



REPUBLIKA HRVATSKA  
Ministarstvo  
turizma i sporta

# SMJERNICE I UPUTE ZA IZRADU PLANA UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

rujan 2024. godine



## SADRŽAJ

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. POLAZIŠTE.....                                                                 | 0  |
| 1.1. Što je plan upravljanja destinacijom .....                                   | 0  |
| 1.2. Zašto je potrebno imati plan upravljanja destinacijom .....                  | 0  |
| 1.3. Tko treba biti uključen u izradu plana upravljanja destinacijom .....        | 1  |
| 1.4. Izrada profila odredišta/baze osnovnih informacija o destinaciji.....        | 2  |
| 1.5. Što treba sadržavati plan upravljanja destinacijom .....                     | 2  |
| 1.6. Postupak izrade i usvajanja plana upravljanja destinacijom .....             | 4  |
| 2. PRIHVATNI KAPACITET DESTINACIJE .....                                          | 8  |
| 3. ANALIZA STANJA .....                                                           | 9  |
| 3.1. Turistički proizvodi i usluge .....                                          | 9  |
| 3.2. Resursna osnova .....                                                        | 10 |
| 3.3. Javna turistička infrastruktura .....                                        | 11 |
| 3.4. Komunalna infrastruktura.....                                                | 12 |
| 3.5. Prometna infrastruktura.....                                                 | 12 |
| 3.6. Analiza stanja digitalizacije .....                                          | 12 |
| 3.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama ..... | 14 |
| 3.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji .....             | 15 |
| 3.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala.....                           | 15 |
| 3.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti .....                                    | 17 |
| 3.11. Analiza konkurencije.....                                                   | 17 |
| 3.12. Izrada izvješća o analizi stanja .....                                      | 18 |
| 4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA .....         | 20 |
| 5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE .....                             | 21 |
| 5.1. Metodologija prikupljanja podataka.....                                      | 22 |
| 5.2. Analiza prikupljenih podataka .....                                          | 22 |
| 5.3. Praćenje održivosti .....                                                    | 22 |
| 6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA .....                                  | 24 |
| 6.1. SWOT analiza .....                                                           | 24 |
| 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma .....                         | 24 |
| 6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta .....                             | 25 |
| 6.5. Identificiranje ciljeva.....                                                 | 25 |
| 6.6. Mjere i aktivnosti .....                                                     | 25 |

|                                                                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA .....                                                                                        | 27 |
| 7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave.....                                                   | 27 |
| 7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice .....                                                                                 | 28 |
| 7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji .                                             | 28 |
| 8. POPIS PROJEKATA .....                                                                                                                 | 29 |
| 8.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju<br>pokazatelja održivosti na razini destinacije..... | 29 |
| 8.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije .....                                                                              | 29 |
| 9. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI.....                                                                                          | 31 |
| 9.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom .....                                                                       | 31 |
| 9.2. Izvješće o provedbi.....                                                                                                            | 31 |
| 10. ZAKLJUČAK .....                                                                                                                      | 32 |

# 1. POLAZIŠTE

## 1.1. Što je plan upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije. Primarna mu je svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima.

Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23, dalje: ZOT) izrađuje ga turistička zajednica (lokalna i regionalna) za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica te Turistička zajednica Grada Zagreba. Planom se određuje smjer razvoja destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara i dobrobiti lokalne zajednice.

Plan upravljanja destinacijom predstavlja podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji.

## 1.2. Zašto je potrebno imati plan upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom treba identificirati važna pitanja o turizmu u destinaciji koja je potrebno uzeti u obzir pri planiranju razvoja turizma, marketinškom planiranju kao i kod provedbe mjera i pri donošenju odluka od strane dionika u sustavu turizma i u sustavu upravljanja turizmom.

Plan upravljanja destinacijom treba omogućiti destinaciji da se razvija na održiv način, čuvajući njezine resurse, prepoznavanjem njezinih prednosti i nedostataka kao i prilika na tržištu. Proces izrade kao i provedba plana upravljanja destinacijom pretpostavlja i potiče suradnju između različitih dionika, uključujući lokalne vlasti, turističke zajednice, poduzetnike i lokalno stanovništvo. Dobro osmišljen plan upravljanja destinacijom može povećati konkurentnost destinacije na globalnom tržištu, privlačeći turiste i investicije te istodobno pomoći u osiguravanju da turizam pozitivno utječe na lokalnu zajednicu, poboljšavajući infrastrukturu i usluge.

Plan upravljanja destinacijom treba omogućiti kontinuirano praćenje i evaluaciju turističkih aktivnosti, što pomaže u prilagodbi strategijama i postizanju postavljenih ciljeva te pridonosi učinkovitom upravljanju resursima kao što su voda, energija i otpad, smanjujući negativne utjecaje na okoliš i lokalnu zajednicu.

U izradu plana upravljanja destinacijom uključuju se različiti dionici u javnom i privatnom sektoru koje imaju različite potrebe i uloge u cjelokupnom sustavu turizma. Zajednički rad i razmjena mišljenja, vizija i iskustva treba biti analizirana i usmjerena na planiranje mjera i aktivnosti koje će pridonijeti boljem korištenju resursa i upravljanju destinacijom na zadovoljstvo kako turista tako i lokalnog stanovništva te privatnog sektora. Plan upravljanja destinacijom javno se objavljuje.

Budući da se u njegovu izradu uključuju svi relevantni dionici, kako u fazi izrade tako i u fazi njegove provedbe, ujedno se ostvaruju i različite promotivne i edukacijske aktivnosti kojima se

podize svijest svih dionika u turizmu o važnosti razvoja turizma u smjeru održivosti, uključujući i turiste i lokalno stanovništvo.

### *1.3. Tko treba biti uključen u izradu plana upravljanja destinacijom*

Izrada plana upravljanja destinacijom je složen proces koji uključuje različite dionike, svaki sa svojom ulogom i doprinosom. U izradu trebaju biti uključeni jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave, javne ustanove i trgovačka društva u vlasništvu jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave i Republike Hrvatske, udruge koje izravno sudjeluju u kreiranju destinacijskog lanca vrijednosti u turizmu, nadležna tijela za prostorno planiranje, zdravstvo i kulturu, kao i drugi dionici važni za planiranje razvoja turizma u destinaciji. Turistička zajednica omogućuje navedenim dionicima sudjelovanje na primjeren način. To su, primjerice, sastanci, okrugli stolovi, javne ili on - line prezentacije, anketna istraživanja, obavijesti i slično.

U planu upravljanja destinacijom potrebno je navesti ključne dionike koji su bili uključeni u njegovu izradu.

Jedan od alata koji se može koristiti s ciljem identifikacije potreba i problema, poticanja suradnje i transparentnosti je izrada mape dionika. Mapa dionika je alat koji vizualno prikazuje različite dionike uključene u određeni projekt, inicijativu ili proces, kao i njihove međusobne odnose i utjecaj. Ova mapa pomaže da se bolje razumije tko su ključni sudionici, kako su povezani, kakav je njihov interes i utjecaj. Glavni dionici koji će sudjelovati u izradi plana upravljanja destinacijom mogu biti popisani na sljedeći način:

| <b>GLAVNI DIONICI</b>        | <b>Tko</b>                                                                                  | <b>Kako su uključeni</b>                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| LOKALNE I REGIONALNE VLASTI  | Gradovi, općine, županije, regionalne razvojne agencije.                                    | Oni postavljaju osnovne strateške ciljeve za razvoj turizma u skladu s politikama destinacije i osiguravaju pravni okvir za provedbu mjera i aktivnosti.                                                             |
| TURISTIČKE ZAJEDNICE         | Nacionalna, regionalne i lokalne turističke zajednice.                                      | Zadužene su za izradu plana i koordinaciju dionika.                                                                                                                                                                  |
| PRIVATNI SEKTOR              | Hotelijeri, ugostitelji, turističke agencije, prijevoznici i sl.                            | Privatni sektor pruža ključne usluge posjetiteljima i sudjeluje u kreiranju turističkih proizvoda. Njihova ulaganja i poslovne strategije moraju biti usklađene s ciljevima održivog razvoja.                        |
| LOKALNO STANOVNIŠTVO         | Stanovnici destinacije.                                                                     | Lokalne zajednice doprinose očuvanju kulturne i prirodne baštine te imaju veliku ulogu u stvaranju autentičnih doživljaja. Njihovo sudjelovanje je ključno za osiguranje društvenog prihvaćanja turističkog razvoja. |
| NEVLADINE ORGANIZACIJE (NVO) | Organizacije koje se bave zaštitom okoliša, kulturne baštine, socijalnom uključenošću i sl. | NVO-ovi često djeluju kao glasnici zaštite interesa lokalnih zajednica i stanovništva te pružaju stručnu podršku u planiranju održivog razvoja.                                                                      |

|            |                                                                |                                                                                                                                                |
|------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| STRUČNJACI | Instituti, akademske institucije, specijalizirane tvrtke i sl. | Pružaju ekspertizu u analizi podataka, izradi studija i istraživanju tržišta. Njihova znanja pomažu u oblikovanju strategija i provedbi plana. |
|------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 1.4. Izrada profila odredišta/baze osnovnih informacija o destinaciji

Potrebno je formirati tablicu koja sadrži osnovne podatke o destinaciji. Obrazac se može koristiti za davanje pregleda odredišta zainteresiranim stranama. Za informacije se mogu koristiti različiti lokalni, nacionalni ili međunarodni izvori. Po potrebi obrazac se može izmijeniti i prilagoditi specifičnostima destinacije.

