PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM

# OPĆINA STARIGRAD

## 2026.–2029.



Starigrad, 2026.

OPĆINA STARIGRAD

**IZRAĐIVAČ:**

Turistička zajednica Općine Starigrad

Trg Tome Marasovića 1
23244 Starigrad
Tel. +385 (0) 23 369 245
E-mail: info@rivijera-paklenica.hr

**STRUČNI SURADNIK**

Ivan Matić, Busola - obrt za poslovno savjetovanje

Busola

Starigrad, 2026. godine

# SADRŽAJ

**01 UVOD** 1
1.1. Zakonodavni i strateški okvir 2
1.2. Metodološki okvir 4
1.3. Uloga i značaj plana upravljanja destinacijom 5
**02 ANALIZA STANJA** 6
2.1. Osnovna obilježja 7
2.2. Turistički proizvodi i usluge 11
2.3. Resursno-atrakcijska osnova 19
2.4. Javna turistička infrastruktura 22
2.5. Komunalna infrastruktura 26
2.6. Prometna infrastruktura 28
2.7. Analiza stanja digitalizacije 28
2.8. Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom 29
2.9. Organiziranost i dostupnost usluga u destinaciji 29
2.10. Analiza ljudskih potencijala 30
2.11. Analiza komunikacijskih aktivnosti 30
2.12. Analiza konkurencije 31
2.13. SWOT analiza 35
2.14. Izvješće o analizi stanja 40
**03 POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE** 43
3.1. Analiza ključnih elemenata turističke ponude 44
**04 POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE** 58
4.1. Obvezni pokazatelji održivosti 59
4.2. Specifični pokazatelji održivosti 67
4.3. Sažetak analize pokazatelja održivosti 77
**05 PRIHVATNI KAPACITET DESTINACIJE** 80
5.1. Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta 82
5.2. Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta 108
5.3. Objedinjena procjena prihvatnog kapaciteta i preporučeni razvojni smjer 112
**06 RAZVOJNI SMJER S MJERAMA, AKTIVNOSTIMA I PROJEKTIMA** 114
6.1. Vizija razvoja destinacije 115
6.2. Opća načela razvoja 116
6.3. Strateški smjer i prioriteti 117
6.4. Razvojni ciljevi 120
6.5. Mjere i aktivnosti 122
6.6. Popis projekata 127
**07 SMJERNICE I PREPORUKE ZA UPRAVLJANJE RAZVOJEM DESTINACIJE** 133
7.1. Smjernice i preporuke za Općinu Starigrad 134
7.2. Smjernice za Turističku zajednicu Općine Starigrad 140
7.3. Smjernice za upravljačka tijela zaštićenih područja 142
7.4. Smjernice za turističke dionike i lokalnu zajednicu 143
**08 MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI** 147
8.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom 148
8.2. Izvješće o provedbi 149
**09 IZVORI, LITERATURA I SKRAĆENICE** 153
**PRILOG 1 PLANINARSKI PUTOVI I OBJEKTI NA JUŽNOM VELEBITU** 157
**PRILOG 2 IZVJEŠĆE S FOKUS GRUPA I TERENSKOG OBILASKA** 160
**PRILOG 3 ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA** 168
**PRILOG 4 ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA** 182

# UVOD

01

# 1.1. Zakonodavni i strateški okvir

## 1.1.1. Plan upravljanja destinacijom kao alat upravljanja razvojem turizma

Plan upravljanja destinacijom predstavlja temeljni planski dokument za usmjeravanje razvoja turističke destinacije u smjeru održivosti. Njegova je primarna svrha osigurati da se razvoj turizma odvija uravnoteženo, uz očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, podizanje kvalitete turističke ponude te istodobno unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Plan upravljanja destinacijom nije samo dokument namijenjen turističkom sektoru, već podloga za donošenje odluka i provedbu mjera relevantnih za širi sustav upravljanja razvojem prostora i zajednice. Njime se osigurava usklađenost turističkog razvoja s aktima strateškog planiranja, prostorno-planskom dokumentacijom, planovima upravljanja kulturnim dobrima te drugim važećim planovima i propisima.

U tom smislu, Plan upravljanja destinacijom predstavlja operativni alat koji povezuje razvojne ciljeve, zakonske obveze i konkretne mjere upravljanja turizmom na razini destinacije. Sukladno Zakonu o turizmu (NN 156/23), Turistička zajednica Općine Starigrad (u daljnjem tekstu: TZO Starigrad) izrađuje Plan upravljanja destinacijom za područje Općine Starigrad (u daljnjem tekstu: Plan) kao planski dokument za razvoj održive destinacije za razdoblje od četiri godine (od 2026. do 2029.).

## 1.1.2. Zakon o turizmu – temelj sustava upravljanja destinacijom

Spomenutim Zakonom o turizmu uspostavljen je novi sustav upravljanja razvojem turizma u Republici Hrvatskoj, s naglaskom na održivost, integrirani pristup i jačanje uloge turističkih zajednica u upravljanju destinacijama. Sukladno Zakonu o turizmu, turističke zajednice imaju ključnu ulogu u planiranju i provedbi mjera turističke politike, razvoju destinacije i praćenju ostvarenja razvojnih ciljeva. Jedna od temeljnih obveza turističkih zajednica u tom sustavu jest izrada Plana upravljanja destinacijom za područje jedne ili više lokalnih ili regionalnih turističkih zajednica. Planom se određuje dugoročni razvojni smjer destinacije s ciljem poboljšanja iskustva posjetitelja, zaštite prirodnih i kulturnih dobara te osiguravanja dobrobiti lokalne zajednice.

Sukladno odredbama Zakona o turizmu, Plan upravljanja destinacijom mora imati sljedeći sadržaj:

- analizu stanja;
- popis resursne osnove;
- pokazatelje održivosti na razini destinacije;
- razvojni smjer s mjerama i aktivnostima potrebnima 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;
- popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije.

Konačno, sukladno Zakonu o turizmu, a na temelju indeksa turističke razvijenosti (ITR), Plan TZO Starigrad mora biti temeljen na izračunu prihvatnog kapaciteta koji se izrađuje u skladu s odredbama Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24). ITR se koristi kao alat za razvrstavanje JLS-ova prema stupnju turističkog razvoja. Ovisno o kategoriji indeksa, za pojedine turističke zajednice propisana je obveza izračuna prihvatnog kapaciteta. Prihvatni kapacitet ne odnosi se isključivo na prostorna ograničenja, već obuhvaća i infrastrukturne, okolišne, društvene i sociokulturne aspekte razvoja turizma. Ovakav pristup omogućuje cjelovito sagledavanje utjecaja turizma na destinaciju i donošenje odluka usmjerenih na dugoročnu održivost.

### 1.1.3. Povezani zakonski i podzakonski akti

Uz Zakon o turizmu, izrada i provedba Plana upravljanja destinacijom temelji se i na nizu povezanih zakonskih i podzakonskih akata te smjernica, među kojima su posebno važni:

- Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19, 42/20), kojim se uređuju sustav turističkih zajednica i njihove zadaće;
- Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24), kojim se propisuju obvezni elementi, postupak izrade i metodološki okvir Plana;
- Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24), kojim se definiraju pokazatelji održivosti na razini destinacije;
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24), koji uređuje izračun prihvatnog kapaciteta za turističke zajednice za koje je to obvezno;
- Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom Ministarstva turizma i sporta iz rujna 2024.;
- Indeks turističke razvijenosti.

Plan upravljanja destinacijom provodi se i u skladu s propisima iz područja prostornog planiranja, zaštite okoliša, zaštite prirodne i kulturne baštine, komunalne infrastrukture, zdravstva i drugih područja važnih za održivi razvoj turizma.

### 1.1.4. Strateški okvir

Plan je izrađen u skladu sa strateškim okvirom razvoja turizma na nacionalnoj i europskoj razini. Strategija razvoja održivog turizma Republike Hrvatske do 2030. predstavlja temeljni strateški dokument kojim se usmjerava razvoj turizma na nacionalnoj razini. Riječ je o aktu strateškog planiranja koji je u potpunosti usklađen s Nacionalnom razvojnom strategijom RH do 2030. godine, kao i ključnim politikama i razvojnim dokumentima EU i RH. Strategija je dodatno usklađena s Tranzicijskim putem za turizam, koji čini osnovu budućeg Europskog plana turizma do 2030. godine, Paktom za vještine u turističkom ekosustavu te ciljevima održivog razvoja Ujedinjenih naroda sadržanim u Agendi 2030. Time se hrvatski turizam pozicionira unutar šireg europskog i globalnog okvira održivog, otpornog i društveno odgovornog razvoja.

Strategija polazi od vizije Hrvatske 2030. kao konkurentne, inovativne i sigurne zemlje prepoznatljivog identiteta, očuvanih prirodnih resursa i kvalitetnih životnih uvjeta. U turističkom smislu naglašava se autentičnost Hrvatske, utemeljena na gostoljubivosti, raznolikosti regija te bogatoj prirodnoj i kulturnoj baštini, kao osnova razvoja turizma veće kvalitete, održivosti i prepoznatljivosti. Istodobno, Strategija prepoznaje deset ključnih izazova, među kojima su sezonalnost i prostorna neujednačenost razvoja, pritisci na okoliš, klimatske promjene, manjak radne snage, kvaliteta smještaja, zakonodavni i upravljački okvir te promjene na turističkom tržištu. Kao odgovor na te izazove definirana su četiri strateška cilja: razvoj cjelogodišnjeg i regionalno uravnoteženijeg turizma, očuvanje okoliša, prostora i klime, jačanje konkurentnosti i inovativnosti te razvoj otpornog turističkog sustava.

Na temelju Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine izradio se Nacionalni plan razvoja održivog turizma kao srednjoročni akt strateškog planiranja, kojim su definirani strateški ciljevi operacionalizirani kroz konkretne mjere i aktivnosti. Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine omogućuje provedbu transformacije turizma temeljene na načelima održivosti, uz istodobnu digitalnu transformaciju, usklađivanje sa zelenim politikama te jačanje otpornosti cjelokupnog turističkog sustava.

Uz nacionalni strateški okvir, Plan se izrađuje i u skladu s relevantnim regionalnim i sektorskim strateškim dokumentima, čime se osigurava usklađenost lokalnog turističkog razvoja sa širim razvojnim ciljevima. Posebno je važna usklađenost s Planom razvoja Zadarske županije za razdoblje 2021.–2027., koji definira razvojne prioritete na županijskoj razini i predstavlja temelj za koordinirano djelovanje jedinica lokalne samouprave. S obzirom na to da se važenje tog plana približava završetku te da se nakon 2027. godine očekuje izrada novog planskog dokumenta, dodatnu stabilnost i kontinuitet razvojnog usmjerenja osigurava nacionalni strateški okvir koji

vrijedi do 2030. godine, a koji predstavlja referentnu osnovu i u razdoblju prijelaza prema novom županijskom planu.

Plan ujedno uzima u obzir strateške smjernice sadržane u Planu upravljanja Parkom prirode Velebit za razdoblje 2022.–2031. te Planu upravljanja Nacionalnim parkom Paklenica za razdoblje 2023.–2032. Cijelo područje Općine Starigrad (u daljnjem tekstu: Općina) nalazi se unutar Parka prirode Velebit (u daljnjem tekstu: PP Velebit), što ovu činjenicu čini ključnom za planiranje razvoja turizma, upravljanje prostorom i očuvanje prirodnih vrijednosti. Nacionalni park Paklenica (u daljnjem tekstu: NP Paklenica) pritom predstavlja ključnu turističku atrakciju i glavni tržišni magnet destinacije, s presudnim utjecajem na njezinu prepoznatljivost, strukturu posjetitelja i turističke tokove. U tom kontekstu, usklađivanje razvojnih smjernica turizma s ciljevima zaštite prirode i upravljanja zaštićenim područjima predstavlja temeljno polazište ovog Plana, s ciljem osiguravanja dugoročne održivosti, očuvanja iznimnih prirodnih vrijednosti i uravnoteženog razvoja destinacije.

