gostom prije njegova dolaska	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom komunikacije o destinaciji prije dolaska	Poznati su glavni tržišni segmenti, a njihova se očekivanja redovito ocjenjuju putem tržišnih anketa (DA / NE)	Broj registriranih žalbi turista po noćenju
Dostupnost	Veći postotak turista s invalidnošću i ograničenom mobilnosti koji je zadovoljan dostupnosti turističkih usluga u destinaciji	Destinacija je svjesna potreba turista s invalidnošću i ograničenom mobilnosti i redovito potiče svijest o tome zašto i kako turističke usluge mogu biti dostupne (DA / NE)	Postotak turističkih usluga prilagođenih, dostupnih osobama s invalidnošću i ograničenom mobilnosti
Promet (prijevoz)	Veći postotak turista koji je zadovoljan uslugama u prometu u destinaciji	Sva poduzeća koja pružaju prometne usluge u destinaciji svjesna su potrebe da kvalitetno upravljaju ključnim aspektima svojih usluga, obavještavanje o razvoju (DA / NE)	Odnos žalbi o pouzdanosti javnog prijevoza u destinaciji prema broju putnika
Smještaj	Veći postotak turista koji je zadovoljan smještajem	Svi pružatelji smještaja u destinaciji svjesni su potrebe da se kvalitetno upravlja ključnim aspektima svoje usluge, i sustavno su obavještavani o razvoju (DA / NE)	Postotak od ukupnog smještaja koji se odnosi na certificiranje prema QMS (sustav menadžmenta kvalitete) i EMS (sustav menadžmenta okoliša)
Informacije	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom informacija o događajima i aktivnostima koje nudi destinacija	Redovita provjera informacijskog materijala koji se dostavlja turistima o događajima u destinaciji kao i način njihova pružanja (DA / NE)	Odnos broja noćenja po dolasku, zabilježenih u turističkim informacijskim centrima u destinaciji
Gastronomska ponuda	Veći postotak turista koji je zadovoljan kvalitetom gastronomske ponude	Redovito ocjenjivanje kvalitete mjesta gastronomske ponude u destinaciji, postojanje procedure za bilježenje žalbi gostiju (DA / NE)	Broj žalbi o kvaliteti mjesta za hranu i piće u destinaciji u odnosu na broj noćenja

Za turističku destinaciju Kostrena to znači da treba težiti postizanju kvalitete proizvoda i usluga koji čine ukupnu turističku ponudu, pri čemu će se rabiti standardizirani alati, pa se u tom se smislu preporučuje:

- predvidjeti osnovne trendove ponude neposredne konkurencije;
- odrediti vlastitu poziciju u odnosu na globalne trendove i vlastite mogućnosti;
- istražiti očekivanja potencijalnih i mogućih posjetitelja;
- identificirati profile i ponašanje posjetitelja;
- marketinškim akcijama djelovati na oblikovanje imidža destinacije na turističkom tržištu;
- turističku destinaciju učiniti poželjnom u svijesti potencijalnih posjetitelja, ponudom sustava događaja i doživljaja kao specifičnostima destinacije;
- provjeriti kakav imidž nude glavni turoperatori i drugi sudionici u lancu ponude turističke destinacije i kako oblikuju stav korisnika prema destinaciji;
- sustavnom evaulacijom ocijeniti je li turistička destinacija i koliko ispunila očekivanja posjetitelja, ali i razinu njihova zadovoljstva;
- utvrđivati mijenja li se imidž turističke destinacije u shvaćanju posjetitelja koji se višestruko vraćaju;
- mjeriti utjecaj promjene imidža turističke destinacije na zadovoljstvo posjetitelja i njihovu odluku za ponovni dolazak;
- pratiti učinke usmene promidžbe stalnih posjetitelja turističke destinacije npr. »što će reći prijateljima i obitelji nakon što se vrate kući«;
- koristiti otvorena pitanja da se doznaju skriveni stavovi te prikupe komentari i sugestije stalnih posjetitelja turističke destinacije.