Profil odredišta: \_\_\_\_\_

|                                                                                                         |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| Lokacija:                                                                                               |  |  |
| Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)              |  |  |
| Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta:                                                |  |  |
| Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)                                                    |  |  |
| Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)   |  |  |
| Broj stalnih stanovnika                                                                                 |  |  |
| Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)                                         |  |  |
| Prosječna duljina boravka                                                                               |  |  |
| Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti)                                                        |  |  |
| Ugostiteljski sadržaji                                                                                  |  |  |
| Najpopularnije turističke atrakcije:                                                                    |  |  |
| Glavni turistički proizvodi:                                                                            |  |  |
| Prostor – turističke zone i površine                                                                    |  |  |
| Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.) |  |  |

Tablicu je potrebno ažurirati svake godine. Budući da se određen dio podataka mijenja na godišnjoj razini potrebno je navesti podatke za prethodnu i tekuću godinu.

#### 1.5. Što treba sadržavati plan upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom na svim razinama (lokalnoj i regionalnoj) mora imati sljedeći sadržaj propisan odredbama ZOT-a :

- analiza stanja
- popis resursne osnove
- pokazatelji održivosti na razini destinacije propisani člankom 14. ZOT-a - uređeno Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma
- razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnim za njegovo ostvarenje
- prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije
- popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije i
- popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

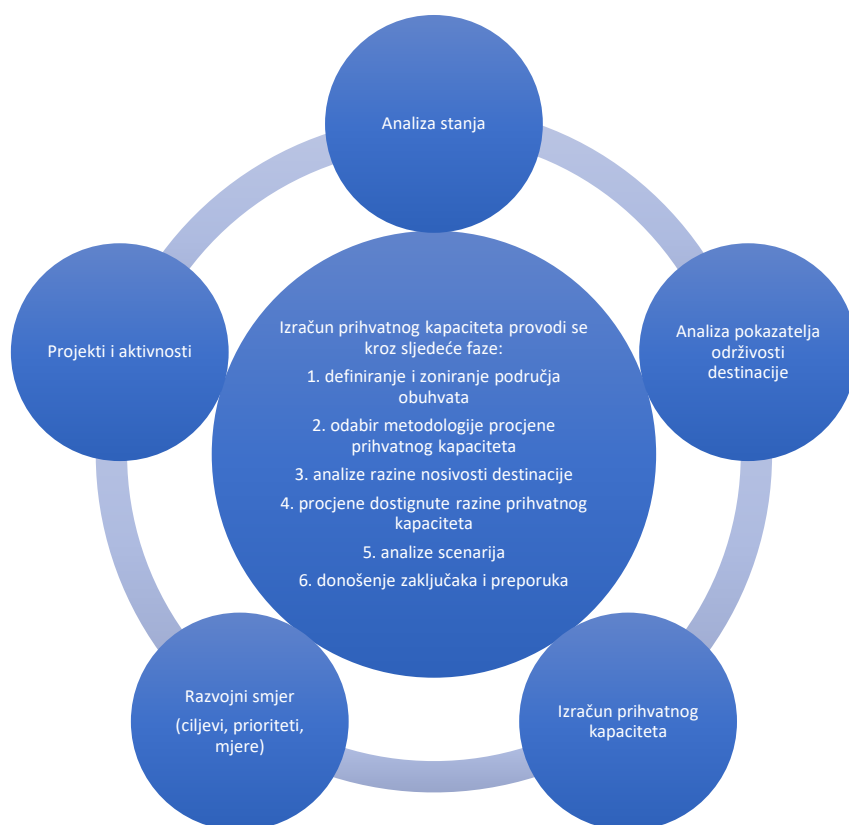
Plan upravljanja destinacijom na regionalnoj razini mora definirati i bitne elemente za upravljanje i marketing destinacije.

Plan upravljanja destinacijom na lokalnoj razini, za turističke zajednice razvrstane u kategoriju I i II indeksa turističke razvijenosti (ITR) mora biti temeljen na izračunu prihvatnih kapaciteta koji se izrađuje u skladu s odredbama Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.



Slika 1. Faze izrade Plana upravljanja destinacijom

Pojedine faze izrade mogu se odvijati istovremeno. Za destinacije koje izrađuju izračun prihvatnog kapaciteta važno je da se taj dokument integrira u plan upravljanja destinacijom, odnosno, da se rezultati dobiveni procjenom uzimaju kao temeljna podloga za promišljanje razvojnog smjera i budućih mjera i aktivnosti.



Slika 2. Integriranje izračuna prihvatnog kapaciteta u plan upravljanja destinacijom

### 1.6. Postupak izrade i usvajanja plana upravljanja destinacijom

Postupak izrade i usvajanja plana upravljanja destinacijom obuhvaća više koraka koji se u nastavku opisuju.

#### **Pokretanje izrade plana upravljanja destinacijom:**

Prvi korak u izradi plana upravljanja destinacijom predstavlja okupljanje ključnih dionika koje okuplja turistička zajednica kao što je pojašnjeno u poglavlju 1.3. Tko treba biti uključen u izradu plana upravljanja destinacijom.

Kada se plan upravljanja destinacijom izrađuje za područje više turističkih zajednica, o međusobnim pravima i obvezama svih uključenih turističkih zajednica sklapa se **sporazum o međusobnim pravima i obvezama**.

O području obuhvata izrade plana upravljanja destinacijom, odnosno da li će se izrađivati za područje jedne ili više turističkih zajednica, raspravlja se na regionalnoj koordinaciji predsjednika turističkih zajednica s ciljem usklađenosti planskih dokumenta i provedbe strateških ciljeva te usklađivanja područja obuhvata izračuna prihvatnih kapaciteta.

Nakon postignutog dogovora o području obuhvata na regionalnoj koordinaciji predsjednika turističkih zajednica, potrebno je da ona turistička zajednica za koju se dogovorno utvrdi da će imati koordinatorsku ulogu, izrađuje prijedlog sporazuma te ga dostavlja na razmatranje drugim turističkim zajednicama koje su potpisnice sporazuma, ostavljajući im primjeren rok za izjašnjavanje u pravilu ne duži od 15 dana.

Ako je jedna ili više turističkih zajednica razvrstana u kategoriju I. ili II. indeksa turističke razvijenosti tada se plan upravljanja destinacijom mora temeljiti na izračunu prihvatnog kapaciteta (ITR), a koji se izrađuje u skladu s Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24) stoga turističke zajednice moraju postupiti kako što je pojašnjeno u poglavlju 2. PRIHVATNI KAPACITET DESTINACIJE.

#### **Izrada prijedloga plana upravljanja destinacijom:**

Sukladno propisanoj metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom te ovim smjernicama turistička zajednica izrađuje prijedlog plana upravljanja destinacijom, zajedno sa svim dionicima u sustavu turizma i dionicima u sustavu upravljanja turizmom.

#### **Javno savjetovanje o prijedlogu plana upravljanja destinacijom:**

S obzirom na to da se planom upravljanja destinacijom utječe na interese građana i pravnih osoba, neophodno je prijedlog plana upravljanja destinacijom uputiti na javno savjetovanje sukladno posebnom propisu kojim se uređuje pravo na pristup informacijama.

Ako se plan upravljanja donosi za područje više turističkih zajednica potrebno je provesti javno savjetovanje na području svih turističkih zajednica uključenih u taj sporazum.

Prema članku 11. Zakona o pravu na pristup informacijama (NN 25/13, 85/15 i 69/22) na internetskoj stranici jedinice lokalne samouprave ili portalu eSavjetovanja potrebno je objaviti nacrt plana upravljanja destinacijom s obrazloženjem razloga i ciljeva koji se žele postići njegovim donošenjem i sastavom radne skupine koja je izradila nacrt plana te pozivom javnosti da dostavi svoje prijedloge i mišljenja.

Kada se plan upravljanja destinacijom izrađuje za više turističkih zajednica ili jedinica lokalne samouprave, radi učinkovitosti, nacrt plana radi savjetovanja sa zainteresiranom javnošću može se objaviti na stranicama jedinice lokalne samouprave u kojoj je osnovana turistička zajednica koja prema sporazumu ima koordinatorsku ulogu.

Na internetskim stranicama drugih jedinica lokalne samouprave i turističkih zajednica navest će se obavijest da se provodi savjetovanje s poveznicom na stranice jedinice lokalne samouprave na kojima je objavljen nacrt plana. Istu obavijest s poveznicom potrebno je navesti i na internetskim stranicama svih obuhvaćenih turističkih zajednica i jedinica lokalne samouprave ako se savjetovanje provodi putem portala eSavjetovanja.

Javno savjetovanje u pravilu treba trajati 30 dana.

Po isteku navedenog roka potrebno je objaviti izvješće o savjetovanju koje sadrži zaprimljene prijedloge i primjedbe te očitovanja s razlozima za neprihvatanje pojedinih prijedloga i primjedbi. Navedeno izvješće dostavlja se predstavničkom tijelu jedinice lokalne samouprave zajedno s prijedlogom plana upravljanja koji se upućuje na usvajanje.

Dodatno, sudjelovanje zainteresirane javnosti u različitim fazama izrade plana upravljanja destinacijom moguće je osigurati i putem javnih prezentacija, konferencija, radionica, fokus grupa, sazivanjem građanskih okupljanja radi prikupljanja stavova javnosti.

### **Donošenje odluke turističke zajednice o upućivanju prijedloga plana upravljanja destinacijom na usvajanje predstavničkom tijelu:**

Kada završi javno savjetovanje te se izradi konačan prijedlog plana upravljanja destinacijom potrebno je na turističkom vijeću turističke zajednice donijeti odluku o upućivanju prijedloga plana upravljanja destinacijom na usvajanje predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za čije se područje plan donosi. Ako se plan upravljanja donosi za područje više turističkih zajednica odluku donose, odnosno potvrđuju turistička vijeća svih turističkih zajednica za čije se područje plan upravljanja destinacijom donosi.