## 1.2. Metodološki okvir

### 1.2.1. Načela izrade Plana upravljanja destinacijom

Izrada Plana upravljanja destinacijom temelji se na nekoliko međusobno povezanih načela koja osiguravaju njegovu kvalitetu, provedivost i društvenu prihvaćenost. Temeljno načelo je održivost, koja se promatra kroz okolišni, društveni i gospodarski aspekt razvoja turizma.

Primjenjuje se integrirani i multidisciplinarni pristup, kojim se turizam sagledava u odnosu na prostor, infrastrukturu, gospodarstvo, lokalnu zajednicu i okoliš. Poseban naglasak stavlja se na uključivost i participaciju dionika, budući da je upravljanje destinacijom složen proces koji zahtijeva usklađivanje različitih interesa.

Iz toga razloga je TZO Starigrad provela dva sveobuhvatna istraživanja: stavova lokalnog stanovništva te zadovoljstva turista. Oba istraživanja su provedena sukladno Smjernicama Ministarstva za provođenje istraživanja stavova lokalnog stanovništva te Smjernicama za provođenje istraživanja zadovoljstva turista. Također, u rujnu 2025. u Starigradu su provedeni strukturirani intervjui i fokus grupe sa zainteresiranim dionicima (s predstavnicima javnog i privatnog sektora, javnih ustanova i trgovačkih društava, poduzetnika u turizmu i ugostiteljstvu, udruga, sa stručnjacima te zainteresiranim lokalnim stanovništvom), a sve s ciljem uključivanja što većeg broja dionika u proces izrade Plana upravljanja destinacijom.

Načelo transparentnosti osigurava javnost procesa izrade Plana, dostupnost informacija i mogućnost sudjelovanja zainteresirane javnosti. Konačno, Općina je u kolovozu 2026. provela e-javno savjetovanje, a Općinsko vijeće ga u rujnu/listopadu raspravilo i izglasalo na javnoj sjednici.

### 1.2.2. Smjernice i upute Ministarstva turizma i sporta

Metodološka osnova za izradu Plana definirana je Smjernicama i uputama za izradu plana upravljanja destinacijom koje je izdalo Ministarstvo turizma i sporta. Smjernice osiguravaju ujednačen pristup izradi planova na razini svih destinacija u Republici Hrvatskoj te propisuju obvezne elemente, pokazatelje i postupke. Plan je izrađen u skladu s propisanom metodologijom, uz prilagodbu specifičnostima lokalne razine i dostupnosti podataka, čime se osigurava njegova primjenjivost i relevantnost. Turistička zajednica imala je središnju ulogu u izradi Plana, a imat će je i pri njegovoj koordinaciji i provedbi.

Izrada Plana odvijala se kroz jasno definirane faze koje su uključivale pokretanje izrade, prikupljanje i analizu podataka, izradu prijedloga Plana, javno savjetovanje, donošenje Plana od strane nadležnih tijela te njegovu objavu i provedbu. Plan donosi Općinsko vijeće, a na prijedlog turističkog vijeća TZO Starigrad. Donosi se kao javni dokument, dostupan svim zainteresiranim dionicima, čime se osigurava transparentnost i mogućnost praćenja njegove provedbe.

U skladu s primijenjenom metodologijom izrade, Plan je strukturiran u devet glavnih poglavlja koja zajedno čine cjelovit okvir za analizu, planiranje, provedbu i praćenje razvoja turizma u destinaciji. Nakon uvodnog poglavlja, u drugom poglavlju prikazuje se postojeće stanje

destinacije, uključujući osnovna obilježja područja, turističke proizvode i usluge, resursno-atrakcijsku osnovu, javnu turističku, komunalnu i prometnu infrastrukturu, digitalizaciju, pristupačnost, dostupnost usluga, ljudske potencijale, komunikacijske aktivnosti i konkurentsko okruženje. Poglavlje završava SWOT analizom i objedinjenim izvješćem o analizi stanja. Treće poglavlje posvećeno je procjeni potencijala za razvoj i podizanje kvalitete elemenata turističke ponude. U njemu se vrednuju razvojni i tržišni potencijali ključnih elemenata ponude te utvrđuje njihova moguća uloga u budućem pozicioniranju destinacije. U četvrtom poglavlju obrađuju se obvezni i specifični pokazatelji održivosti na razini destinacije. Njima se prate okolišni, društveni, gospodarski, infrastrukturni i upravljački učinci turizma te stvaraju pretpostavke za sustavno praćenje promjena tijekom provedbe Plana. Peto poglavlje obuhvaća procjenu prihvatnog kapaciteta destinacije. Analiziraju se institucionalni i strateški okvir, smještajni kapaciteti, turistička potražnja, resursno-atrakcijska osnova, okoliš, prostor, komunalna i prometna infrastruktura, stanovništvo, kvaliteta života, zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma. Šesto poglavlje definira razvojni smjer destinacije, uključujući viziju, razvojna načela, prioritetna područja, ciljeve, mjere i aktivnosti potrebne za njihovo ostvarenje te popis strateških projekata. Na taj se način nalazi analize stanja, pokazatelja održivosti i prihvatnog kapaciteta prevode u konkretan provedbeni okvir. Sedmo poglavlje donosi smjernice i preporuke za razvoj i unapređenje destinacije. Preporuke su usmjerene prema ključnim skupinama dionika, uključujući Općinu, Turističku zajednicu, upravljačka tijela zaštićenih područja, gospodarske subjekte i druge sudionike važne za provedbu Plana. Osmo poglavlje uređuje sustav mjerenja napretka i izvještavanja o provedbi Plana. U njemu se utvrđuje način praćenja provedbe razvojnih ciljeva, mjera i aktivnosti, vrednovanja ostvarenih rezultata te prepoznavanja odstupanja i potrebe za prilagodbom daljnjih aktivnosti.

Sastavni dio dokumenta čine i popis literature i sljedeći prilozi:

Prilog 1 – Popis planinarskih putova i objekata

Prilog 2 – Izvješće s fokus grupa i obilaska terena

Prilog 3 – Rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva

Prilog 4 – Rezultati istraživanja stavova turista i jednodnevnih posjetitelja

### 1.2.3. Izvori podataka i analitički alati

Izrada Plana temelji se na analizi primarnih i sekundarnih izvora podataka, uključujući statističke podatke, administrativne evidencije, prostorno-plansku dokumentaciju, fokus grupe, intervjue, terenske obilaske te rezultate istraživanja stavova lokalnog stanovništva i zadovoljstva posjetitelja. Posebnu ulogu imaju pokazatelji održivosti na razini destinacije, koji omogućuju praćenje razvoja turizma, evaluaciju provedbe mjera i prilagodbu budućih aktivnosti.

## 1.3. Uloga i značaj plana upravljanja destinacijom

Plan upravljanja destinacijom predstavlja ključni razvojni i upravljački alat kojim se turizam usmjerava u smjeru dugoročne održivosti, otpornosti i konkurentnosti. Njegova vrijednost očituje se u sposobnosti da poveže strateške ciljeve, zakonske obveze i konkretne mjere upravljanja u jedinstven, koherentan okvir. Plan upravljanja destinacijom omogućuje sustavno sagledavanje razvoja turizma, pravovremeno prepoznavanje izazova i prilika te donošenje informiranih odluka temeljenih na podacima i pokazateljima. Time se smanjuju negativni utjecaji turizma na prostor, okoliš i lokalnu zajednicu, a istodobno se potiče razvoj kvalitetnih, autentičnih i održivih turističkih proizvoda.

Za lokalnu zajednicu Plan upravljanja destinacijom predstavlja jamstvo da se razvoj turizma odvija u skladu s njezinim interesima i potrebama, uz očuvanje identiteta prostora i kvalitete života. Za dionike u turizmu pruža predvidiv i stabilan okvir za planiranje ulaganja i poslovnih aktivnosti, dok za posjetitelje osigurava kvalitetnije i odgovornije turističko iskustvo. Kao javno dostupan dokument, Plan upravljanja destinacijom ima i važnu edukativnu i promotivnu ulogu, podižući svijest o važnosti održivog razvoja turizma te potičući zajedničku odgovornost svih dionika za budućnost destinacije.

# ANALIZA STANJA

02

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. Analizom stanja potrebno je identificirati postojeće i potencijalne turističke proizvode, prateću javnu, komunalnu, informatičku (IT) i prometnu infrastrukturu i javne usluge i servise kao podršku turističkom doživljaju. Potrebno je napraviti i analizu tržišta radne snage angažirane u destinaciji i ljudskih potencijala, te analizu brend identiteta destinacije.

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.[1]

Analizom stanja obuhvaćeno je područje Općine što je ujedno područje djelovanja TZO Starigrad. Za potrebe analize uzeti su u obzir važeći strateški dokumenti, uključujući Provedbeni program Općine za razdoblje 2025. - 2029., Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19 i 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25), Projekt ukupnog razvoja, Plan gospodarenja otpadom Općine Starigrad za razdoblje 2017. - 2022. godine, Plan upravljanja Nacionalnim parkom Paklenica 2023. - 2032., Plan upravljanja Parkom prirode Velebit 2022. – 2031 te Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027.