Zadovoljstvo turista turističkom ponudom te turističkog menadžmenta i zaposlenika ekonomskim učincima svoje aktivnosti, indikator je stupnja utjecaja turizma na ekonomski prosperitet, unaprjeđenje životne i radne okoline i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Pritom se ocjenjuje percepcija lokalnog stanovništva o efektima turizma, tj. njegovim manama i koristima. Naglasak je i na ocjeni socioekonomskog utjecaja na mogućnost zarade i zapošljavanja. Turizam se sagledava i s polazišta njegova utjecaja na opću infrastrukturu, na izgradnju i unaprjeđenje valorizacije javnih objekata te na asortiman i kvalitetu ostalih sadržaja destinacije. Ocjenjuje se međuovisnost IQM-a i subjektivne kvalitete života domicilnog stanovništva turističke destinacije i susjednih područja, kao i njihov pozitivan i negativan utjecaj na zaštitu okoliša i na održivi razvoj.

Primjena indikatora kvalitete iziskuje da se u svim segmentima turističke destinacije provede priprema, kako bi se osigurali odgovarajući *inputi* u bazu podataka turističke destinacije, a to podrazumijeva:

- 1) jasno definiranje obuhvata podataka na razini turističke destinacije Općine Kostrena
- 2) provođenje anketa o zadovoljstvu turista turističkom ponudom turističke destinacije Kostena
- 3) provođenje anketa o zadovoljstvu iznajmljivača turističkom ponudom turističke destinacije Kostrena
- 4) provođenje anketa o zadovoljstvu turističkog menadžmenta turističkom ponudom turističke destinacije Kostrena
- 5) provođenje anketa o zadovoljstvu lokalnog stanovništva turističkom ponudom turističke destinacije Kostrena

- 6) razvoj indikatora za sagledavanje stanja kvalitete,
- 7) razvoj indikatora za ocjenu djelovanja i kvalitete menadžmenta (IQM),
- 8) ustroj interne kontrole (audita) za unaprjeđenje sustava i rezultata
- 9) ustroj sustavne usporedbe (*benchmarking*) sa sličnim destinacijama.

Da bi kontrola bila moguća i ostvariva te da bi bila osnovom za osiguranje informacija o kvaliteti internog djelovanja i rezultata ostvarenih nakon uloženi napore, potrebno je ustrojiti skupinu stručnjaka (organizacija za podršku upravljanju), koja će na tim polazištima pristupiti ocjenjivanju, ali i podržati terenska istraživanja na reprezentativnom uzorku. U tom smislu treba osigurati korištenje baza podataka i primjenu relevantnih istraživačkih postupaka što znači:

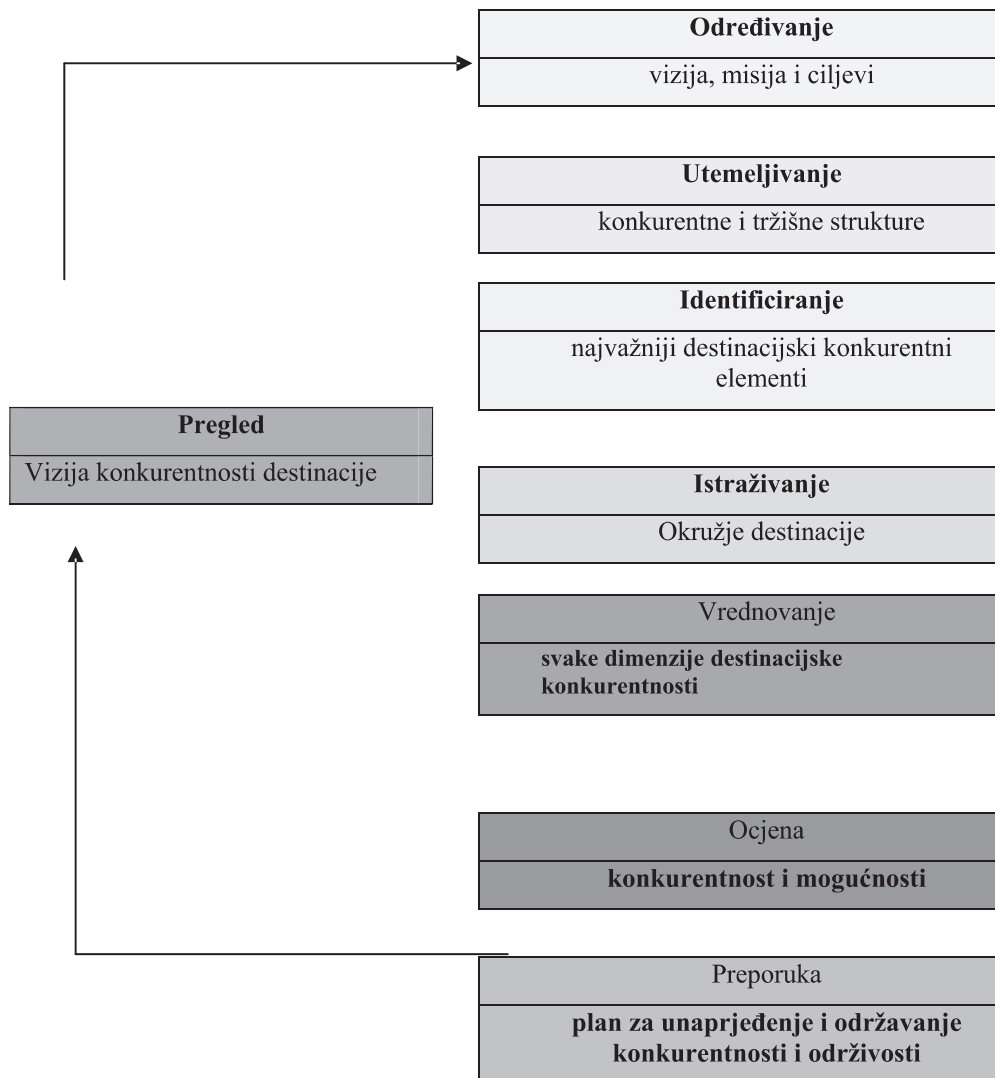
- koristiti sve raspoložive statističke podatke drugih istraživača
- ustrojavati vlastite baze statističkih podataka
- objedinjavati i analizirati godišnje izvještaje, dokumente i publikacije koje izdaju subjekti turističke ponude i turističke organizacije na razini destinacije Kostrena (PGŽ, RH)
- prikupljati sve relevantne informacije konkurentnih organizacija i destinacija
- proučavati polazišta i modele na kojima se temelji uspjeh konkurentnih destinacija
- poticati izradu specijalističkih studija
- ustrojiti optimalan pristup uvođenju inovacija, kao osnove razvoja turističkog proizvoda destinacije
- strategije, planove i procjene ekonomskog razvoja turizma temeljiti na polazištima Plana.

6.4.2. Plan uspostave kontrole

Za konkretne prilike i uvjete turističke destinacije Kostrena čini se optimalno planirati kontrolu na dvije razine koje podrazumijevaju i dinamiku osposobljavanja za trajnu kontrolu kao integralnog dijela upravljanja turističkom destinacijom. Cijeli proces kontrole može se iskazati kao na Slici 30, što podrazumijeva ustroj ovih razina:

- Prva razina kontrole (audita) treba obuhvatiti:
 - zacrtane ciljeve razvoja projekata
 - standardne ekonomske pokazatelje koje je moguće izračunati na temelju (danas) raspoloživih informacija
 - dio kvalitativnih ciljeva kroz planirana (u Planu provedbe) istraživanja na razini turističke destinacije Kostrena.
- Druga razina kontrole (audita) podrazumijeva dva koraka:
 - prvi korak znači prihvaćanje iskustava svjetske prakse u pripremi uvjeta za uspostavljanje integralne kontrole kvalitete
 - drugi korak bi se temeljio na već utvrđenim pokazateljima s ciljem da se u sagledivom roku (do 2013.) uspostavi sustav svih svjetski prihvaćenih pokazatelja, što je veoma opsežan sustav i zahtijeva primjenu odgovarajućih tehnika te uključuje suradnju potrošača (turista), svih sudionika turističke ponude i lokalnog stanovništva.