Odluku o upućivanju plana upravljanja destinacijom potpisuje predsjednik turističkog vijeća te istu upućuje predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave, putem nadležnog upravnog tijela. Ako se plan upravljanja donosi za područje više turističkih zajednica potrebno je isti uputiti predstavničkim tijelima svih uključenih jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave koje su obuhvaćene planom upravljanja.

### **Usvajanje plana upravljanja destinacijom na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave:**

Nakon što nadležno upravno tijelo te stručne službe predstavničkog tijela obrade dostavljene materijale koji se odnose na plan upravljanja destinacijom, potrebno je isti staviti na dnevni red sjednice predstavničkog tijela.

Ukoliko se plan upravljanja destinacijom ne usvoji na jednom od prethodno navedenih tijela vraća se turističkoj zajednici s objašnjenjem u ponovni postupak na doradu.

### **Objava plana upravljanja destinacijom u službenom glasniku jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave i na mrežnim stranicama turističke zajednice:**

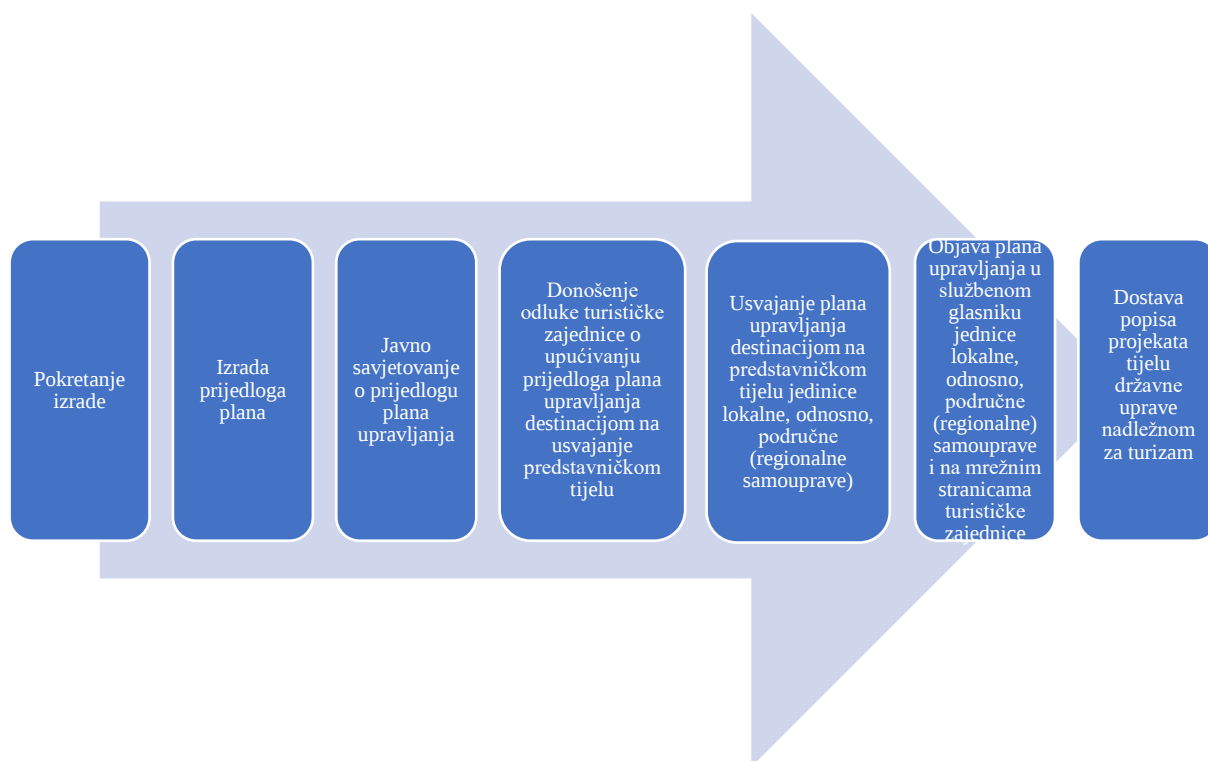
Nakon usvajanja prijedloga plana upravljanja destinacijom isti se mora objaviti u službenom glasniku jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave i na mrežnim stranicama turističke zajednice.

Ako se plan upravljanja donosi za područje više turističkih zajednica potrebno je isti objaviti u službenom glasniku svih uključenih jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave i na mrežnim stranicama svih uključenih turističkih zajednica.

### **Dostava popisa projekata tijelu državne uprave nadležnom za turizam:**

Plan upravljanja destinacijom sadrži i popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za ostvarenje razvojnog smjera i pokazatelja održivosti na razini destinacije od kojih su neki projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije.

U skladu s odredbama Zakona o turizmu, jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave, dostavlja gore navedeni popis projekata tijelu državne uprave nadležnom za turizam radi upisa u bazu projekata. Do uspostave baze projekata unutar integriranog informacijskog sustava turizma popis projekata dostavlja na e-mail adresu: [projekti@mints.hr](mailto:projekti@mints.hr) na predefiniranom obrascu koji se nalazi na mrežnim stranicama Ministarstva.



Slika 3. Postupak izrade i usvajanja plana upravljanja destinacijom

## 2. PRIHVATNI KAPACITET DESTINACIJE

Plan upravljanja destinacijom izrađuje se za područje jedne ili više turističkih zajednica. Kada se plan upravljanja destinacijom izrađuje za područje više turističkih zajednica, potrebno je nakon rasprave na regionalnoj koordinaciji turističkih zajednica utvrditi područje obuhvata izrade plana upravljanja destinacijom te zatim sklopiti sporazum o međusobnim pravima i obvezama.

Istim sporazumom potrebno je definirati i obuhvat područja za koje se izrađuje izračun prihvatnog kapaciteta za one turističke zajednice koje su razvrstane u kategoriju I. ili II. indeksa turističke razvijenosti. Njihov se plan upravljanja mora temeljiti na izračunu prihvatnog kapaciteta, koji se izrađuje u skladu s Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta, i sastavni je dio plana upravljanja destinacijom. Regionalna koordinacija prilikom raspravljanja o obuhvatu mora voditi računa o turističkim tokovima te po potrebi u prijedlog područja obuhvata predložiti uključivanje turističkih zajednica koje su razvrstane u kategoriju III, IV i 0 indeksa turističke razvijenosti (ITR).

Kada se na regionalnoj koordinaciji turističkih zajednica raspravlja o području obuhvata za koje se izrađuju izračuni prihvatnih kapaciteta potrebno je također uvažavati strateške dokumente koji su definirali rivijeru, kraj, područje, otok, klaster i druge prepoznate turističke cjeline, s ciljem koordinacije i usklađenosti lokalnih turističkih zajednica pri određivanju područja obuhvata.

Lokalne turističke zajednice koje su udružene, sukladno odredbama zakona kojima se uređuje sustav turističkih zajednica, izrađuju jedinstveni plan upravljanja destinacijom te, ako su u obvezi, rade izračun prihvatnog kapaciteta za područje obuhvaćeno udruživanjem ako na regionalnoj koordinaciji nije postignut dogovor o širem području obuhvata u kojem slučaju se sklapa sporazum. Sukladno zaključcima s regionalnih koordinacija predsjednika turističkih zajednica, a s ciljem podizanja konkurentnosti destinacija, i dalje će se kontinuirano poticati udruživanje turističkih zajednica.

### 3. ANALIZA STANJA

Analiza stanja obuhvaća prikupljanje dostupnih podataka kako bi se dobila slika trenutnog stanja iz kojeg se mogu identificirati prednosti i nedostaci te potom planirati mjere i aktivnosti za unaprjeđenje turističke ponude i doživljaja uz ostvarenje razvojnog smjera.

Uzevši u obzir definiciju i elemente destinacije iz čl. 4. ZOT-a te uvažavajući zaključke regionalne koordinacije direktora turističkih zajednica potrebno je definirati područje, odnosno, precizirati teritorijalni i prostorni obuhvat destinacije za koji se izrađuje plan upravljanja destinacijom.

Potrebno je definirati ciljeve analize, odnosno, definirati što se konkretno analizom želi postići, koje se informacije prikupljaju i do kojih se ulaznih podataka za daljnje odluke u upravljanju želi doći.

Potrebno je napraviti analizu elemenata turističke destinacije, identificirati postojeće i potencijalne turističke proizvode, prateću javnu, komunalnu, IT i prometnu infrastrukturu te javne usluge i servise kao podršku turističkom doživljaju. Također je nužno napraviti analizu na tržištu radne snage angažirane u destinaciji i ljudskih potencijala, te analizu brend identiteta destinacije uz analiza kako je taj brend identitet percipiran na turističkom tržištu kroz imidž destinacije.

Ukratko, analiza stanja uključuje:

- popis turističkih proizvoda i usluga
- analizu resursne osnove
- analizu javne turističke infrastrukture
- analizu komunalne infrastrukture
- analizu prometne infrastrukture
- analizu stanja digitalizacije
- analizu stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama
- analizu organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji (javne usluge i servisi)
- analizu stanja i potreba ljudskih potencijala
- analizu komunikacijskih aktivnosti
- analizu konkurencije
- izvješće o provedenoj analizi stanja

Uz sve relevantne i dostupne izvore na nacionalnoj, regionalnoj i lokalnoj razini posebno se uzima u obzir važeće strateške i planske dokumente, uključujući strategije razvoja, prostorne planove, planove upravljanja kulturnim i prirodnim resursima, zakonsku regulativu i druge važeće planove i propise.

#### *3.1. Turistički proizvodi i usluge*

- a) smještaj (skupina, vrsta, kategorija i kapacitet svih komercijalnih i posebno nekomercijalni smještajni objekti uz analizu turističkog prometa i performansi)
- b) ugostiteljstvo (svi objekti iz skupina restorani i barovi sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti)
- c) turističke atrakcije (kulturne, prirodne, događaji, sportsko rekreacijske i zabavne)

d) turističke usluge (popis usluga u destinaciji sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu), maloprodaja i ostali sadržaji relevantni za turiste.