## 2.1. Osnovna obilježja

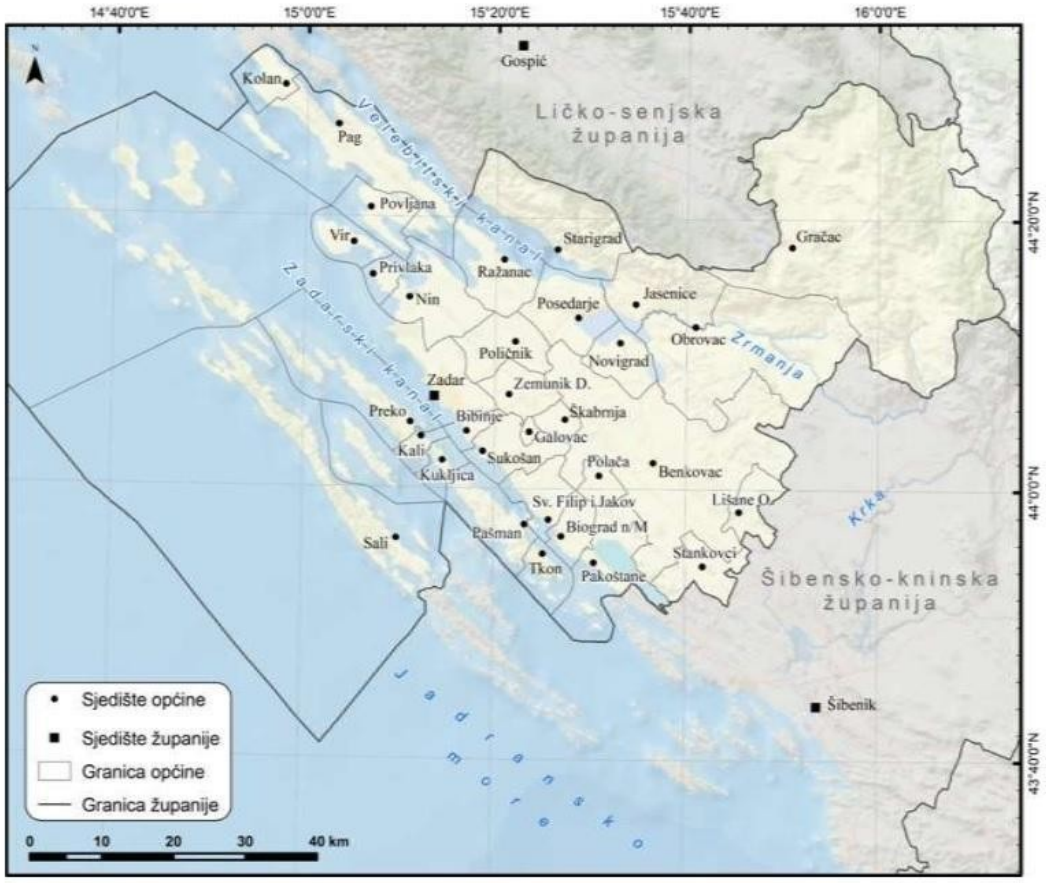
### 2.1.1. Geografski položaj

Općina se nalazi na krajnjem sjeverozapadnom dijelu Zadarske županije, a zemljopisno pripada sjevernoj Dalmaciji. Južnim morskim dijelom graniči s Općinama Ražanac i Posedarje, a istočnom kopneno-morskom granicom, graniči s Općinom Jasenice. Sjeverna granica Općine ujedno je i sjeverna granica prema Ličko-senjskoj županiji (Slika 1). Zajedno s općinama Ražanac, Jasenice, Novigrad i Posedarje čini prostor Velebitskog kanala Zadarske županije s izrazito složenim geomorfološkim obilježjima. Ukupna površina Općine iznosi 170,09 km$^2$, što čini 4,6 % ukupne površine Zadarske županije. S obzirom na površinu, Općina se nalazi na drugom mjestu od ukupno četiri općine s najvećom površinom u Zadarskoj županiji. U sastavu Općine nalaze se tri naselja: Starigrad, Seline i Tribanj (Šibuljina, Kruščica i Mandalina) koja se protežu duž dvadesetak kilometara obale Jadranskog mora, a nadvisuje ih planina Velebit, na čijim se južnim padinama nalazi NP Paklenica[2].

[1] Ministarstvo turizma i sporta, Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, 2024., str. 9

[2] Provedbeni program Općine Starigrad 2025. 2029., dostupno na poveznici, pristupljeno 18.1.2025.

*Slika 1. Upravno-teritorijalni ustroj Zadarske županije*[3]




## 2.1.2. Reljefne, geomorfološke i klimatske karakteristike

Cijelo područje Općine je u zaštićenom prirodnom okruženju jer Velebit zajedno sa pripadajućom obalom ima status parka prirode te predstavlja najveće zaštićeno područje u državi. Sjevernim dijelom prevladava planinska, uglavnom vapnenačka struktura sa istaknutim kanjonima Velike i Male Paklenice. Usječene doline, špilje, jame i pećine posljedica su dinamike terena i korozivnih i denudacijskih procesa koji manifestiraju složen hidrogeomorfologijski teren. Ovo područje karakteriziraju brojne podzemne vrulje koje se ulijevaju u more. Gotovo 90 % terena izgrađuju sekundarno propusne i okršene karbonatne stijene. Na njihovoj površini i u njihovoj dubini razvijeni su svi krški oblici i specifičnosti kretanja vode u kršu[4].

Na prostoru Općine zastupljena je submediteranska klima koju karakteriziraju duga i vruća ljeta s blagim zimama i nešto većim dnevnim i godišnjim kolebanjima temperatura, dok padine Velebita imaju obilježja planinske klime.[5] Prema meteorološkim mjerenjima najtopliji mjesec je kolovoz sa srednjom mjesečnom temperaturom od 27,2 °C, a najhladnija je veljača sa 7,46 °C. Najniža temperatura zabilježena je dana 27.12.1996. i iznosila je – 9,8 °C a najviša 10.08.2017. i iznosila je 42,7 °C[6]. Zbog izloženosti južnog Velebita jugozapadnom strujanju zraka s mora, dolazi do stvaranja obilnih ortografskih oborina. Najveće količine oborina padaju u jesen, a najmanje ljeti. Karakteristični vjetrovi su bura, istočnjak i maestral. Maestral je karakterističan vjetar za ljetni period dok bura, nerijetko s udarima jačima od 150 km/h puše najčešće u zimskom periodu te uzrokuje probleme u prometu i materijalnu štetu.

## 2.1.3. Stanovništvo

Prema procjeni stanovništva DZS iz 2023. Općina broji 1.734 stanovnika odnosno 1,06 % ukupnog stanovništva županije. Sukladno Popisu stanovništva iz 2021. Općina je imala 1.697

[3] Izvor: Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027.
[4] Projekt ukupnog razvoja – i projekti gospodarskog razvoja za Općinu, dostupno na: poveznica pristupljeno: 1.4.2025.
[5] Provedbeni program Općine Starigrad za razdoblje 2025. – 2029. godine, dostupno na: poveznica, preuzeto: 1.3.2026.
[6] Državni hidrometeorološki zavod, dostupno na: poveznica, pristupljeno 01.05.2025.

stanovnika što je za 9,54 % manje u odnosu na 2011. te za 10,35 % manje u odnosu na 2001. Između dva posljednja popisa stanovništva bilježi se trend smanjenja broja stanovnika dok najnovije procjene stanovništva iz 2023. bilježe porast broja stanovnika za 2,18 % u odnosu na 2021. (Tablica 1).

*Tablica 1. Broj stanovnika prema naseljima na području Općine*[7]

| Naselje | Godine popisa stanovništva | | | Procjena stanovništva 2023.* |
|---|---|---|---|---|
| | 2001. | 2011. | 2021. | |
| Starigrad | 1.100 | 1.140 | 1.051 | - |
| Seline | 455 | 469 | 414 | - |
| Tribanj | 338 | 267 | 232 | - |
| **UKUPNO** | **1.893** | **1.876** | **1.697** | **1.734** |

** Procjena stanovništva vrši se po gradovima/općinama*

Prema Popisu stanovništva iz 2021. godine, 96,88 % stanovnika Općine izjasnilo se Hrvatima. Najbrojnija je srpska nacionalna manjina koja čini 1,41 % stanovništva Općine, zatim njemačka 0,29 %, i albanska manjina 0,12 %, dok ostale nacionalne manjina imaju udio u ukupnom broju stanovništva Općine s 0,65 %.

*Tablica 2. Stanovništvo prema starosti i spolu na području Općine prema Popisu stanovništva iz 2021.*[8]

| Dob | Muškarci | Žene | Ukupno |
|---|---|---|---|
| 0-14 | 91 | 92 | 183 |
| 15-19 | 35 | 39 | 74 |
| 20-24 | 47 | 41 | 88 |
| 25-29 | 46 | 39 | 85 |
| 30-34 | 39 | 42 | 81 |
| 35-39 | 32 | 41 | 73 |
| 40-44 | 53 | 47 | 100 |
| 45-49 | 51 | 50 | 101 |
| 50-54 | 53 | 56 | 109 |
| 55-59 | 83 | 68 | 151 |
| 60-64 | 84 | 65 | 149 |
| 65-69 | 71 | 61 | 132 |
| 70-74 | 74 | 75 | 149 |
| 75 i više | 93 | 129 | 222 |
| **Ukupno** | **852** | **845** | **1697** |

Prema Popisu stanovništva 2021. godine, udio stanovništva u dobi 0 – 14 godina (10,78 %) manji je od udjela stanovništva od 65 i više godina (29,64 %). Prosječna dob stanovništva na području Općine je 49,1 godina, dok je prosjek dobi stanovništva Zadarske županije 44,6 godina, a Republike Hrvatske 44,3 godina. Prosječna dob stanovništva Općine prema Popisu stanovništva 2011. godine bila je 45,6 godina a prema Popisu stanovništva 2001. godine 43,6 godina, što

[7] Izvor: Državni zavod za statistiku
[8] Izvor: Državni zavod za statistiku

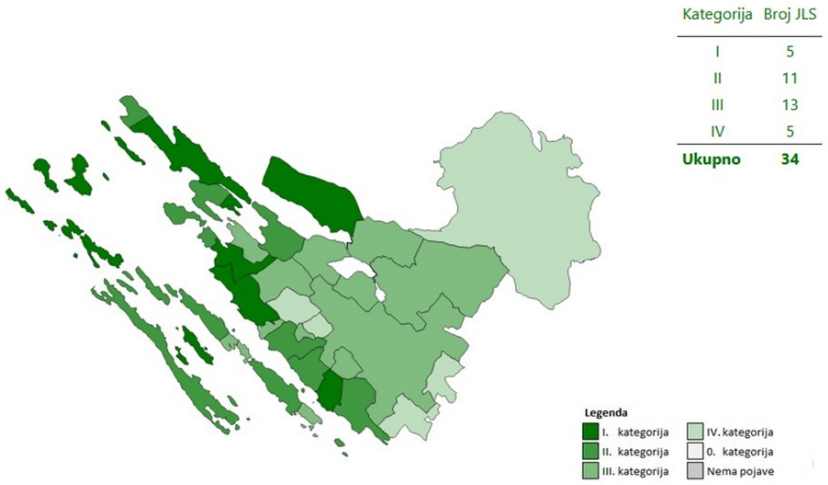
znači da je prosječna dob stanovništva porasla u razdoblju od 2001. do 2021. godine. Sve navedeno ukazuje na kontinuirani proces starenja stanovništva Općine. Prema popisu stanovništva iz 2021. godine na području Općine zaposleno je bilo 612 stanovnika, od čega najviše (28,43 %) u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane.

### 2.1.4. Indeks turističke razvijenosti

Sukladno Zakonu o turizmu indeks turističke razvijenosti je pokazatelj koji se računa kao prilagođeni prosjek standardiziranih vrijednosti društveno-gospodarskih pokazatelja radi mjerenja stupnja turističke razvijenosti jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave u određenom razdoblju. Izračun indeksa turističke razvijenosti provodi se svake godine za prethodnu godinu. Pokazatelji za izračun indeksa turističke razvijenosti određuju se kao apsolutni i relativni pokazatelji koji se odnose na turistički promet, zaposlenost i smještajne kapacitete.

Prema indeksu turističke razvijenosti, jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave mogu se razvrstati u kategorije I, II, III, IV i 0, pri čemu su u kategoriju I svrstana turistički najrazvijenija područja, a u kategoriju 0 područja bez turističke aktivnosti. Sukladno podacima Instituta za turizam o indeksu turističke razvijenosti za 2023. godinu, Općina spada u I kategoriju s indeksom turističke razvijenosti 32,28 (Slika 2).