SLIKA 30. Elementi u procesu kontrole Plana turističke destinacije Općina Kostrena



Izvor: obrada autora

Slijedom prihvaćenih elemenata bitnih za kontrolu (audit), ali i za sustavno prilagođavanje Plana razvoja turizma Općine Kostrena, potrebno je još istaknuti i potrebu da se uvedu indikatori koji će proizaći iz primjene Agende 21 i standarda ISO 9000ff, ISO 14000ff i preporuka EMAS I i EMAS II. To su upravo stvarne pretpostavke i polazišne osnove djelovanja IQM-a turističke destinacije Kostrena, a koje daju naglasak na praćenje stanja i poboljšanje okoliša, što bi ovoj destinaciji trebalo donijeti niz pogodnosti i prednosti u odnosu na orijentaciju prema ekološki osviještenim gostima, kao npr.:

- indikatori se temelje na primjeni standarda okoliša i standarda kvalitete, a pretpostavka su integralnog sustava upravljanja turističkom destinacijom

- olakšavaju donošenje odluka o upravljanju rizikom, posebno kada je prisutan visok stupanj ugroženosti ekosustava destinacije

- osigurava se racionalnije upravljanje raspoloživim resursima

- polazište je za korištenje sredstava pretpripravnih fondova ili za dobivanje drugih beneficija u Europskoj uniji

- pravovremeno se detektiraju moguće štete za okoliš

- podržava se postupno unapređivanje upravljanja turističkom destinacijom, koje se temelji na partnerstvu i osiguravanju boljih odnosa među svim učesnicima

- uspostavljaju se bolji uvjeti za intraregionalnu i međuregionalnu suradnju

- povećava se odgovornost, posebno u odnosima s javnošću i slično.

Indikatori koji se mogu izravno i neizravno koristiti u kontroli razvoja turizma destinacije Kostrena čine složen, međuovisan sustav i nužno ih je, što je moguće ranije, početi primjenjivati, odnosno, u prvoj fazi započeti s pripremom za njihovu primjenu.

7. ZAKLJUČNE NAPOMENE

Plan razvoja turizma općine Kostrena izrađen je kao provedbeni dokument Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije, a na inicijativu Općine Kostrena.

Značajan podršku, te stručna pomoć dala je uz Općinu Kostrena, Turistička zajednica Općine Kostrena, gospodarski subjekti (nositelji ponude), te drugi pojedinci i grupe posebnih interesa, kroz učešće i sugestije formalnog i neformalnog karaktera.

Pri izradi ovog dokumenta uvaženi su kao podloge zaključci Glavnog plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije i raspoloživa prostorno planska dokumentacija. Potrebno je, ipak, nagasiti da dio predloženih projekata nije moguće realizirati bez izmjene prostorno planske dokumentacije, no istraživački tim je nakon provedenog istraživanja zaključio da je upravo realizacija tih velikih projekata glavni zamašnjak intenzivnijeg i kvalitetnijeg razvoja turizma na području općine Kostrena. Također, realizacija dijela projekata prolongirana je na razdoblje do 2014. godine uvažavajući neizvjesnu gospodarsku situaciju.

Plan razvoja turizma općine Kostrena koncipiran je na način da budućim korisnicima, te tijelima angažiranim na njegovoj provedbi bude jasan, razumljiv, jednostavan i pri-

mjenjiv. Pri definiranju razvojnih smjernica, ciljeva i zadatka uvažile su se lokalne specifičnosti, stavovi ključnih interesnih skupina zainteresiranih za razvoj turizma, a anticipirani su i očekivani trendovi na tržištu, te pozicija u odnosu na konkurenciju.

Važno je napomenuti, da se pri izradi ovog dokumenta turizam sagledavao kao dio cjelovitog gospodarskog i društvenog razvitka općine Kostrena, budući da turizam do sada bio dominantna ekonomska aktivnost na ovom području.

Na kraju, važno je istaknuti da sama izrada Plana razvoja turizma općine Kostrena ne predstavlja kraj, već početak intenzivnog rada na turističkom razvoju prostora općine Kostrena, te daljeg ustrajnog stručnog i znanstvenog promišljanja razvoja turizma Kostrene, s konačnim ciljem rasta blagostanja i kvalitete života lokalnog stanovništva.

Klasa: 021-05/09-01/13

Ur. broj: 2170-07-01-09-51

Kostrena, 26. studenoga 2009.