Analiza smještajnih kapaciteta, uključujući komercijalni i nekomercijalni smještaj, ključna je za razumijevanje turističke ponude neke destinacije. Ova analiza pomaže u procjeni trenutne situacije na tržištu, identificiranju mogućnosti za razvoj te donošenju odluka o investicijama i upravljanju destinacijom.

Analiza bi trebala sadržavati;

- kvantitativnu analizu smještajnih kapaciteta (broj smještajnih jedinica po vrstama, broj kreveta po vrstama, kapaciteti po kategoriji smještaja i po lokaciji)
- kvalitativnu analizu smještajnih kapaciteta (procjena standarda i kvalitete smještaja)
- sezonalnost i popunjenost
- nekomercijalni smještaj (uloga u turističkoj sezoni i procjena utjecaja na komercijalnu ponudu)

U okviru analize ponude potrebno je obuhvatiti analizu ugostiteljske ponude prema sljedećim elementima:

- Vrsta usluge
- Razdoblje poslovanja
- Profil gostiju – udjel prometa koji ostvaraju turisti u odnosu na potražnju građana/mještana
- Kapacitet – unutra/vani (broj ljudi)
- Prilagođenost objekta – pristupačnost, klimatiziran prostor

Kroz analizu ugostiteljske ponude nije potrebno obraditi svaki pojedinačni objekt, već iste grupirati po logičnim cjelinama, uz prikaz udjela u ukupnom broju i sl. Analiza može istaknuti određene objekte koji po svojim karakteristikama mogu predstavljati samostalnu atrakciju (npr. ugostiteljski objekt sa specifičnom autohtonom ponudom ili smješten na specifičnoj lokaciji – npr. u dvorcu, s pogledom ili na neobičnoj lokaciji).

Za bolje definiranje turističke potražnje potrebno je napraviti i analizu obilježja turista u destinaciji - obuhvaća analizu po sociodemografskim obilježjima (dob, spol), po zemlji porijekla, po obilježjima putovanja i boravka (ovisno o dostupnosti podataka). Analiza trendova na strani turističke potražnje obuhvaća obilježja turista i putovanja na glavnim emitivnim tržištima.

### 3.2. Resursna osnova

Resursna osnova predstavlja ključan dio analize stanja i smjera razvoja destinacije. Odnosi se prirodne i kulturne resurse koji trenutno nisu u funkciji turizma ali koji predstavljaju temelj za budući razvoj, atraktivnost i održivost turističke destinacije kao što su:

- a) Kultura i baština
  - kulturna dobra
  - kulturna baština (materijalna i nematerijalna)
  - arheološki spomenici i lokaliteti
  - tradicijski obrti
  - vjerska događanja
  - proizvodi s oznakom zemljopisnog podrijetla i/ili oznakom izvornosti

- arhitektura
  - lokalna kuhinja
  - drugi aspekti kulturnog života
- b) Priroda i okoliš
- posebnosti krajolika/krajobraza
  - posebni i zaštićeni lokaliteti
  - plaže
  - planine i gorja
  - druge značajke

Potrebno je identificirati prirodnu i kulturnu baštinu koja ima potencijal turističke atrakcije. Važno je odgovoriti na pitanje: „Što čini destinaciju posebnom?“ Treba uzeti u obzir na sve jedinstvene vrijednosti koje lokalna baština pruža (povijest, mitovi, legende, autohtoni proizvodi...).

Turistički resursi zbir su prirodnih značajki prostora i od čovjeka stvorene kulturno-povijesne baštine koji svojom autonomnom snagom mogu privlačiti turističku potražnju. Samim tim, riječ je o ključnoj 'sirovini' koju valja primjereno valorizirati, sustavno štititi i postupno unapređivati, vodeći se, pritom, kriterijima razvoje održivosti.

Tek kada se definira resursno-atrakcijska osnova turističke destinacije može se procijeniti razvojni potencijal destinacije te osmisliti konkurentni i održivi turistički proizvod i doživljaj.

### *3.3. Javna turistička infrastruktura*

Turističkom infrastrukturu, smatra se infrastruktura koja na području turističke destinacije izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja, a kako je definirana Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi ([NN 126/21](#)).

Turistička infrastruktura može biti primarna i sekundarna.

Primarna je ona infrastruktura koja izravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude:

- biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojila biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.)
- dvorci, utvrde i kurije
- kongresni centri
- odmorišta i vidikovci
- kamp odmorišta
- kupališta, plaže i popratna infrastruktura
- planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti (domovi, kuće, skloništa)
- pješačke trekking staze i staze dugog hodanja
- poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze
- staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke
- centri za posjetitelje
- interpretacijski centri
- info ploče i turistička signalizacija

- vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija.

Sekundarna je ona infrastruktura koja ne utječe izravno na razvoj turizma i samo je dijelom godine ili samo sporednom funkcijom u službi turizma:

- arheološka nalazišta, speleološki objekti, povijesni spomenici i popratna infrastruktura
- parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture iz stavka 2. ovoga članka koje nisu kategorizirane kao javne ceste
- javni sanitarni čvorovi
- sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma
- rodne kuće poznatih osoba.

### *3.4. Komunalna infrastruktura*

Dobro razvijena komunalna infrastruktura je preduvjet gospodarskog i turističkog razvoja destinacije te ponajviše same kvalitete života lokalnog stanovništva.

Komunalna infrastruktura uključuje analizu:

- Energetske infrastrukture
- Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta
- Vodoopskrbu i odvodnju
- Gospodarenje otpadom

U preporukama je važno naglasiti, primjerice, potencijal za razvoj obnovljivih izvora energije, postojanje područja koja imaju određenih problema ili opasnosti s kojima se posjetitelji trebaju (npr. minski sumnjiva područja, neklasificirane biciklističke staze i sl.) i drugo na što bi potencijalno mogla ukazati ova analiza.

### *3.5. Prometna infrastruktura*

Obuhvaća analizu dostupnosti destinacije i prometne infrastrukture (cestovne, željezničke, infrastrukture zračnog prometa, morske i riječne luke i pristaništa), te obilježja prometa u pokretu (prometnice) i mirovanju (parkirališta) na području turističke destinacije.

### *3.6. Analiza stanja digitalizacije*

Potrebno je analizirati trenutno stanje digitalizacije te procijeniti što je potrebno i u kojem roku se može realizirati odgovarajući stupanj digitalizacije kako bi se stvorilo okruženje koje će olakšati upravljanje destinacijom i osigurati mogućnost donošenja odluka temeljeno na podacima.

Ministarstvo turizma i sporta razvija IT sustave za upravljanje turizmom, uključujući aplikativno rješenje za upravljanje destinacijama, kao i aplikativno rješenje za upravljanje turističkim tokovima, koji će biti podrška turističkim zajednicama u održivom upravljanju destinacijom. Koristit će ga lokalne i regionalne samouprave, a intencija je i uspostava sustava i e- usluga koji će potaknuti digitalnu transformaciju u smjeru razvoja pametne destinacije

Svrha istog je da se potakne razvoj novih i inovativnih rješenja koja će osigurati smanjenje negativnih utjecaja turizma, smanjenje sezonalnosti te će potaknuti konkurentnost poduzetnika u turizmu te se potiče ulaganje u inovacije i digitalne tehnologije koje će povećati otpornost i produktivnost poduzeća (malih, srednjih i velikih) kao i bolje pozicioniranje na turističkom tržištu okoliša te zaštitu i obnovu biološke raznolikosti i ekosustava.

Analiza stanja digitalizacije u planu upravljanja destinacijom ključna je za procjenu kako digitalne tehnologije i alati podržavaju razvoj i održivost turizma u određenoj destinaciji. Ova analiza može obuhvatiti nekoliko ključnih aspekata:

- **Infrastruktura digitalne tehnologije**

**Digitalna povezanost:** Procijeniti razinu digitalne povezanosti u destinaciji, uključujući dostupnost i kvalitetu internetske infrastrukture, Wi-Fi mreža na javnim mjestima, te mobilne mreže. Posebna pažnja posvećuje se tome koliko je digitalna infrastruktura dostupna turistima u svim dijelovima destinacije.

**Pametni grad i destinacija:** Analizirati primjenu "smart city" tehnologija u upravljanju destinacijom, kako bi se poboljšala kvaliteta života lokalnih stanovnika i iskustvo posjetitelja. Digitalni alati za upravljanje destinacijom

**Sustavi za upravljanje odnosima s turistima:** Pregledati korištenje sustava za praćenje i analizu interakcija s posjetiteljima, te kako se ovi podaci koriste za personalizaciju ponude i poboljšanje korisničkog iskustva.

**Online rezervacijski sustavi:** Analizirati integraciju online rezervacijskih sustava za smještaj, ture i druge turističke aktivnosti. Evaluirati koliko su ovi sustavi jednostavni za korištenje i koliko dobro funkcioniraju za turiste i lokalne pružatelje usluga. Digitalna transformacija lokalne zajednice

**Edukacija i digitalne vještine:** Ispitati koliko se ulaže u edukaciju i razvijanje digitalnih vještina lokalne zajednice, uključujući zaposlenike u turizmu, kako bi mogli učinkovito koristiti digitalne alate i tehnologije.

**Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga:** Analizirati koliko su lokalni pružatelji usluga integrirani u digitalne platforme, kao što su online rezervacijski sustavi, digitalni vodiči i e-commerce platforme.

- **Sigurnost i privatnost**

**Kibernetička sigurnost:** Procijeniti koliko destinacija ulaže u sigurnost digitalnih sustava, uključujući zaštitu podataka turista i prevenciju kibernetičkih prijetnji.