*Slika 2. Indeks turističke razvijenosti po jedinicama lokalne samouprave Zadarske županije*[9]




Pri tumačenju ITR-a potrebno je uzeti u obzir da indeks prvenstveno odražava intenzitet turističke aktivnosti, odnosno ostvareni turistički promet, raspoložive smještajne kapacitete i pokazatelje zaposlenosti. Visoka vrijednost indeksa stoga ne znači nužno da destinacija raspolaže jednako razvijenom komunalnom, prometnom i turističkom infrastrukturom kao druge jedinice svrstane u istu kategoriju. U kategoriji I nalaze se destinacije vrlo različitih prostornih, gospodarskih i infrastrukturnih obilježja. Općina Starigrad tako je svrstana u istu kategoriju kao i znatno veća urbana turistička središta, poput Dubrovnika, koja raspolažu neusporedivo razvijenijom komunalnom i prometnom infrastrukturom, međunarodnom zračnom lukom, snažno posjećenom putničkom lukom te većim financijskim i upravljačkim kapacitetima. Razvrstavanje u najvišu kategoriju može stoga stvoriti sliku višeg stupnja ukupne razvijenosti nego što ga stvarno stanje infrastrukture potvrđuje. Ono može imati i praktične posljedice jer se pripadnost razvijenijoj kategoriji primjenjuje kao jedan od kriterija pri određivanju prihvatljivosti ili intenziteta potpore u pojedinim programima i javnim pozivima. Time se jedinicama s izrazito snažnom turističkom aktivnošću, ali i dalje značajnim infrastrukturnim potrebama, može ograničiti pristup vanjskim izvorima financiranja potrebnima za njihovo rješavanje. Indeks turističke razvijenosti zato je potrebno promatrati kao važan pokazatelj opsega i intenziteta turističke aktivnosti, ali ne i kao cjelovitu ocjenu kvalitete infrastrukture, javnih usluga i ukupnih razvojnih kapaciteta destinacije.

[9] Izvor: Institut za turizam

# 2.2. Turistički proizvodi i usluge

## 2.2.1. Smještaj

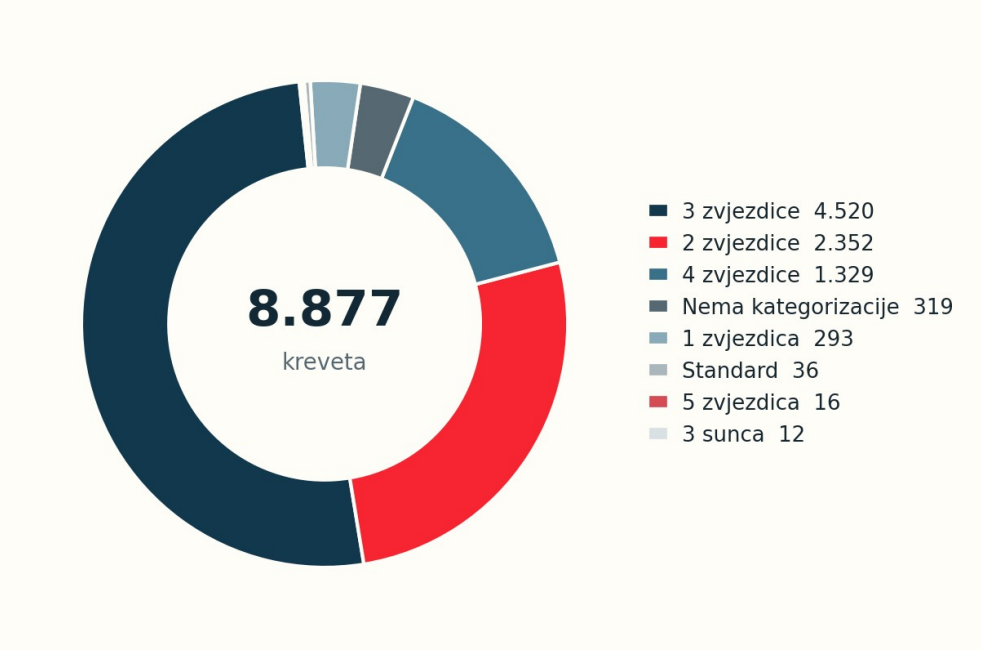
Prema podacima sustava eVisitor ukupan smještajni kapacitet u komercijalnim smještajnim objektima na području Općine iznosi 8.877 kreveta (Tablica 3). U strukturi smještajnih kapaciteta dominira smještaj u domaćinstvu sa 56,9 % registriranih kreveta, slijede kampovi sa 28,32 % te hoteli sa tek 6,64 %. Ponuda smještaja najzastupljenija je na području naselja Starigrad sa 62 %, slijede Seline s 24 % te Tribanj sa 14 %.

*Tablica 3. Broj kreveta po naseljima u razdoblju od 2020. do 2024. godine*[10]

| Naselje | Broj kreveta | | | | | Indeks 2024/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2023. | 2024. | |
| Starigrad | 5.344 | 5.296 | 5.305 | 5.369 | 5.462 | 102 |
| Seline | 1.975 | 1.996 | 2.046 | 2.041 | 2.165 | 110 |
| Tribanj | 1.204 | 1.210 | 1.222 | 1.268 | 1.250 | 104 |
| **Ukupno** | **8.523** | **8.502** | **8.573** | **8.678** | **8.877** | **104** |

U svim naseljima prevladavaju objekti srednje kvalitete. Više od 50% registriranih kreveta je u kategoriji 3 zvjezdice (Slika 3), dok je sa 4 i 5 zvjezdica kategorizirano 15% kreveta, od čega samo 2 kuće za odmor imaju 5 zvjezdica.

*Slika 3. Broj kreveta po kategorijama smještaja na području Općine*[11]




U odnosu na 2020., smještajni kapaciteti u 2024. narasli su za 4% (Tablica 4). Rast je ostvaren u objektima u domaćinstvu i ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj. U kampovima nije bilo promjene dok je u hotelima došlo do smanjenja uslijed re-kategorizacije kapaciteta postojećih objekata.

[10] Izvor: eVisitor
[11] Izvor: eVisitor

*Tablica 4. Broj kreveta po vrsti objekta u razdoblju od 2020. do 2024. godine*[12]

| Vrsta objekta | Broj kreveta | | | | | Indeks 2024/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2023. | 2024. | |
| Objekti u domaćinstvu | 4.687 | 4.729 | 4.767 | 4.860 | 5.051 | 108 |
| Kampovi | 2.514 | 2.514 | 2.514 | 2.514 | 2.514 | 100 |
| Ostali ugostiteljski objekti za smještaj | 607 | 622 | 655 | 673 | 681 | 112 |
| Hoteli | 667 | 589 | 589 | 589 | 589 | 88 |
| Objekti na OPG-u | 48 | 48 | 48 | 42 | 42 | 88 |
| **Ukupno** | **8.523** | **8.502** | **8.573** | **8.678** | **8.877** | **104** |

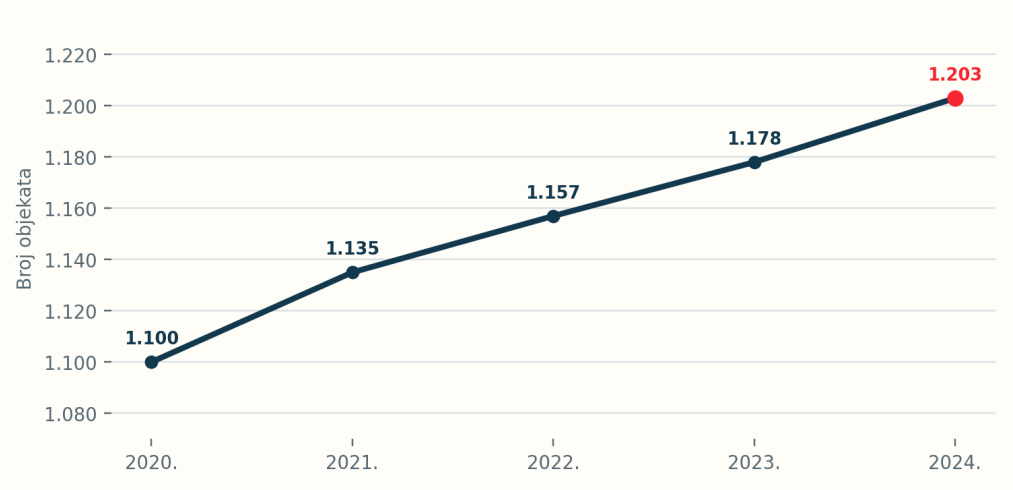
Prema podacima iz sustava eVisitor 2024. godine na području Općine nalaze se 1.203 nekomercijalna objekta, od čega su većina smješteni u naseljima Starigrad (48,88 %) i Seline (42,64 %) a tek manji broj objekata u naselju Tribanj (8,48 %) (Tablica 5). Broj nekomercijalnih objekata na području Općine kontinuirano raste u posljednjih 5 godina. U 2024. zabilježeno je ukupno 1.203 objekta, što je 103 objekta više nego u 2020. i čini porast od 9%. Procjenjuje se da registrirane kuće i stanovi za odmor sadrže 4.812 kreveta, što je gotovo identično registriranim komercijalnim smještajnim objektima u domaćinstvu i stvara veliki pritisak na prostor. Za pretpostaviti je i veći broj nekomercijalnih objekata s obzirom da se upis istih u eVisitor obavlja po zahtjevu vlasnika te s obzirom na nedostatak adekvatne kontrole nadležnih službi na terenu.

*Tablica 5. Broj nekomercijalnih objekata na području Općine u razdoblju od 2020. do 2024.*[13]

| Naselje | Broj objekata | | | | | Indeks 2024/2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2020. | 2021. | 2022. | 2023. | 2024. | |
| Starigrad | 529 | 550 | 560 | 569 | 588 | 111 |
| Seline | 478 | 491 | 501 | 508 | 513 | 107 |
| Tribanj | 93 | 94 | 96 | 101 | 102 | 110 |
| **Ukupno** | **1.100** | **1.135** | **1.157** | **1.178** | **1.203** | **109** |

[12] Izvor: eVisitor
[13] Izvor: eVisitor

*Slika 4. Broj nekomercijalnih objekata na području Općine u razdoblju od 2020. do 2024.*[13]




Za potrebe analize turističkog prometa na području Općine analiziraju se dolasci i noćenja u komercijalnim i nekomercijalnim smještajnim objektima, u razdoblju od 2020. do 2024. (Tablica 6). Podaci o komercijalnom i nekomercijalnom turističkom prometu se prate odvojeno zbog različitosti u evidenciji podataka, strukturi te ponašanju korisnika. Komercijalni turistički promet podrazumijeva boravak turista u objektima registriranima za turistički najam (hoteli, kampovi, objekti u domaćinstvu, OPG i ostali ugostiteljski objekti za smještaj). Nekomercijalni turistički promet podrazumijeva osobe koje borave u kućama i stanovima za odmor te kod stanovnika Općine (vlasnici kuća i stanova za odmor, članovi njihove obitelji i druge osobe dok borave u takvim objektima).

U 2020., tijekom pandemije COVID-19, dogodio se značajan ali ne i drastičan pad broja dolazaka i noćenja turista na području Općine u odnosu na rekordnu 2019. Broj dolazaka u komercijalnim objektima smanjen je za 50% a noćenja za 47%, dok je nekomercijalnim objektima broj dolazaka smanjen za 25% a broj noćenja za 29%. Već u 2021. dolazi do oporavka, da bi se u 2022. u komercijalnom turističkom prometu dostigli rezultati iz 2019. godine. Kod nekomercijalnog turističkog prometa situacija je drugačija te se bilježi kontinuirano manje registriranog prometa u odnosu na 2019. kada je ostvareno 3.999 dolazaka i 103.223 noćenja. Jedan od glavnih uzroka se može tražiti u izostanku redovite prijave boravka osoba koje borave u tim objektima sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi (NN 52/19, 32/20, 42/20).