OPĆINSKO VIJEĆE OPĆINE KOSTRENA

Predsjednica

Ankica Lörinc, prof., v.r.

POPIS TABLICA

- TABLICA 1. Kapaciteti za smještaj turista prema vrstama objekata u Kostreni - broj stalnih postelja u 2006. godini (stanje na dan 31. kolovoza)
- TABLICA 2. Turistički promet u objektima za smještaj turista ostvaren 2006. g. u Kostreni
- TABLICA 3. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kostrene
- TABLICA 4. Zadovoljstvo turista elementima turističke ponude Kostrene
- TABLICA 5. Obilježja općine Kostrena relevantna za turistički razvoj
- TABLICA 6. Matrica procjene alternativnih scenarija razvoja turizma općine Kostrena
- TABLICA 7. Izbor (tablični pregled) selektivnih vrsti turizma i doživljaja u destinaciji Kostrena

POPIS SLIKA

- SLIKA 1. Osnovna obilježja turizma - strukturalna transformacija turizma
- SLIKA 2. Obilježja promjena na turističkom tržištu potražnje
- SLIKA 3. Održivi razvoj - multidisciplinarni pristup u funkciji napretka
- SLIKA 4. Međunarodni dolasci turista i plan dolazaka turista do 2020.
- SLIKA 5. Međunarodni dolasci turista u Europu (u milijunima)
- SLIKA 6. Problemske točke i preporučeni indikatori (WTO) za kupališne, priobalne destinacije
- SLIKA 7. Prostorna raščlamba Kvarnera
- SLIKA 8. Destinacija »Rijeka i riječki prsten« - sastanice
- SLIKA 9. Simbioza ciljeva razvoja turizma
- SLIKA 10. Općina Kostrena - opći podaci
- SLIKA 11. Komparativne i konkurentne prednosti - stanje danas
- SLIKA 12. Percepcija Kostrene kao turističke destinacije
- SLIKA 13. Percepcija Kostrene u očima turista ako se istaknu pozitivni elementi
- SLIKA 14. SWOT analiza
- SLIKA 15. Podloga za strategiju pozicioniranja
- SLIKA 16. Pozicioniranje Kostrene kao turističke destinacije
- SLIKA 17. Emitivna tržišta turizma općine Kostrena
- SLIKA 18. Alternativni razvojni scenariji razvoja turizma općine Kostrena
- SLIKA 19. Osnovne skupine dugoročnih ciljeva turizma općine Kostrena
- SLIKA 20. Matrica proizvoda turizma općine Kostrena
- SLIKA 21. Elementi destinacijskog marketinga
- SLIKA 22. Od komparativnih prema konkurentskim prednostima turističke ponude Kostrene
- SLIKA 23. Organizacija za upravljanje destinacijom

- SLIKA 24. Odbor za razvoj turizma Općine Kostrena
SLIKA 25. Model upravljanja razvojem turizma Kostrene
SLIKA 26. Indikatori održivog razvoja turizma prema klasifikaciji WTO-a
SLIKA 27. Postupak određivanja i korištenja indikatora za održivi razvoj turizma
SLIKA 28. Indikatori mjerenja kvalitete turističke destinacije Općine Kostrena
SLIKA 29. Indikatori mjerenja kvalitete turističkog proizvoda
SLIKA 30. Elementi u procesu kontrole Plana turističke destinacije Općina Kostrena