**Usklađenost s regulativama:** Provjeriti usklađenost s regulativama o zaštiti podataka, poput GDPR-a, i koliko se transparentno komunicira s turistima o prikupljanju i korištenju njihovih podataka.

- **Izazovi i preporuke za poboljšanje**

**Identifikacija ključnih izazova:** Identificirati glavne izazove s kojima se destinacija suočava u pogledu digitalizacije, poput nedovoljne infrastrukture, nedostatka digitalnih vještina ili fragmentiranih digitalnih sustava.

**Preporuke za unapređenje:** Predložiti konkretne korake za poboljšanje stanja digitalizacije, uključujući ulaganja u tehnologiju, edukaciju, integraciju sustava, te razvoj novih digitalnih strategija.

### *3.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama*

Pristupačni turizam podrazumijeva uvjete u kojima proizvode, sustave, usluge, okruženja i objekte mogu koristiti svi ljudi s najširim rasponom korisničkih potreba, karakteristika i sposobnosti. Uključuje implementaciju univerzalnog dizajna koji omogućuje ljudima s poteškoćama u kretanju, uključujući mobilnost, vid, sluh i kognitivne dimenzije pristupa, da funkcioniraju neovisno i ravnopravno kroz pružanje pristupačnih proizvoda, usluga i okruženja.

Potrebno je napraviti analizu stanja pristupačnosti koja obuhvaća i procjenu dostupnosti turističkih usluga i proizvoda, ali i procjenu potrebnih i primjerenih izmjena i prilagodba kako bi se osiguralo da osobe s invaliditetom uživaju ili ostvaruju na ravnopravnoj osnovi s drugima sva ljudska prava i temeljne slobode.

Analiza može uključiti:

- **Fizičku pristupačnost:**

**Infrastruktura:** Procjena dostupnosti hotela, restorana, turističkih atrakcija, plaža, transportnih sredstava (npr. prilagodba za osobe s invaliditetom, rampe, dizala, WC-i).

**Pristupačnost javnih prostora:** Analiza pristupačnosti trgova, parkova, ulica i drugih javnih prostora.

- **Komunikacijsku pristupačnost:**

**Informacije:** Dostupnost turističkih informacija na prilagođenim medijima (npr. Brailleovo pismo, zvučni zapisi, web stranice optimizirane za čitače zaslona).

**Signalizacija i označavanje:** Procjena vidljivosti i razumljivosti znakova i uputa za osobe s različitim vrstama poteškoća.

- **Pristupačnost usluga:**

**Usluge u smještaju:** Procjena prilagođenih soba i usluga u hotelima i apartmanima.

**Restorani i ugostiteljski objekti:** Pristupačnost jelovnika, prilagodbe za prehrambene potrebe osoba s invaliditetom.

**Pristupačnost kulturnih i zabavnih sadržaja:** Procjena dostupnosti muzeja, galerija, kazališta, sportskih događanja i drugih atrakcija.

- **Društvenu i kognitivna pristupačnost:**

**Obuka osoblja:** Procjena obuke turističkog osoblja u radu s osobama s invaliditetom.

**Kulturalna osjetljivost:** Procjena razine svijesti i senzibiliziranosti društva prema potrebama osoba s invaliditetom.

### *3.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji*

Potrebno je osim navedenih proizvoda i usluga navedene pod poglavljem 3.1. obuhvatiti i obavljanje djelatnosti koje se pružaju i osiguravaju u destinaciji, prvenstveno zbog domaćeg stanovništva, ali se u svom radu prilagođavaju turistima, primjerice razne uslužne djelatnosti, usluge zdravstvene zaštite, vjerske zajednice, javne ustanove u obrazovanju, kulturi i sportu, financijske, platne i poštanske institucije.

Također, važan dio je i opremljenost i uređenost javnih prostora te funkcioniranje svih javnih službi s naglaskom na žurne službe (policija, vatrogasna služaba, službe spašavanja na kopnu i moru)

### *3.9. Analiza stanja i potreba ljudskih potencijala*

Analizu trenutnog stanja je moguće provesti na sljedeći način:

- **Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu**

**Anketa i intervjui s poslodavcima:** Provoditi ankete i intervjue s poslodavcima u sektoru turizma i ugostiteljstva kako bi se prikupili podaci o trenutačnim potrebama za radnom snagom, uključujući specifična zanimanja, razinu obrazovanja, potrebne vještine i radno iskustvo.

**Analiza radnih mjesta:** Ispitati koja su radna mjesta trenutno najtraženija u sektoru turizma, kao i koja su najviše pogođena nedostatkom radne snage.

**Procjena sezonalnosti:** Utvrditi sezone potrebe za radnicima, posebno u destinacijama koje su izrazito ovisne o sezonskom turizmu.

- **Istraživanje potreba međunarodnih dionika (AT, ŠP, FR)**

**Suradnja s međunarodnim partnerima:** Uspostaviti suradnju s turističkim organizacijama, udruženjima poslodavaca i obrazovnim institucijama u ovim zemljama kako bi se prikupili podaci o potrebama i trendovima u turizmu.

**Identifikacija najboljih praksi:** Istražiti kako druge zemlje rješavaju izazove u pogledu radne snage i koje strategije koriste za privlačenje i zadržavanje kvalificiranih radnika.  
Istraživanje potreba za razvoj radne snage

**Razvoj obrazovnih programa:** Preporučiti razvoj i prilagodbu obrazovnih programa koji odgovaraju na identificirane potrebe i trendove, u suradnji s obrazovnim institucijama i industrijskim partnerima.

**Programi za privlačenje i zadržavanje talenata:** Predložiti programe za privlačenje mladih u turizam, kao i za zadržavanje postojećih radnika kroz kontinuirano usavršavanje, mentorstvo i bolje uvjete rada.

**Suradnja s dionicima:** Ojačati suradnju između turističkih zajednica, poslodavaca, obrazovnih institucija i vlade kako bi se osigurao održivi razvoj radne snage u turizmu.

U skladu s nacionalnom politikom i mjerama usmjerenim na promociju zanimanja u turizmu u cilju jačanja kompetencija i podizanja kvalitete ljudskih potencijala, Ministarstvo turizma i sporta kroz svoj Akcijski plan nastavlja provoditi brojne aktivnosti usmjerene motiviranju mladih za rad u turizmu kroz stipendiranje te se nastoji osigurati kvaliteta umrežavanja obrazovnih ustanova i poslodavaca u turizmu za zanimanja u sektoru turizma i ugostiteljstva.

Jedan od ključnih primjera kako osigurati kvalitetu sadašnjeg i budućeg kadra je uspostava projekta uspostavljanja regionalnih centara kompetentnosti. Naime, kako bi se obrazovni sustav prilagodio turizmu i ugostiteljstvu potrebama i zahtjevima sve dinamičnijeg tržišta rada, Ministarstvo turizma i sporta, u suradnji s Ministarstvom znanosti i obrazovanja kroz Europske fondove radi na projektu uspostavljanja regionalnih centara kompetentnosti u turizmu i ugostiteljstvu. U centrima će se provoditi aktivnosti kojima će se osigurati kvalitetni kadrovi te staviti naglasak na jačanju vještina učenika i odraslih polaznika te će se provoditi aktivnosti promocije zanimanja u sektoru turizma i ugostiteljstva. Također, sukladno obrazovnim reformama u planu je uvođenje modela dualnog strukovnog obrazovanja, u kojem poslodavci postaju partneri obrazovnim institucijama te zajedno odlučuju o programu i upisnim kvotama.

**Prijedlozi provođenja aktivnosti turističke zajednice u svrhu osiguravanja i privlačenja stručnog kadra:**

Jedna od aktivnosti turističke zajednice je koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji. Turistička zajednica može putem koordinacija, radionica, radnih sastanka, okruglih stolova okupiti dionike iz obrazovnog sektora te poslodavce kako bi se dobile relevantne informacije koje se odnose na zapošljavanje stručnog kadra u sektoru turizma i ugostiteljstva te programa namijenjenih promociji zanimanja kao što je npr. Stipendije Ministarstva turizma i sporta

Biti poveznica i promotor između ključnih dionika.

Također, u svrhu promocije svoje destinacije, turistička zajednica (sama ili u suradnji sa lokalnom razinom) može osmisliti projektne aktivnosti u koje bi se uključile osnovne i srednje škole, a sve kako bi se mladi upoznali s turističkim, kulturnim i prirodnim potencijalima svoje destinacije i razvili povezanost prema istoj. U završnim razredima osnovnih škola organizirati, odnosno biti posrednik u organizaciji predstavljanja strukovnih zanimanja u turizmu i ugostiteljstvu.

Važno je napomenuti da analiza stanja ljudskih potencijala obuhvaća i samu analizu kadrova unutar turističke zajednice/a te se ovisno o istoj i utvrđenoj potrebi zapošljavanja provode mjere privlačenja kadrova i primjene selekcijskih metoda (razvoj i održavanje baza podataka o talentima/potencijalnim kandidatima za posao; planiranje i realizacija godišnjeg plana zapošljavanja: analiza potreba, oglašavanje i prikupljanje ponuda, selekcija kandidata, odgovaranje na ponude).

Nadalje, potrebno je kontinuirano brinuti se za razvoj i usavršavanje postojećih kadrova (kreiranje strategije razvoja kompetencija zaposlenika, implementiranje planova razvoja: procjena potencijala zaposlenika i identificiranje talenata, savjetovanje zaposlenika; razvoj/izbor različitih solucija razvoja kompetencija, planiranje, organiziranje i evaluacija edukacija).