*Tablica 6. Broj dolazaka i noćenja u razdoblju od 2020. do 2024.*[14]

| GODINA | KOMERCIJALNI TURISTIČKI PROMET | | NEKOMERCIJALNI TURISTIČKI PROMET | |
|---|---|---|---|---|
| | DOLASCI | NOĆENJA | DOLASCI | NOĆENJA |
| 2024 | 86.091 | 468.699 | 3.029 | 73.419 |
| 2023 | 84.810 | 461.748 | 3.061 | 90.086 |
| 2022 | 87.257 | 496.031 | 2.901 | 78.876 |
| 2021 | 73.495 | 412.119 | 2.908 | 77.081 |
| 2020 | 44.442 | 259.663 | 2.997 | 72.995 |

[14] Izvor: eVisitor

*Tablica 7. Kapaciteti i noćenja te popunjenost po vrstama smještajnih kapaciteta u 2024.*[14]

| Naziv | Kapacitet | Noćenja | Popunjenost (dani) | Učešće u kapacitetima % | Učešće u noćenjima % |
|---|---|---|---|---|---|
| HOTELI | 589 | 83.916 | 142 | 7 | 18 |
| KAMPOVI | 2.514 | 137.893 | 55 | 28 | 29 |
| OBJEKTI U DOMAĆINSTVU | 5.093 | 222.283 | 44 | 57 | 48 |
| OSTALE VRSTE OBJEKATA ZA SMJEŠTAJ | 681 | 24.607 | 36 | 8 | 5 |
| **UKUPNO** | 8.877 | 468.699 | 53 | 100 | 100 |

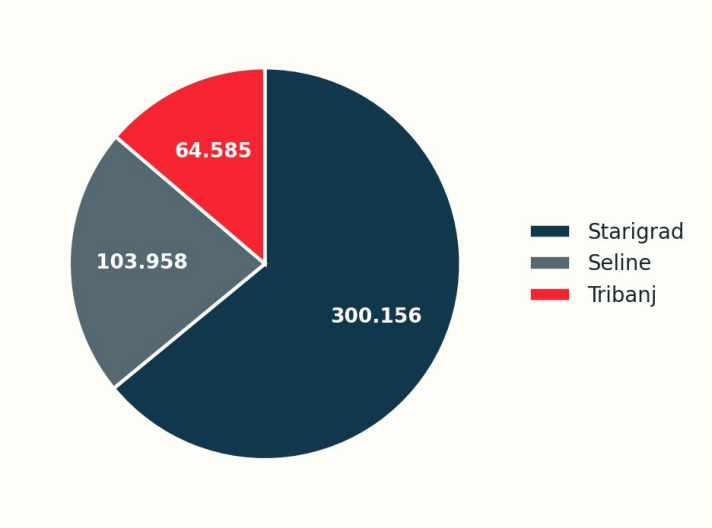
Iako hoteli čine tek mali udio ukupnih smještajnih kapaciteta (7%), njihov doprinos turističkom prometu znatno je veći, što potvrđuje ostvareni udio od 18% ukupnog prometa te visoka popunjenost od 142 dana. To jasno ukazuje na njihovu veću učinkovitost i značaj u generiranju turističkih rezultata u odnosu na smještaj u domaćinstvu, koji, unatoč dominantnom udjelu u kapacitetima (57%), ostvaruje proporcionalno manji promet i znatno nižu popunjenost (44 dana). Omjer učešća u kapacitetima i noćenjima kod kampova je podjednak (28-29%) uz 55 dana popunjenosti, dok su ostale vrste smještaja sa učešćem od 8% u kapacitetima, ostvarile 5% ukupnih komercijalnih turističkih noćenja.

Važno je istaknuti ulogu hotelskog smještaja u strukturi destinacije, unatoč njegovom relativno malom udjelu u ukupnim kapacitetima. Dugoročni razvoj treba promatrati i kroz mogućnost jačanja hotelskog segmenta. Važeći prostorni plan Općine predviđa prostor za izgradnju novih hotelskih kapaciteta, što predstavlja potencijalnu razvojnu priliku u budućnosti. Razvoj takvih objekata, iako se radi o investicijama koje se pripremaju kroz dulji period, uz poštivanje prostornih ograničenja i standarda zaštite okoliša, mogao bi doprinijeti produljenju turističke sezone, privlačenju gostiju veće platežne moći te razvoju dodatne infrastrukture, koja bi bila dostupna zajednici i širem krugu posjetitelja.

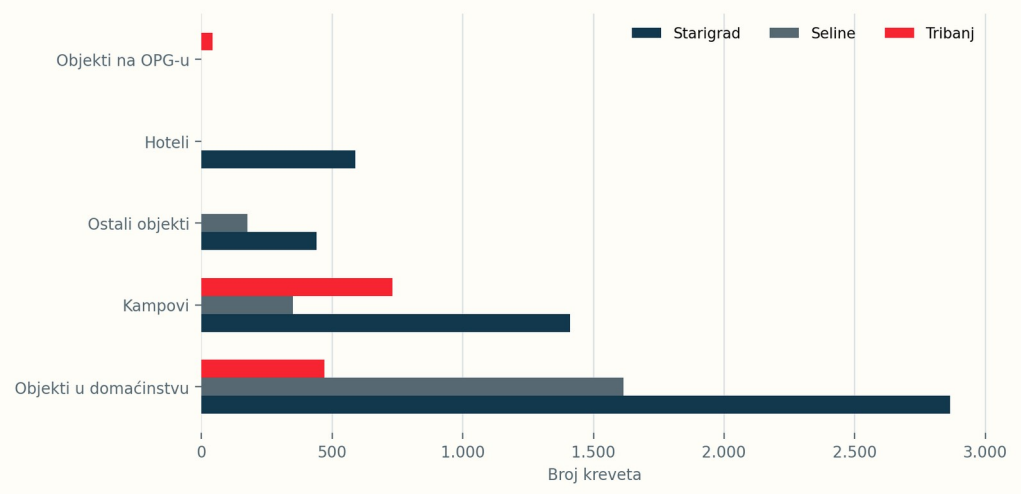
Turistički promet promatran po mjesecima u razdoblju od 2020. do 2024. godine upućuje na izraženu sezonalnost turizma u Općini. Najveći promet ostvaruje se tijekom srpnja i kolovoza, u kojima je u 2024. zabilježeno 64 % ukupnih noćenja. Intenzivnija aktivnost bilježi se i u svibnju, lipnju i rujnu koji zajedno čine 29 % ukupnih noćenja u 2024. Ukupna noćenja ostvarena u razdoblju od siječnja do travnja te od listopada do prosinca čine 7% ukupno ostvarenih noćenja na području Općine.

Prema naseljima, najveći broj noćenja ostvaruje se u naselju Starigrad s udjelom od 64 % u ukupnim komercijalnim noćenjima 2024. Slijede Seline s udjelom od 22 % te Tribanj s udjelom od 14 % (Slika 5). Ovakav razmještaj proizlazi iz činjenice da je ponuda smještaja najzastupljenija na području naselja Starigrad sa 62 % udjela u ukupnoj smještajnoj ponudi Općine. Na području naselja Starigrad smještena je i cjelokupna ponuda hotelskog smještaja kao i 57 % smještajne ponude kampova te 58 % smještajne ponude objekata u domaćinstvu (Slika 6). Također, većina ugostiteljskih sadržaja smještena je na području naselja Starigrad koji je i administrativno sjedište Općine.

*Slika 5. Prikaz broja noćenja po mjestima za 2024. godinu na području Općine*[15]



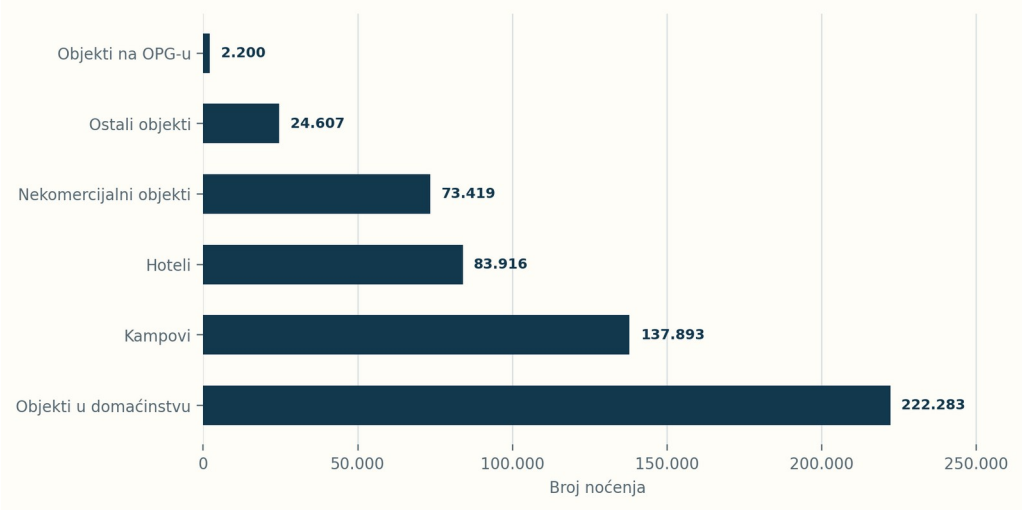

*Slika 6. Prikaz broja kreveta po vrstama objekata i naseljima na području Općine*[16]




Prema podacima eVisitora u strukturi gostiju prevladavaju strani državljani s 90 % svih dolazaka i 85 % svih noćenja u 2024. Najviše gostiju dolazi s područja Njemačke (18 %), zatim UK-a (13 %), Slovenije (11 %), Poljske (9 %), Češke (8 %) te Austrije (6 %). Prema pojedinim vrstama objekta u 2024. godini, najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (41 %) zatim slijede kampovi (26 %), hoteli (16 %), nekomercijalni objekti (14 %), ostali ugostiteljski objekti za smještaj (5 %) te objekti na OPG-u (1 %) (Slika 7). Turisti su na području Općine u 2024. godini prosječno boravili 6 dana kao i 2023., 2022. i 2021. godine, dok je prosjek boravka turista u 2020. godini bio 7 dana.

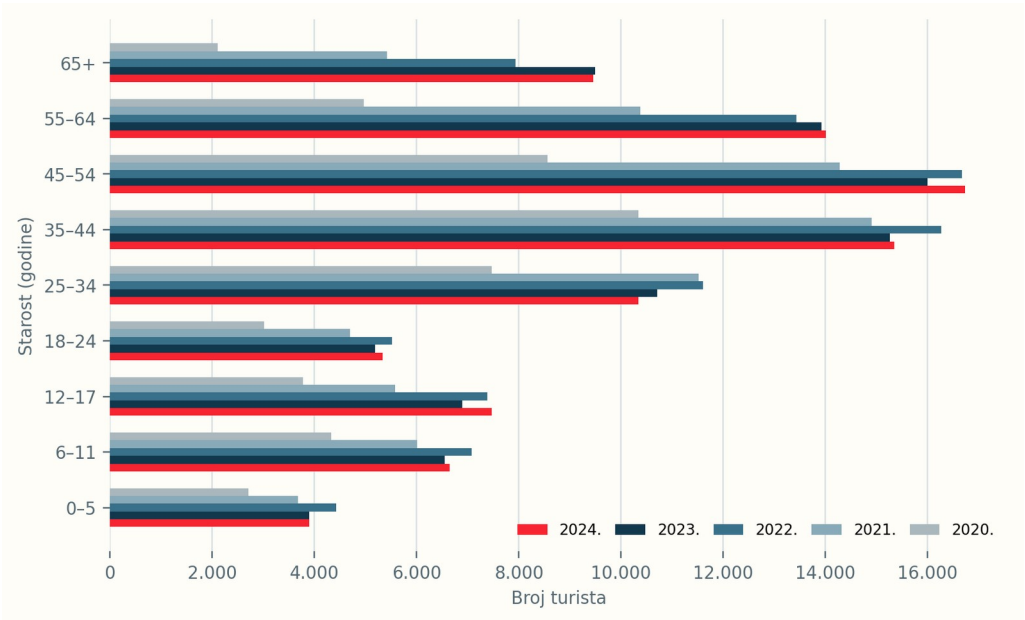
[15] Izvor: eVisitor
[16] Izvor: eVisitor

*Slika 7. Broj noćenja po vrstama objekata u 2024. godini na području Općine*[17]




U ukupnom broju turista na području Općine podjednako su zastupljeni muškarci i žene. Najzastupljenija dobna skupina su turisti od 45 do 54 godine s udjelom od 18,74 % u ukupnom broju turista Općine u 2024. godini, pripadnici tzv. generacije X. Sljedeća najzastupljenija dobna skupina su turisti između 35 i 44 godina (17,17 %) tzv. generacija Y – milenijalci. Slijede *Baby boomeri* tj. turisti u dobi od 55 do 64 godine (15,70 %) te predstavnici generacije Z odnosno, mladi u dobi od 25 do 34 godine (11,58 %). U ukupnom broju turista najmanje su zastupljeni turisti u dobi od 0 do 5 godina (4,40 %), zatim slijede turisti u dobi od 18 do 24 godine (5,98 %), turisti u dobi od 6 do 11 godina (7,45 %) te 12 do 17 godina (8,38 %) (Slika 8).