LITERATURA I IZVORI

- A Manual for Evaluating the Quality Performance of Tourist destinations and Services, European Commission's Tourism, Office for Official Publications of the European Communities, 2003
- Ahn, B.Y., Lee, B.K., Shafer, S., Operationalizing Sustainability in Regional Tourism Planning: An Application of the Limits of Acceptable Change Framework, *Tourism Management*, Vol. 23, 2002, 1-15
- Aronsson, L.: *The Development of Sustainable Tourism*, London, New York: Continuum, 2002.
- Avelini-Holjevac, I.: *Upravljanje kvalitetom u turizmu i hotelskoj industriji*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija, 2002.
- Blažević, B., Peršić M. ed.: *Ocjena turističke ponude Kvarnera*, *Tourism and Hospitality Management*, 13 (1), Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, WIFI Osterreich, Wien, T.E.I. Greece, 2007.
- Bramwell, B. et al.: *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*, Tilburg University Press, Tilburg, 1996.
- Burian, M.: *Nova tržišta za održivi turizam: put od centralno planiranog turizma do aktivnih lokalnih zajednica*, *Turizam*, Vol. 48, No.4, 2000., 401-406
- Cerović, Z.: *Hotelski menadžment*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2003.
- Coccosis, H.: *Tourism and sustainability: Perspectives and Implications*; in Priestley, G.K., Edwards, J.A. i Coccosis (Editor). *Sustainable Tourism? European Experiences*. CAB International, Oxon, 1996.
- Code of Ethics, *WTO News*, April-May-June 1999., 8-9; *Global Code of Ethics for Tourism*, www.world-tourism.org/projects/ethics/principles.html
- Dulčić, A., Petrić, L.: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, 2001.
- Gartner, W.C.: *Tourism Development: Principles, Processes and Policies*, Van Nostrand Reinhold, ITP, New York, 1996.
- Glavni plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije, 2005.
- Hendija, Z., Čizmar, S.: *Utjecaj društvenih promjena na svjetska turistička kretanja*, *Turizam*, Vol.40, Br. 5-6, 1992.
- Inskip, E.: *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*, WTO, Routledge, London, New York, 1994.
- Inskip, E.: *Tourism Planning - an Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- Krippendorf, J.: *Putujuće čovječanstvo*, SNL, Zagreb, 1986.
- Kušen, E.: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam Zagreb, Zagreb, 2002.
- Laws, E.: *Tourism Destination Management: Issues, Analysis and Policies*, Routledge, London, New York, 1995.
- Magaš, D., Smolčić Jurdana, D.: *Metodološki aspekti utvrđivanja prihvatnog potencijala turističkih područja*, *Tourism and Hospitality Management*, Vol.5, No.1-2, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija i WIFI Osterreich, Wien/Opatija, 1999., str. 97-106.
- Magaš, D.: *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2003.
- McIntyre, G. et al.: *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, WTO, Madrid, 1993.
- Mihalič, T.: *Environmental Management of a Tourist Destination: A Factor of Tourism Competitiveness*, *Tourism Management*, 2000, 21: 65-78.
- Muller, H.: *The Thorny Path to Sustainable Tourism Development*, *Zbornik radova Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Zagreb, 1994.
- Perić, J., Mlinarević M.: *Partnerstvo javnog i privatnog*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2002.

Pirjevec, B., Kesar, O.: Počela turizma, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2002.

Prostorni plan Općine Kostrena

Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I.: The Competitive Destination: A Sustainability Perspective, CABI Publishing, Oxon/Cambridge, 2003.

Skupina autora (u red. Vujić, V.): Odživi razvoj turizma, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2005.

Skupina autora (ured. Vukonić, B., Čavlek, N.): Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001.,

Skupina autora: Hrvatski turizam - plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006.

Smolčić Jurdana, D.: Indicators of Sustainability in Tourism, Congress proceedings Tourism & Hospitality Industry 2004: New Trends in Tourism and Hospitality Management, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija, 2004., str. 379-388.

Smolčić Jurdana, D.: Prednosti i ograničenja primjene koncepcije održivog razvoja turizma, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb, 2003.

Statistički ljetopis Hrvatske 2007.

Statistički ljetopis Hrvatske 2008.

Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije 2007.

Statistički ljetopis Primorsko-goranske županije 2008.

Turizam u primorskim gradovima i općinama 2008., Državni zavod za statistiku, Statističko izvješće br. 1381, Zagreb, 2009.

Vukonić, B., Keča, K.: Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci, Mikrorad i Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2001.

World Tourism Organisation, WTOBC: Public-Private Sector-Enhancing Tourism Competitiveness, Madrid, 2000.

WTO, Tourism Market Trends, 2006, Edition - Europe

WTO: Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook, WTO, Madrid, 2004.

WTO: Sustainable Development of Tourism, WTO, Madrid, 2000.

WTO: What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Development, WTO, Madrid, 1996.

WTTC, The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy, 2003.

www.kostrena.hr