### *3.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti*

Analiza obuhvaća sljedeće:

- **Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala:** ispitati koje komunikacijske kanale koristi turistička zajednica (npr. web stranica, društvene mreže, email marketing, offline kampanje), kako su i u kojoj mjeri povezani.
- **Analiza digitalnog prisustva:** Procijeniti učinkovitost web stranice, aktivnost i angažman na društvenim mrežama (broj pratitelja, lajkova, dijeljenja, komentara), te korištenje digitalnog oglašavanja (Google Ads, Facebook Ads).
- **Analiza offline aktivnosti:** dati pregled korištenja tradicionalnih komunikacijskih alata i aktivnosti poput tiskanih brošura, karata, plakata, organizacije događanja, nastupa na turističkim sajmovima i slično.
- **Analiza suradnji s trećim stranama:** Ispitati kako turistička zajednica surađuje s medijima, turističkim agencijama i influencerima, te koliko su te aktivnosti vidljive i prepoznatljive.
- **Analizu mogućnosti prikupljanja i distribucije informacija za turiste:** izvori, ključne poruke, učestalost
- **Analizu mogućnosti marketinškog pozicioniranja u okviru komunikacije na regionalnoj i/ili nacionalnoj razini:** način usklađivanja uloga i ciljeva marketinga i promocije te marketinških poruka i brenda s regionalnim i nacionalnim smjernicama te uključivanja u promociju na regionalnoj odnosno nacionalnoj razini, prikladnost pojedinih atrakcija ili atributa za promociju na regionalnoj ili nacionalnoj razini.

Regionalna turistička zajednica i turistička zajednica na čijem području se ostvaruje više od 1.000.000 noćenja će na temelju provedene analize utvrditi smjernice za marketinško komuniciranje turističkih proizvoda/atrakcija/iskustava te osnovne elemente brenda destinacije i iste uskladiti sa strateškim smjernicama i uputama na regionalnoj i nacionalnoj razini.

### *3.11. Analiza konkurencije*

Za ocjenu tržišne pozicije destinacije definira se konkurentski krug koji čine destinacije sličnih obilježja, a vezano uz turističke proizvode i tržišne segmente koje privlače. Određuje se skup pokazatelja (npr. u domeni dostupnosti infrastrukture, smještajni kapaciteti, resursno-atrakcijska osnova, ljudski potencijali, resursno-atrakcijska osnova i drugo) te se temeljem ocjena određuje konkurentnost destinacije na tržištu.

Ova analiza uključuje nekoliko važnih koraka:

- **Identifikacija konkurentskih destinacija**

**Direktna konkurencija:** Odnose se na destinacije koje nude slične turističke proizvode i privlače slične ciljane skupine turista.

**Indirektna konkurencija:** Destinacije koje možda nude drugačije proizvode, ali se natječu za iste resurse (turiste) zbog geografske blizine ili sezonalnosti.

- **Benchmarking**

Usporedba vlastite destinacije s konkurentskim destinacijama po ključnim indikatorima kao što su:

- Broj turističkih dolazaka i noćenja
- Cijene smještaja i turističkih paketa
- Kvaliteta smještaja i ugostiteljskih objekata

- **Proučavanje komunikacijskih strategija konkurencije**

- Načini promocije destinacija (digitalni marketing, društvene mreže, tiskani materijali)
- Ciljana tržišta i segmentacija posjetitelja
- Pojavnost destinacije na ključnim turističkim događanjima i sajmovima

- **Tržišni trendovi i inovacije**

Turističke zajednice moraju pratiti globalne i lokalne trendove u turističkom sektoru (npr. održivost, digitalna transformacija) te pratiti inovacije koje uvode konkurenti kako bi ostali relevantni.

- **Analiza trendova na strani turističke potražnje obuhvaća obilježja turista i putovanja na glavnim emitivnim tržištima**

Za bolje definiranje turističke potražnje potrebno je napraviti i analizu obilježja turista u destinaciji - obuhvaća analizu po sociodemografskim obilježjima (dob, spol), po zemlji porijekla, po obilježjima putovanja i boravka (ovisno o dostupnosti podataka). Analiza trendova na strani turističke potražnje obuhvaća obilježja turista i putovanja na glavnim emitivnim tržištima.

Kvalitetno provedena analiza konkurencije pomaže turističkoj zajednici postaviti održive ciljeve i razviti strategije koje će dugoročno osigurati konkurentnost destinacije na tržištu.

### *3.12. Izrada izvješća o analizi stanja*

Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije sastavni je dio plana upravljanja destinacijom. Izvješće treba prikazati sveobuhvatno i sažeto, sve gore navedene elemente analize te mora sadržavati jasan zaključak.

Nakon provedbe analize tržišta koje pokazuje kako se destinacija, odnosno proizvod uklapaju u tržište, s obzirom na profitabilnost i kretanje na tržištu poželjno je napraviti procjenu kako se destinacija ili proizvod nosi sa postojećom konkurencijom.

Pri provedbi analize stanja destinacije treba uzeti u obzir nove razvojne projekte (predložene, planirane ili u izgradnji) kao i važne sadržaje i atrakcije susjednih destinacija, ključne prednosti, nove razvojne ideje i inicijative u samoj destinaciji i okolnom području.

Važno je uzeti opće gospodarske, društvene i ekološke trendove koji mogu utjecati na uspješnost turizma u srednjem roku te trendove na turističkom tržištu (uključujući domaće i dolazne posjetitelje). Za svaki pojedini element uključen u analizu stanja potrebno je uzeti u obzir broj i vrstu, kvalitetu, posebnosti, promjene i izazove te identifikaciju tržišnih trendova i potencijala turističkih proizvoda.

## 4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

Popis utvrđene turističke osnove iz točke 3., sastavni je dio analize stanja destinacije i plana upravljanja destinacijom te ujedno predstavlja ulazne podatke koji su potrebni za analizu potencijala daljnjeg razvoja i podizanja kvalitete turističkih proizvoda.

U ovome se dijelu analiziraju turistički proizvodi i usluge, resursi, atrakcije, javna turistička infrastruktura te ostali ključni elementi u ponudi/kreiranju turističkih proizvoda destinacije (*outdoor* aktivnosti, kulturni turizam, zdravstveni turizam, enogastronomski turizam i dr.).

Za svaki se proizvod ocjenjuje njegov razvojni i marketinški potencijal koji se primjerice odnosi na: sezonalnost, prihvatni kapacitet atrakcije, boravišno-izletničke značajke, pripadnost širem sustavu atrakcija i značaj u smislu mogućnosti privlačenja tržišta. Marketinški potencijal se odnosi na fizičku i javnu dostupnost, stanje obilježenosti (npr. smeđa turistička signalizacija do atrakcije), dostupnost informacija i drugo.

## 5. POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

U skladu s odredbama ZOT-a plan upravljanja destinacijom mora biti temeljen na pokazateljima održivosti destinacije.

Pokazatelji održivosti pružaju strukturu i smjernice kako bi turističke destinacije mogle sustavno pratiti, ocjenjivati i poboljšavati svoje održivosti, što je ključno u eri kada su održivi pristupi postali ključni za dugoročni uspjeh turizma.

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a može sadržavati i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji moraju biti utemeljeni na analizi stanja destinacije i povezani s razvojnim smjerom.

Popis obveznih i specifičnih pokazatelja za praćenje održivosti, izvor i evidentiranje podataka koji su potrebni za izračun navedenih pokazatelja uređen je Pravilnikom o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma ([NN 112/24](#)).

Navedeni pravilnik sadrži metodološke tablice potrebne za izračun kako obveznih tako i specifičnih pokazatelja održivosti.

Slika 3. Popis obveznih pokazatelja:

| Rbr | Pokazatelj                                                                                                                                          |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone                                                                     |
| 2   | Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom                                                                                                         |
| 3   | Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji                                                                                                     |
| 4   | Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom                                                                                    |
| 5   | Broj organiziranih turističkih ambulanti                                                                                                            |
| 6   | Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) |
| 7   | Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)                       |
| 8   | Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)                                  |
| 9   | Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije               |
| 10  | Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika                                                                           |
| 11  | Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem                                                                                      |
| 12  | Prosječna duljina boravka turista u destinaciji                                                                                                     |

|    |                                                                                                                                       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13 | Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane                                             |
| 14 | Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane |
| 15 | Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija                                                                                  |
| 16 | Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom                                                                    |
| 17 | Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS                                      |

### 5.1. Metodologija prikupljanja podataka

Turističke zajednice podatke potrebne za izračun pokazatelja održivosti destinacije prikupljaju primarno iz javno dostupnih izvora i službenih evidencija javnopravnih tijela putem integriranog informacijskog sustava turizma.

Do uspostave e-usluga i baza podataka te sustava za analizu podataka vezanih uz praćenje i vrednovanje održivosti u integriranom informacijskom sustavu turizma turističke zajednice vode i čuvaju podatke u elektroničkom obliku, a podaci o izračunatim vrijednostima obveznih i odabranih specifičnih pokazatelja te njihova vizualizacija objavljuju se na web stranicama turističke zajednice.

### 5.2. Analiza prikupljenih podataka

Prikupljeni podaci analiziraju se te kontinuiranim praćenjem ukazuju na potencijale koje treba iskoristiti kao i na ograničenja koja treba savladati, odnosno, uzimati u obzir prilikom planiranja budućih aktivnosti i projekata. Analiza prikupljenih podataka služi kao temelj za razvoj održive i konkurentne turističke destinacije. Svaka od stavki koje se analiziraju ima ključnu ulogu u sveobuhvatnom razumijevanju trenutnog stanja destinacije, kao i u planiranju budućeg razvoja.

Analiza prikupljenih podataka predstavlja egzaktnu pokazatelje koje služe kako bi se efikasno planiralo upravljanje destinacijom. Također, omogućava da se prepoznaju potencijali za rast, identificiraju rizici i ograničenja te donesu odluke koje su zasnovane na realnim i mjerljivim informacijama. Kontinuirano praćenje podataka je ključno za fleksibilnost i prilagodljivost u turizmu, posebno u promjenjivim uvjetima tržišta i okruženja. Ova analiza nije samo alat za trenutnu procjenu stanja, već i vodič za dugoročno planiranje i održivi razvoj destinacije.