*Slika 8. Broj turista prema starosti na području Općine u razdoblju od 2020. – 2024. godine*[18]




Analiza smještajnih kapaciteta ukazuje na dominaciju smještaja u domaćinstvu i objekata srednje kvalitete te visok udio sezonskog poslovanja na području Općine. Navedeni rezultati upućuju na potrebu povećanja kvalitete smještajnih kapaciteta, njihove profesionalizacije i tematske specijalizacije te povećanja hotelskog smještaja kao jednog od pokretača produženja sezone i povećanja konkurentnosti destinacije. Značajan problem je visoki postotak neprijavljenog nekomercijalnog smještaja kao i iznajmljivanja neregistriranog smještaja („rad na crno“) što bi se trebalo dijelom riješiti novim Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti uz daljnje informiranje o

[17] Izvor: eVisitor
[18] Izvor: eVisitor

obvezi registracije smještajnih objekata, prijave te plaćanja turističke pristojbe te poticanjem nadzornih aktivnosti nadležnih institucija.

### 2.2.2. Ugostiteljstvo

Sukladno podacima Obrtnog registra i Hrvatske gospodarske komore, na području Općine registrirano je 45 objekata iz djelatnosti Priprema i usluživanje hrane i pića (NKD I 56)[19] usmjerenih standardiziranoj ponudi i brzoj prehrani, od čega 31 objekt u naselju Starigrad, 11 objekata u naselju Seline i 3 objekta u naselju Tribanj. Od ukupnog broja, 35 ugostiteljskih objekata (78%) radi sezonski a tek 10 cijelu godinu. U Starigradu većina ugostiteljskih objekata radi od travnja/svibnja do listopada dok je u ostalim naseljima to razdoblje većinom kraće.

Većina objekata radi sezonski dok je 10 objekata otvoreno cijelu godinu od čega 4 objekta nude uslugu usluživanja hrane (Tablica 8). U NP Paklenica usluga hrane i pića nudi se u 4 objekta: šumarska kuća Lugarnica, planinarski dom Paklenica, Ramića dvori i Ivančev dom. U zaseoku Ljubotić na području Tribnja posluje seljačko domaćinstvo / kušaonica "Vrata Velebita".

Analiza ugostiteljstva ukazuje na potrebu poticanja kvalitete ugostiteljske ponude s naglaskom na lokalnu kuhinju te produljenje sezone rada objekata u cilju povećanja prihoda, dostupnosti i većoj potrošnji turista izvan ljetne sezone te smanjenja sezonalnosti zapošljavanja.

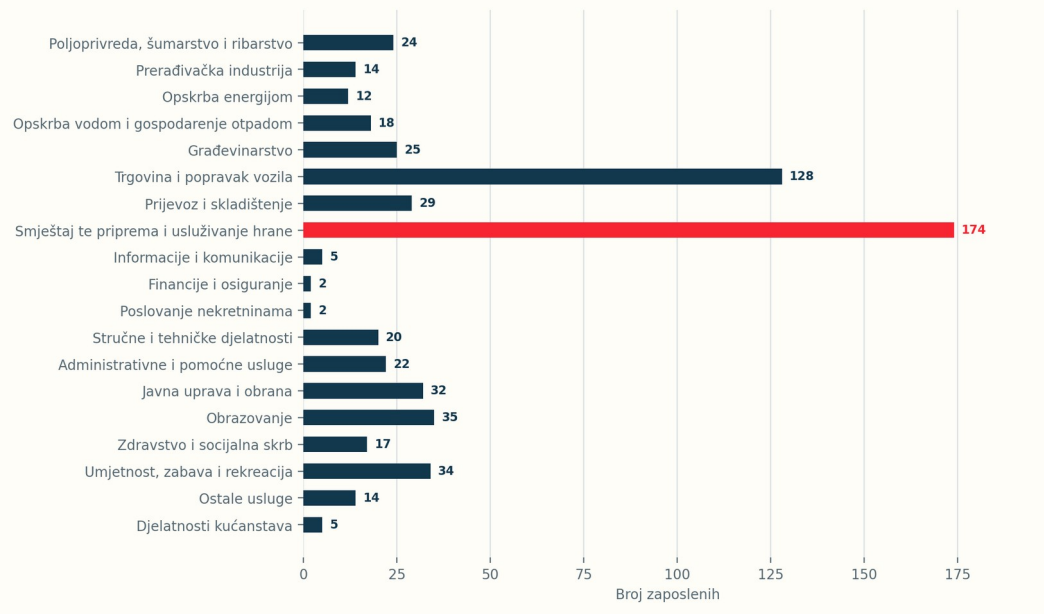
*Tablica 8. Popis objekata iz djelatnosti priprema i usluživanje hrane i pića*[20]

| NASELJE | PERIOD OBAVLJANJA DJELATNOSTI | |
|---|---|---|
| | SEZONSKI | CIJELU GODINU |
| Starigrad | 23 | 8 |
| Seline | 9 | 2 |
| Tribanj | 3 | 0 |

Sukladno Popisu 2021. Državnog zavoda za statistiku[21] na području Općine zaposleno je 612 osoba od čega 174, odnosno 28,43 %, u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (Slika 9) dok je prema podacima FINA-e, u 2024. u navedenoj djelatnosti na području Općine ostvarena bruto dodana vrijednost u iznosu od 975.847,00 EUR što ukazuje na njen značajan utjecaj na gospodarski razvoj destinacije. U odnosu na Popis 2011. godine broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Općine povećao se za 46 %.

[19] Odluka o Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2025. – NKD 2025. (NN 47/24)
[20] Izvor: Obrtni registar, HGK
[21] Popis 2021, Državni zavod za statistiku (2022.), dostupno na poveznici

*Slika 9. Broj zaposlenih po djelatnostima na području Općine*[22]




## 2.2.3. Turističke usluge

TZO Starigrad djeluje po načelu destinacijskog menadžmenta, a osnovana je radi promicanja i razvoja turizma područja i gospodarskih interesa pravnih i fizičkih osoba koje pružaju ugostiteljske usluge i usluge u turizmu ili obavljaju drugu djelatnost neposredno povezanu s turizmom. Tijekom cijele godine u Starigradu je otvoren turističko-informativni centar u kojem posjetitelji mogu dobiti sve informacije o turističkoj ponudi destinacije, besplatne brošure na različitim jezicima, biciklističke i trail karte, plan grada, kartu regije i odgovore na sva relevantna pitanja iz turizma. Ispostave turističko-informativnog centra u Selinama i Tribnju otvorene su tijekom ljetnog razdoblja. Na području Općine posluje jedna turistička agencija upisana u Upisnik turističkih agencija sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu koja nudi izlete, smještaj, transfere te najam bicikala, automobila i brodova. Na području Općine posluje jedan obrt djelatnosti putničkih agencija i organizatora putovanja koji nudi pješačke i planinarske ture, bicikliranje, izlete kajakom te jeep safari, jedan koji nudi uslugu smještaja te jedan pretežito sportske djelatnosti.

Od trgovačkih lanaca na području Općine najviše je zastupljen TOMMY d.o.o. sa ukupno 55,56 %, odnosno 5 poslovnica (Tablica 9). Prema podacima iz Obrtnog registra, na području Općine posluje i 13 obrta za trgovinu, i to po jedan obrt pretežite djelatnosti 4711 – trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama pretežno hranom, pićima i duhanom i 4781 - trgovina na malo hranom, pićima i duhanskim proizvodima na štandovima i tržnicama, četiri obrta pretežite djelatnosti 4719 - ostala trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama te 8 obrta pretežite djelatnosti 4799 - ostala trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica. Ostale usluge relevantne za turiste na području Općine navedene su u Tablici 10.

*Tablica 9. Broj poslovnica trgovačkih lanaca na području Općine*

| Naziv trgovačkog lanca | Broj poslovnica | Period obavljanja djelatnosti |
|---|---|---|
| Tommy d.o.o. | 5 | Cijelu godinu |
| Bakmaz d.o.o. | 2 | Cijelu godinu |
| Konzum d.o.o. | 1 | Cijelu godinu |
| Studenac d.o.o. | 1 | Cijelu godinu |

[22] Izvor: Državni zavod za statistiku

*Tablica 10. Ostale usluge relevantne za turiste na području Općine* [23]

| Vrsta usluge | Broj objekata | Period obavljanja djelatnosti |
|---|---|---|
| Prijevoz | 1 | Cijelu godinu |
| Frizerski salon | 2 | Cijelu godinu |
| Salon ljepote | 1 | Cijelu godinu |
| Mehaničarski popravci | 1 | Cijelu godinu |
| Hrvatska pošta | 1 | Cijelu godinu |
| Bankomat | 10 | Cijelu godinu |
| Agencija za nekretnine | 3 | Cijelu godinu |
| Medicinska skrb | 2 | Cijelu godinu |
| Ljekarna | 1 | Cijelu godinu |
| Ribarnica | 1 | Sezonski |
| Zelena tržnica | 1 | Sezonski |
| Autopraonica | 1 | Sezonski |

S obzirom na izraženu sezonalnost i dominaciju smještaja u domaćinstvu, poticanje unapređenja kvalitete i raznovrsnosti turističke ponude predstavlja jedan od ključnih preduvjeta za razvoj turističkih proizvoda više vrijednosti, povećanje zadovoljstva posjetitelja, smanjenje sezonalnosti kao i povećanje prihoda od turizma.

## 2.3. Resursno-atrakcijska osnova

Resursno-atrakcijska osnova Općine obuhvaća prirodne i kulturne resurse koji predstavljaju temelj turističkog razvoja destinacije (Tablica 11*)*. Geografski položaj Općine koja se prostire duž 20-ak km obale Jadranskog mora u podnožju planine Velebit ključan je prirodni resurs ovog područja. Područje Općine u cijelosti je smješteno u zaštićenom prirodnom okruženju PP Velebit na čijim je južnim padinama smješten NP Paklenica koji obuhvaća prepoznatljive kanjone Velike i Male Paklenice te širi okolni prostor. NP Paklenica, kao najposjećeniji planinski park u Hrvatskoj[24] ali i jedno od najpoznatijih europskih penjališta sa oko 500 opremljenih i uređenih smjerova te sa preko 150 km planinarskih staza i puteva, etablirao se kao jedan od glavnih motiva dolaska turista u destinaciju. Područje NP obilježavaju brojni krški reljefni oblici, visoki stupanj bioraznolikosti (1000 zabilježenih biljnih vrsta i podvrsta od čega 79 endemičnih) te raznolika fauna. Ptice, kao najbrojnija skupina kralježnjaka sa 165 zabilježenih vrsta doprinose atraktivnosti područja za promatrače ptica.