Analizu prikupljenih podataka treba promatrati ne samo kao alat za trenutnu procjenu stanja, već i vodič za dugoročno planiranje i održivi razvoj destinacije.

### 5.3. Praćenje održivosti

Svi obavezni i specifični pokazatelji povezani su s eminentnim okvirima destinacijskih pokazatelja održivosti turizma na međunarodnoj, EU i nacionalnoj razini:

- The Global Sustainable Tourism Council (GSTC)

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- Measuring the Sustainability of Tourism (MST- UNWTO)
- European Commission (EC- ETIS)
- Sustavi upravljanja okolišem ISO 14001:2015, EMAS (Eco-management and Audit Scheme) i eko-oznaka EU Ecolabel
- faktori izvješćivanja poduzeća o održivosti - ESG (Environmental, Social and Governance Reporting; ESRS faktori), kako bi se smanjio potencijalni rizik dodatnog opterećenja gospodarskih subjekata u sektoru turizma po pitanju praćenja podataka i objave pokazatelja.

Navedeni, sustavi i okviri, pružaju sveobuhvatne smjernice i standarde za mjerenje održivosti u turizmu. Evo nekoliko razloga zašto su ti sustavi bitni:

1. Međunarodno priznati standardi
2. Interdisciplinarni pristup
3. Podrška politikama i smjernicama
4. Upravljanje okolišem
5. Smanjenje rizika i opterećenja
6. Usklađenost s trendovima tržišta

Održivost destinacije prati se sagledavanjem kretanja trendova osnovnih pokazatelja i odabranih specifičnih pokazatelja održivosti te je prilikom izrade plana upravljanja destinacijom iznimno bitno, pored obaveznih pokazatelja, odabrati specifične pokazatelje koji će omogućiti:

- praćenje utjecaja odabranog smjera razvoja na održivost destinacije
- usporedbu destinacije s drugim usporedivim destinacijama odnosno usporedbu svih ili pojedinih područja održivost
- ostvarivanje preduvjeta za certificiranje destinacije ukoliko destinacija želi neki od relevantnih certifikata održivosti.

## 6. RAZVOJNI SMJER S MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Nakon što se provede analiza stanja destinacije sa svim potrebnim podacima, njenoj uspješnosti u lokalnom i širem kontekstu te iskažu i analiziraju pokazatelji održivosti na razini destinacije potrebno je postaviti razvojni smjer destinacije, kao sastavni dio plana upravljanja, a koji mora biti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrom i drugim važećim planovima i propisima.

Ukoliko razvojni smjer i ciljevi razvoja destinacije nisu definirani aktima strateškog planiranja definiraju se u planu upravljanja destinacijom temeljem provedene analize stanja destinacije.

Razvojni smjer treba odražavati lokalne okolnosti i strateške prioritete te sadržavati mjere i aktivnosti vezane uz infrastrukturne, marketinške i druge potrebe destinacije za njegovo ostvarenje.

Također je važno postaviti **realne ciljeve u skladu s vremenskim razdobljem plana upravljanja.**

### 6.1. SWOT analiza

Prilikom određivanja razvojnog smjera destinacije koriste se podaci dobiveni analizom stanja destinacije (iskazani u Izvješću o provedenoj analizi, a koji moraju sadržavati analizu tržišta, analizu vrednovanja prikupljenih podataka i turističke resursne osnove)

Jedna od najčešćih metoda analize stanja i planiranja strateških aktivnosti je SWOT analiza u kojoj se uzimaju u obzir postojeće snage i slabosti te buduće prilike i opasnosti. Treba uzeti u obzir da se snage i slabosti odnose na postojeću destinaciju, dok se prilike i prijetnje odnose na vanjski kontekst, koji utječe na buduću razvojnu strategiju.

Prilikom ove analize dobit će se jasan pregled najvažnijih tema te će se potencijalno pojaviti i neke druge bitne teme kojima se destinacija i dionici u njoj nisu bavili. Prednosti bi se trebale pojačati, slabosti otkloniti,

Osim SWOT analize mogu se koristiti i tehnike analize troškova i koristi te analize prioriteta.

### 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma

Potrebno je da destinacija odgovori na pitanja: „*Koliko je turizam važan za lokalnu sredinu te što želimo od daljnjeg razvoja turizma na tom području?*“. S obzirom da turizam osim pozitivnih ima i negativne aspekte utjecaja na destinaciju, potrebno je postaviti opća načela i ciljeve koji je važno sagledati za viziju održivog turizma, što ujedno predstavlja dugoročan pogled na razvoj turizma u destinaciji i održivi gospodarski rast. Važno je da su potrebe za daljnjim razvojem turizma koordinirane sa svim dionicima u destinaciji.

Identifikacija općih načela i ciljeva trebala bi se voditi sljedećim:

#### NAČELA TURIZMA

- Održivost
- Kvaliteta
- Pristupačnost

- Zadovoljstvo
- Sigurnost

#### CILJEVI TURIZMA

- Ekonomski
- Kulturološki
- Ekološki
- Socijalni
- Infrastrukturni

#### *6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta*

Nakon postavljanja općih načela i ciljeva turizma potrebno je oblikovati cjelokupni strateški pristup razvoju turizma u razdoblju za koje se donosi plan upravljanja.

Potrebno je obuhvatiti prioritetna područja i pitanja koja primjerice uključuju sezonalnost turizma, ravnoteža volumena i vrijednosti (mogućnost povećanja potrošnje po osobi, dulje vrijeme trajanja duljine boravka posjetitelja), omjer kapaciteta i kvalitete smještaja i usluge, pitanje neiskorištenosti posebnosti neke atrakcije koja je specifična za destinaciju, razvoj novih usluga za posjetitelje, bolja organizacija, obrazovanje, osposobljenost dionika za rad u turizmu.

Važno je naglasiti kako je prilikom strateškog oblikovanja potrebno razmotriti sadašnje i buduće tržište na koje ciljamo te ustanoviti koja su postojeća tržišta, trendovi, prilike za promjenu, zatim koje su trenutne snage i slabosti tržišta te mogućnosti za privlačenje različitih tržišta.

Strateško oblikovanje prioriteta potrebno je povezati sa odabranim tržištem i budućim razvojem proizvoda do samog odredišta i razvijanja njegove prepoznatljivosti.

#### *6.5. Identificiranje ciljeva*

Ako razvojni smjer i ciljevi razvoja destinacije nisu definirani aktima strateškog planiranja definiraju se u planu upravljanja destinacijom temeljem provedene analize stanja destinacije. Oblikovanje usmjerenja i prioriteta pruža osnovu za utvrđivanje niza ciljeva koji pružaju okvir za poduzimanje specifičnih aktivnosti. Svaka destinacija ima svoje specifične ciljeve koji moraju biti povezani sa strateškim prioritetima te se moraju odnositi na jasne rezultate (mogu biti kvantitativni i kvalitativni).

#### *6.6. Mjere i aktivnosti*

Mjere i aktivnosti koje su utvrđene za ostvarenje razvojnog smjera moraju biti definirane u planu upravljanja destinacijom, povezane sa strateškim prioritetima i izvorom financiranja, definiranim nositeljem provedbe i planiranim rokovima izvršenja.

Ako je za ostvarenje razvojnoga smjera potrebno provođenje mjera iz članka 30. stavka 2. ZOT-a (izrada plana dolaska posjetitelja na lokaciju s prijedlogom plana razgleda i vremenom trajanja, izrada plana rasporeda i dinamike uplova i opskrbe brodova na kružnom putovanju, izrada plana rasporeda i dinamike dolazaka autobusa i iskrcaja putnika na frekventnim

turističkim mjestima, druge mjere u skladu sa zadaćama turističke zajednice propisanim odredbama ovoga Zakona i zakona kojim se uređuje sustav turističkih zajednica), **prijedlog mjere s obrazloženjem** navodi se u planu upravljanja destinacijom kao stručna podloga za donošenje odluke nadležnog tijela o provedbi mjere te prijedlog takvih mjera mora biti utemeljen na stvarnim podacima i izračunu prihvatnih kapaciteta.

## 7. SMJERNICE I PREPORUKE ZA DIONIKE RAZVOJA

Plan upravljanja destinacijom mora sadržavati prijedlog smjernica i preporuka za razvoj ili unaprjeđenje destinacije u skladu s definiranim ciljevima, pokazateljima održivosti i razvojnim smjerom, za dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom.

Ako je za ostvarenje razvojnoga smjera potrebno donošenje odluka predstavničkog tijela jedinice lokalne samouprave iz članka 31. stavka 1. ZOT-a (u broju, vrsti i kategoriji ugostiteljskih objekata te objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge smještaja u dijelu ili na cijelom području jedinice lokalne samouprave na temelju izračuna prihvatnih kapaciteta, o kapacitetima smještajnih objekata u destinaciji na temelju izračuna prihvatnih kapaciteta, o upravljanju turističkim tokovima, o uvođenju turističkog ekološkog doprinosa, o ostalim mjerama iz svoje nadležnosti koje su vezane uz turizam)u planu upravljanja destinacijom navodi se isto kao stručna podloga, **preporuka za donošenje odluka s obrazloženjem**.

Takva preporuka mora biti utemeljena na stvarnim podacima i ako je primjenjivo na izračunu prihvatnog kapaciteta.

Nakon što su se prikupili sveobuhvatni podaci u ranijim fazama izrade plana upravljanja destinacijom, dokazi o njenoj uspješnosti i konkurentnosti u užem i širem kontekstu potrebno je postaviti smjernice i preporuke za ostvarenje zadanih i dostižnih ciljeva za razvoj posjetiteljske ekonomije u zadanom razdoblju.