Uz NP Paklenicu i PP Velebit, u neposrednoj blizini nalaze se četiri nacionalna parka (Kornati, Krka, Plitvička jezera i Sjeverni Velebit) kao i dva parka prirode (Telašćica i Vransko jezero) te grad Zadar, pri čemu je sve navedene lokalitete moguće posjetiti putem organiziranih izleta iz destinacije. Južnu granicu PP Velebit čini rijeka Zrmanja, na kojoj su dostupni organizirani izleti brodom iz Starigrada, kao i brojne aktivnosti poput raftinga, kajaka, veslanja na dasci (SUP) i drugih rekreacijskih sadržaja.

Iznimne reljefne, vegetacijske te pejzažne vrijednosti ovog područja međunarodno su priznate te je planina Velebit 1978. proglašena rezervatom biosfere (Program «Čovjek i biosfera»), dok su 2017. bukove šume na području NP Paklenica (Suva draga - Klimenta i Oglavinovac - Javornik)

[23] Izvor: www.rivijera-paklenica.hr

[24] Plan upravljanja Nacionalnim parkom Paklenica 2023. - 2032., dostupno na: www.np-paklenica.hr

uvrštene na Popis svjetske baštine UNESCO-a. NP Paklenica i PP Velebit dio su i ekološke mreže Natura 2000.

More i submediteranska klima koja se prožima sa planinskom, čine izuzetno vrijedne prirodne resurse destinacije. Kakvoća mora, prirodne šljunčane plaže i uvale sjeverozapadnog dijela te njihova povezanost s planinskim zaleđem omogućuju razvoj kupališnog i aktivnog turizma pri čemu se na moru provode brojne aktivnosti poput veslanja na dasci, vožnje kajakom, parasailinga, vodenih parkova i drugi rekreacijski sadržaji. Povoljni klimatski uvjeti s dugim, vrućim ljetima i blagim zimama omogućuju boravak na otvorenom tijekom većeg dijela godine i stvaraju preduvjete za produženje sezone. Istodobno, specifična mikroklima (utjecaj bure) oblikovala je autohtonu vegetaciju i utjecala na tradicijsku prehranu područja što je potencijal za unapređenje gastro turističke ponude.

Kulturni resursi na području Općine uključuju baštinu koja se na prvi pogled ne ističe ali svjedoči o kontinuitetu naseljenosti područja još od prapovijesti. Kulturna baština odražava se u arheološkim nalazištima, utvrdama, sakralnim objektima i etnografskoj baštini.

Na području Općine evidentirano je sedam zaštićenih kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske: Arheološka zona Sveta Trojica (arheologija), Crkva sv. Marije Magdalene (Mandaline) u zaseoku Sv. Marija Magdalena (Mandalina) (nepokretna pojedinačna), Crkva sv. Petra (nepokretna pojedinačna), Ostaci crkve sv. Jurja na groblju (arheologija), Ruralna cjelina Marasovići (kulturno-povijesna cjelina), Večka kula (nepokretna pojedinačna) i posmrtni običaji vezani uz mirila ili počivala (nematerijalna). Kao vrijedan dio kulturne baštine ovog područja za istaknuti su mirila - jedinstvena kamena spomen znamenja smještena na planinskim prijevojima i uzvisinama južnog Velebita (17. - 20. st) koja su interpretirana kroz poučne staze, brošuru, edukativne ploče, izložbu te virtualni muzej.

Destinacija je prepoznata i kao lokacija snimanja filmova o Winnetou, što generira specifičan segment potražnje u području filmskog turizma. Također, profilira se kao središte outdoor događanja i sportskih manifestacija, koja predstavljaju važan motiv dolaska i doprinose diversifikaciji ponude.

*Tablica 11. Prirodni i kulturni resursi na području Općine*

| PRIRODNA BAŠTINA |
|---|
| • **More i obala (plaže)**<br>  • Prirodne šljunčane plaže<br>  • Uvale SZ dijela Općine<br>  • More pogodno za kupanje<br>  • Podmorje<br>• **Planina Velebit s duboko usječenim kanjonima Velike i Male Paklenice**<br>• **Zaštićena područja**<br>  • NP Paklenica<br>  • PP Velebit<br>  • Natura 2000 (NP Paklenica, PP Velebit)<br>  • Popis svjetske baštine UNESCO-a (izvorne bukove šume u NP Paklenica)<br>  • UNESCO Svjetski rezervat biosfere (Planina Velebit)<br>• **Krški reljef** (škrape, ponikve/vrtače, špilje, jame, kamenice)<br>• **Potoci Mala i Velika Paklenica**<br>• **Klima** (duga, vruća ljeta i blage zime, veliki broj sunčanih dana godišnje)<br>• **Bioraznolikost** |
| **KULTURNA BAŠTINA** |

## ARHEOLOŠKA BAŠTINA[25]

- **Arheološka nalazišta u speleološkim objektima (33 lokaliteta)**
- **Gradine (28), grobni humci-tumuli (173) i nekropola na ravnom zemljištu (1)**
- **Ostaci antičkog grada Argyruntuma** (starigradska Punta, prostor podno (južno) jadranske magistrale)
- **Nekropola antičkog Argyruntuma** (prostor od starigradske Punte do upravne zgrade NP Paklenica)
- **Antički vezovi Tribanj-Šibuljina**
- **Podmorski lokaliteti**
  - Uvala Kusača, Tribanj Šibuljina, obalni prostor na potezu od uvale Kusače do Tribanjske Jaruge (do dubine od tridesetak metara)
  - Uvala Šilježetarica (Tribanj Šibuljina, Šilježetarica) – antički brodolom na dubini od 28 metara
  - Starigrad, ostaci antičkih zidova u moru s južne strane starigradske Punte
- **Utvrde**
  - Kasnoantička utvrda poviše crkve Sv. Trojice
  - Kasnoantička utvrda na gradini Modrič
- **Nedefinirani ostaci**
  - Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina s nalazom grube keramike (prapovijest ili srednji vijek) na Ravnoj strani između zaseoka Čavići i Rašinovac
  - Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina s nalazom grube keramike (prapovijest ili srednji vijek) poviše Ravne strane podno (južno) zaseoka Rašinovac
  - Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševinama jugozapadnim padinama Malog Vitrenika
  - Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina između zaseoka Ljubotić i Mataci
  - Ostaci ruševnih nastambi uz crkvu Sv. Ante u Ljubotiću (keramika, staklo, bronca)
  - Manji nedefinirani kameni humak na Dugom rtu poviše uvale Krušćica, Krušćica
- **Arheološka zona Sv. Trojica***

## GRADITELJSKA BAŠTINA[26]

- Večka kula*
- Crkva sv. Petra*
- Ostaci srednjovjekovne crkve svetog Jurja na groblju u Starigradu*
- Crkva Sv. Jurja iz 1850. godine
- Crkva sv. Bogorodice na Velikom Rujnu (crkva Majke Božje)
- Ostaci crkve Sv. Marije na Malom Libinju
- Ostaci crkve Sv. Ivana Glavosjeka na Malom Libinju
- Crkva Sv. Jakova u Selinama (ostaci)
- Župna crkva Sv. Marije u Selinama (crkva Blažene Djevice Marije)
- Crkva sv. Marije Magdalene u Mandalini*
- Crkva Sv. Trojice u Tribanj Šibuljini
- Crkva Gospe od Zdravlja u Lisarici
- Crkva Sv. Ante u Ljubotiću
- Crkva Sv. Arhanđela Mihaila

## ETNOGRAFSKA BAŠTINA

- Mirila

[25] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19, 3/21) (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)
[26] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19, 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)

- Mlinovi
- Planinski zaseoci
- Gusterne i bunari
- Tradicijska arhitektura (suhozidi, krov na kubu, gradnja u kamenu)
- Ruralna cjelina Marasovići*
- Posmrtni običaji vezani uz Mirila**
- Priče i legende
- KUD Podgorac

**FILMSKA BAŠTINA**

- Mjesta snimanja filmova o Winnetou-u i ostalih filmova domaće i strane produkcije

**AUTOHTONA VEGETACIJA I TRADICIJSKA PREHRANA**

- Samoniklo i ljekovito bilje, riba i plodovi mora, smokve, maslina i maslinovo ulje, med i dr.

**POSJETITELJSKA I INTERPRETACIJSKA INFRASTRUKTURA**

- Posjetiteljski centar Podzemni grad Paklenice (Bunkeri)
- Interpretacijski centar mora
- Etno kuća Marasović
- Spomen prostor Winnetou

**DOGAĐANJA I MANIFESTACIJE**

- Outdoor događanja (Međunarodni susret penjača, Velebit Trail, Highlander Velebit, Epic Rides Paklenica / Zrmanja)
- Tradicijska događanja (Hodočašće na Veliko Rujno, blagdan Male Gospe, blagdan Sv. Jurja, blagdan Sv. Jakova, blagdan Sv. Ante)
- Ljetni kolaž događanja (koncerti, sajmovi, folklorne večeri, kino predstave i dr.)
- Tematska događanja (Tragovima Winnetoua, Camino dani, Birdwatching Festival)

** - zaštićena materijalna kulturna dobra*

*** - zaštićena nematerijalna kulturna dobra*

Destinacija raspolaže iznimno vrijednom i raznolikom resursno-atrakcijskom osnovom, koja obuhvaća planinski i morski krajolik te zaštićene prirodne vrijednosti NP Paklenica i PP Velebit. Dodatni razvojni potencijal destinacije proizlazi iz kulturne baštine, koju je potrebno sustavno valorizirati kroz interpretaciju, prezentaciju i integraciju u turističke proizvode više dodane vrijednosti. Također, za istaknuti je i potencijal filmskog turizma te outdoor manifestacija kao motiva dolaska u destinaciju. Za daljnji razvoj destinacije ključno je održivo upravljanje prirodnim i kulturnim resursima, njihova interpretacija te integracija u cjelovite turističke proizvode.