Smjernice trebaju prikazati zajednički koordinirani rad i aktivnosti svih uključenih dionika u razvoj turizma u smjeru održivosti. Važno je upoznati i uskladiti se sa postojećim zakonskim regulativama i politikama koje su bitne za provođenje određenih aktivnosti na području turizma.

Kako bi se dobio uvid u nacionalnu politiku bitno je znati da je reforma turizma bazirana na tri stupa koja čine: Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, koja je krajem 2022. godine usvojena u Hrvatskom saboru, prvi krovni Zakon o turizmu koji je stupio na snagu 1. siječnja 2024. godine te osiguravanju financijskih sredstava za realizaciju ciljeva.

Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine određeno je da se razvoj turizma usmjeri prema cjelogodišnjem i održivom turizmu, za koji je neophodna zelena i digitalna tranzicija.

### *7.1. Smjernice i preporuke za jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave*

Razumijevanjem nacionalne politike, pojedine smjernice i zadani ciljevi mogu se primijeniti i na lokalnu sredinu.

S obzirom da smjernice i preporuke koje se implementiraju u plan upravljanja destinacijom moraju sadržavati lepezu širih politika i planova koje se odnose na destinaciju, a koje su u glavnini u nadležnosti lokalnih i regionalnih vlasti, izuzetno je bitno omogućiti proaktivno sudjelovanje same jedinice/a lokalne i regionalne samouprave. Smjernice i preporuke mogu sadržavati sveobuhvatni plan razvoja zajednice koji uključuje opći smjer razvoja, razvoj prometne, komunalne infrastrukture, upravljanje kulturnom baštinom, umjetničkim, sportskim objektima, odnosno područja neposredne ili posredne ingerencije jedinice lokalne i regionalne samouprave.

Uvažavajući navedeno, potrebno je da turističke zajednice redovno komuniciraju s nadležnim upravnim gradskim i/ili županijskim tijelima s kojim će se koordinirano planirati i uskladiti aktivnosti provođenja smjernica i preporuka.

### *7.2. Smjernice i preporuke za turističke zajednice*

Donošenjem ZOT-a i pripadajućih pravilnika, turističke zajednice su dobile novu ključnu ulogu u reformi turizma. S obzirom da su iste u obvezi provođenja novih poslova, potrebno je da su sva tijela turističke zajednice te zaposlenici upoznati i stručno educirani za provođenje zakonskih i podzakonskih akata.

Stoga će Ministarstvo turizma i sporta putem edukacija, seminara, terenskog rada omogućiti svim turističkim zajednicama sudjelovanje i osposobljavanje za implementaciju navedenih propisa.

Također, Ministarstvo turizma i sporta razvija IT sustave za upravljanje turizmom, uključujući aplikativno rješenje za upravljanje destinacijama, kao i aplikativno rješenje za upravljanje turističkim tokovima, koji će biti podrška turističkim zajednicama u održivom upravljanju destinacijom. Koristit će ga lokalne i regionalne samouprave, a intencija je i uspostava sustava i e-usluga koji će potaknuti digitalnu transformaciju u smjeru razvoja pametne destinacije.

### *7.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji*

Isto tako potrebno je kod izrade razvoja smjernica i preporuka uključiti na odgovarajući način (okrugli stol, radionice, ankete...) i sve druge važne dionike u turizmu u upravljanju turizmom u destinaciji. Važno je da svi ključni dionici u ovoj fazi imaju priliku surađivati i zajednički donijeti prioritete smjernice i preporuke.

## 8. POPIS PROJEKATA

Plan upravljanja destinacijom kao svoj sastavni dio sadrži popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije (od kojih su neki i projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije) te popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Sukladno odredbama ZOT-a popis svih projekata iz plana upravljanja destinacijom dostavlja se tijelu državne uprave nadležnom za turizam radi upisa u bazu projekata.

Popis projekata mora sadržavati minimalno slijedeće podatke:

- naziv projekta
- kratki opis predmeta i svrhe projekta
- naznaku radi li se o projektu od posebnog značaja za razvoj destinacije
- način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti, a za projekte od posebnog značaja za razvoj destinacije i način doprinosa strateškom/posebnom cilju
- podatke o nositelju provedbe i lokaciji provedbe projekta
- podatke o planiranim rokovima početka i završetka provedbe projekta
- podatke o ključnim točkama ostvarenja projekta, s planiranim rokovima postignuća
- ukupnu procijenjenu vrijednost projekta s naznačenim iznosima vlastitog financiranja/mogućim izvorima financiranja
- podatke o statusu izrade potrebne studijske/projektne dokumentacije.

### *8.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti na razini destinacije*

Popis projekata sadrži projekte koji pridonose provedbi mjera potrebnih za ostvarenje razvojnog smjera i pokazatelja održivosti na razini destinacije mogu istovremeno biti i projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije te jedinica lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave.

### *8.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije*

ZOT je definirao projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije kao projekt koji u planu upravljanja destinacijom naveden kao projekt od posebnog značaja, a pridonosi provedbi plana upravljanja destinacijom i strateškom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma.

Projekt od posebnog značenja za razvoj destinacije je projekt koji:

- pridonosi strateškom i/ili posebnom cilju definiranom aktima strateškog planiranja za razvoj turizma,
- predviđa značajan i mjerljiv, izravni ili neizravni pozitivni financijski učinak na sektor turizma i povezane sektore,
- započinje s provedbom u razdoblju važenja plana upravljanja destinacijom kojim je predviđen
- ima minimalno izrađenu studijsku/projektну dokumentaciju prema propisu kojim se regulira odobravanje investicijskih projekata za koje obveze preuzimaju proračunski korisnici jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave  
ima minimalnu vrijednosti od 1.000.000,00 eura.

Nositelj projekta od posebnog značaja za razvoj destinacije može biti turistička zajednica, jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave, javna ustanova i trgovačko društvo u većinskom vlasništvu jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave ili Republike Hrvatske.

Projekt od posebnog značaja za razvoj destinacije ima prednost pri sufinanciranju iz Fonda za turizam i ostalih namjenskih izvora financiranja, ako je u skladu s javnim pozivom i pravilima o potporama.

## 9. MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

### 9.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

U izradu plana upravljanja destinacijom turistička zajednica dužna je uključiti dionike u sustavu turizma i dionike u sustavu upravljanja turizmom koji su zainteresirani za razvoj turističke destinacije i/ili mogu utjecati na njen razvoj, radi prepoznavanja i koordinacije različitih funkcija s ciljem upravljanja razvojem destinacije u smjeru održivosti, a sve kako bi plan upravljanja destinacijom obuhvatio interese i razvojni smjer koji je specifičan za svaku pojedinu destinaciju.

Plan upravljanja koji se usvojio na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave ima **zakonsko uporište** te je obveza njegovog donošenja propisana prvenstveno ZOT-om i pripadajućem pravilniku.

Kad se donese odluka o usvajanju plana upravljanja na predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave ona ima **obvezujući učinak, odnosno omogućena je primjena i implementacija odredbi plana upravljanja u sam sustav.**

### 9.2. Izvješće o provedbi

Provedba plana upravljanja destinacijom zahtijeva redovito praćenje i izvješćivanje svih uključenih dionika odgovornih za pitanja turizma. Važno je osigurati odgovarajuće vremenske intervale u kojima će se izvršiti provjera napretka te uočiti potencijalne prepreke.

Ukoliko se uoče prepreke, neželjene posljedice ili potreba za prilagođavanjem, odnosno nemogućnost ostvarivanja razvojnog smjera i provedbe planiranih mjera i aktivnosti, potrebno je prilikom redovnog praćenja napretka o istome izvijestiti predstavničko tijelo jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave kako bi se pravodobno pristupilo izmjenama plana upravljanja destinacijom.

Turističko vijeće izvješće o provedbi plana upravljanja destinacijom za prethodnu godinu dostavlja predstavničkom tijelu jedinice lokalne odnosno područne (regionalne) samouprave za čije se područje plan upravljanja destinacijom donosi do 31. ožujka tekuće godine.

## 10. ZAKLJUČAK

Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom predstavljaju okvir za sustavno i održivo upravljanje turističkim destinacijama na temelju plana upravljanja destinacijom. Kroz jasno definirane korake i procese, od analize stanja destinacije do formuliranja razvojnih smjernica, ovaj dokument osigurava da svi aspekti upravljanja destinacijom budu uzeti u obzir i pravilno koordinirani.

Uvod u dokument pruža osnovne informacije o svrsi i važnosti plana upravljanja destinacijom, naglašavajući potrebu za uključenjem svih relevantnih dionika i resursa. Analiza prihvatnog kapaciteta destinacije i analiza stanja destinacije ključni su za razumijevanje trenutne situacije i identifikaciju područja koja zahtijevaju poboljšanje. Definiranje resursne osnove i pokazatelja održivosti omogućuje jasne smjernice za razvoj i ocjenu napretka.

Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima, uz prijedloge smjernica i preporuka, omogućuje donošenje informiranih odluka koje su usklađene s dugoročnim ciljevima održivog turizma. Popis projekata i sustav mjerenja napretka omogućuju kontinuirano praćenje i prilagodbu plana kako bi se osigurala njegova učinkovitost i relevantnost.

Na kraju, uspješna provedba plana upravljanja destinacijom zahtijeva predanost i suradnju svih dionika, uz stalno praćenje i prilagodbu strategijama. Ovaj dokument služi kao vodič za uspostavljanje i održavanje visoko kvalitetnog turističkog iskustva, koje doprinosi ne samo gospodarskom razvoju destinacije, već i očuvanju njezinih kulturnih i prirodnih resursa.