## 2.4. Javna turistička infrastruktura

| PRIMARNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA | |
|---|---|
| **KONGRESNI CENTRI** | • **Konferencijska dvorana Hotela Alan**, kapacitet sjedećih mjesta – 174<br>• **Multimedijalna dvorana u sklopu posjetiteljskog centra „Podzemni grad Paklenice“** u NP Paklenica, kapacitet sjedećih mjesta - 90<br>• **Dvorana - Društvenog doma Starigrad**, sjedeći kapacitet – cca 100 |
| **CENTRI ZA POSJETITELJE I** | • **Posjetiteljski centar „Podzemni grad Paklenice“** u NP |

| PRIMARNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA | |
|---|---|
| **INTERPRETACIJSKI CENTRI** | • **Interpretacijski centar mora**<br>• **Etno kuća Marasović**<br>• **Winnetou spomen prostor** |
| **VIDIKOVCI** | • **Vidikovac Paklarić** u NP Paklenica, interpretacijske ploče i teleskop<br>• **Vidikovac Starigrad** iznad samog centra naselja Starigrad uz planinsku cestu koja vodi do Velikog Rujna, opremljen stolom i klupama<br>• **Vidikovac Seline** uz pješačko-biciklističku stazu Epic Rides, u blizini zaseoka Jusupi, stol i klupe, interpretacijska ploča te stalak za bicikle. |
| **PLAŽE** | • **Pisak** – šljunak, mobilni WC, parking, ugostiteljski objekt, dio dostupan za pse<br>• **Malo more** – šljunčana plaža, ugostiteljski objekt, prirodni hlad<br>• **Jaz** – šljunak, WC za OSI, tuševi, promatračnice za spasitelje, kabine, vodeni park, odbojka na pijesku, košarka, vježbalište, igralište za djecu, 2 ugost. objekta, parking, rasvjeta, plutajuća zaštitna ograda, dio dostupan za pse<br>• **Kulina** – šljunak, mobilni WC, kabine, 2 ugost. objekta, djelomično prirodni hlad<br>• **TN Alan** - šljunak i beton (dio samo za goste hotela), sanitarni čvor, kabine, rampa za OSI, promatračnica za spasitelje, plutajuća zaštitna ograda, 2 ugostiteljska objekta, najam ležaljki, prirodni hlad<br>• **Šumarija** - šljunčana plaža, prirodni hlad, 1 ugostiteljski objekt<br>• **Sv. Juraj** – šljunak i popločenja, sportsko- rekreativni sadržaji na moru (vodeni park, pedaline), 3 ugostiteljska objekta, dizalo za OSI<br>• **Starigrad zapad (S. Bušljete**) - šljunak, kamen, beton, ugost. objekt<br>• **Šibuljine** - šljunak, 1 ugostiteljski objekt,<br>• **Kruščica** – šljunak, beton<br>• **Duboka Kruščica** - šljunčana plaža, mobilni WC, ugost. objekt<br>• **Mandalina** – šljunak, beton |
| **BICIKLISTIČKE STAZE** | Zajedno sa susjednom Općinom Jasenice, Općina raspolaže s mrežom biciklističkih staza na kojima se izmjenjuju morsko-planinski pejzaži. Staze su prezentirane u turističkoj karti biciklističkih staza Paklenica - Zrmanja koja obuhvaća šire područje subregije Rivijera Paklenica, u sklopu regionalnog projekta Zadar Bike Magic. Prevladavaju MTB staze. Na području Općine postavljena je 1 servisna stanica za bicikle. Staza Epic Rides obilježena je oznakama a sve staze dostupne su digitalno putem platformi Zadar Bike Magic i Outdooractive.<br>• **Epic Rides Paklenica / Zrmanja** (49,6 km),<br>• **Pješačko-biciklistička staza Tribanj** (3,09 km),<br>• **Starigrad - Zrmanja – Krupa** (100 km),<br>• **Paklenica – Libinje** (71,6 km),<br>• **Paklenica Family** (27 km),<br>• **Veliko Rujno** (32,2 km). |
| **PLANINARSKA INFRASTRUKTURA** | Planinarska infrastruktura na području Južnog Velebita prikazana je u Prilogu I, a obuhvaća planinarske putove i objekte sadržane u Registru planinarskih putova, obilaznica i markacista HPS-a. Putovi u Parku obilježeni su tablama i markirani planinarskim oznakama. |
| **PJEŠAČKE TREKKING STAZE I STAZE DUGOG HODANJA** | Pješačke trekking staze obrađene su u okviru planinarske infrastrukture i tematskih staza. Staze dugog hodanja koje prolaze ovim područjem su **Velebitski planinarski put, Via Adriatica i Via Dinarica.** |
| **TEMATSKE STAZE** | • **Poučne pješačke staze Mirila Starigrad i Ljubotić** |

| PRIMARNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA | |
|---|---|
| | • **Poučna pješačko-biciklistička staza „Kratko putovanje kroz prošlost“** - dio pješačko-biciklističke staze Starigrad-Modrič na kojoj posjetitelji saznaju povijest života južnog Velebita od prapovijesti<br>• **Poučna pješačka staza Paklarić** na području NP Paklenica, koja vodi od ulazne recepcije NP Paklenica do vidikovca i utvrde Paklarić<br>• **Poučna pješačka staza Pjeskarica**, koja vodi duž potoka Velika Paklenica i sadrži informacije o bioraznolikosti Parka;<br>• **Camino – dionica Modrič – Seline** kao dio hodočasničkog puta Camino Zadar. |
| **ŠETNICE UZ MORE** | • **Šetnica Stipana Bušljete** – proteže se dijelom obale u Starigradu (od rive do iza autokampa Plantaža)<br>• **Šetnica/ulica Sv. Jurja** – u središtu Starigrada, uz ulicu Sv. Jurja (u tijeku je uređenje u sklopu projekta uređenja središnjeg obalnog pojasa u dužini od oko 800 m)<br>• **Šetnica uz plažu Jaz** – proteže se u dužini od oko 600 m uz plažu Jaz, između Starigrada i Selina<br>• **Šetnica kod lučice u Selinama** – proteže se od lučice do tzv. Mula Parića na spoju sa ulicom Put Bunarića u dužini od oko 100 m<br><br>Na području Općine postoje i druge dionice uz more koje se kontinuirano koriste kao šetnice, no trenutačno nisu infrastrukturno uređene, interpretirane ni službeno kategorizirane kao šetnice, što predstavlja potencijal za njihovo buduće uređenje i turističku valorizaciju:<br>• **Dionica „Kulina**“ u Starigradu (mulo Marasovića – Večka kula – Jaz);<br>• **Dionica „Pisak“** u Selinama (autokamp Pisak – svjetionik – Bile stine).<br>Ograničavajući faktori za korištenje potencijala smještenosti naselja uz morsku obalu za uređenje šetnica uz more na području Općine su neriješeni imovinsko-pravni odnosi, izgrađenost objekata uz more, nedefinirane granice pomorskog dobra. |
| **VOZILA NAMIJENJENA ZA PRIJEVOZ POSJETITELJA TURISTIČKIH ATRAKCIJA** | Organizirani prijevoz posjetitelja NP Paklenica električnim vlakom za ukupno 40 putnika (još nije u funkciji). |
| **PENJALIŠTA** | NP Paklenica jedno je od poznatih penjačkih odredišta u Europi. U NP Paklenica postoji preko 500 smjerova, uređenih i opremljenih klinovima, od kratkih (*single pitch*) smjerova pa do stijena visokih do 350 m (*multi pitch*). Najpoznatija stijena za penjanje u Paklenici je Anića kuk, u kojemu se nalaze i do 350 m dugi smjerovi različitog karaktera, od neopremljenih, preko tehničkih do modernih dugih sportskih smjerova. |
| **INFO-PLOČE I TURISTIČKA SIGNALIZACIJA** | Na području Općine u svim naseljima postavljena je turistička signalizacija koja usmjerava posjetitelje prema ključnim lokacijama i atrakcijama (javne usluge, plaže, kulturno-povijesni objekti i dr.) te info-ploče s planovima mjesta, voznim redovima autobusa, informacijama o prirodnim i kulturnim atrakcijama i dr. koje su postavljene u mjesnim središtima te uz kulturne i prirodne atrakcije. |
| **DVORCI, UTVRDE I KURIJE** | Na području Općine nalaze se ostaci prapovijesnih gradina te srednjovjekovnih utvrda (Večka kula, Paklarić, Sv. Trojica i dr.). |
| **SPORTSKI OBJEKTI** | Teretana na otvorenom (*street workout*), odbojkaško i košarkaško igralište na plaži Jaz te sportska igrališta u Starigradu, Selinama i Tribanj-Kruščici. |
| **PARKIRALIŠTA** | • **ZONA I (PLAVA ZONA)** koja obuhvaća područje Bikarija/ Trg Stjepana Radića u Starigradu i Sportsku lučicu (Marina Seline) u Selinama<br>• **ZONA II (BIJELA ZONA)** koja obuhvaća parking „ispod Dukića“ (od caffe bara „Taraca“ do ul. Sv. Jurja) u Starigradu te parking Jaz u Selinama<br>Parking se na području Općine naplaćuje u ljetnom periodu u vremenu od 01. |

| PRIMARNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA | |
|---|---|
| | lipnja do 30. rujna. |
| **SEKUNDARNA INFRASTRUKTURA** | |
| **ARHEOLOŠKA NALAZIŠTA**[27] | • **PRAPOVIJESNI LOKALITETI**<br>○ Speleološki objekti (33)<br>○ Gradinski lokaliteti (28)<br>○ Grobni humci – tumuli (173)<br>○ Nekropola na ravnom zemljištu (1)<br>• **ANTIČKI LOKALITETI**<br>○ Ostaci antičkog Argyruntuma – starigradska Punta, prostor podno (južno) jadranske magistrale<br>○ Nekropola antičkog Argyruntuma – prostor od starigradske Punte do upravne zgrade NP Paklenica<br>○ Antički vezovi Tribanj-Šibuljina<br>○ Podmorski lokaliteti:<br>■ Uvala Kusača, Tribanj Šibuljina, obalni prostor na potezu od uvale Kusače do Tribanjske jaruge<br>■ Uvala Šilježetarica, Tribanj Šibuljina, Šilježetarica (antički brodolom)<br>■ Starigrad, ostaci antičkih zidova u moru s južne strane starigradske Punte<br>○ Utvrde<br>■ Kasnoantička utvrda poviše crkve Sv. Trojice<br>■ Kasnoantička utvrda na gradini Modrič<br>• **NEDEFINIRANI OSTACI**<br>○ Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina s nalazom grube keramike (prapovijest ili srednji vijek) na Ravnoj strani između zaseoka Čavići i Rašinovac<br>○ Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina s nalazom grube keramike (prapovijest ili srednji vijek) poviše Ravne strane podno (južno) zaseoka Rašinovac<br>○ Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina na jugozapadnim padinama Malog Vitrenika<br>○ Ostaci nedefiniranih suhozidnih ruševina između zaseoka Ljubotić i Mataci<br>○ Ostaci ruševnih nastambi uz crkvu Sv. Ante u Ljubotiću (nalazi keramike, stakla, bronce)<br>○ Manji nedefinirani kameni humak na Dugom rtu poviše uvale Krušćica, Krušćica |
| **SPELEOLOŠKI OBJEKTI**[28] | **Manita peć** – špilja se nalazi na području NP Paklenica i jedina je uređena za posjećivanje i za posjetitelje.<br>**120 speleoloških objekata, špilja i jama** – obrađene na području NP Paklenica. |
| **POVIJESNI SPOMENICI I POPRATNA INFRASTRUKTURA**[29] | • **SPOMENICI GRADITELJSTVA**<br>Večka kula, srednjovjekovna crkva Sv. Petra s pripadajućim grobljem, ostaci srednjovjekovne crkve Sv. Jurja na starom groblju u Starigradu, crkva Sv. Jurja iz 1850, utvrda Paklarić, crkva Sv. Bogorodice na Velikom Rujnu (crkva |

[27] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19, 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)

[28] NP Paklenica, www.np-paklenica.hr (Pristupljeno: 10.01.2025.)

[29] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19, 3/2 i Općine Starigrad br. 6/25)

| PRIMARNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA | |
|---|---|
| | Majke Božje), ostaci crkve Sv. Marije na Malom Libinju, ostaci crkve Sv. Ivana Glavosjeka na Malom Libinju, župna crkva Sv. Marije u Selinama (crkva Blažene Djevice Marije), crkva Sv. Jakova u Selinama (ostaci), crkva Sv. Marije Magdalene u Mandalini, crkva Sv. Trojice u Tribanj Šibuljini, crkva sv. Arhanđela Mihaila, crkva Gospe od Zdravlja u Lisarici, crkva Sv. Ante na Ljubotiću<br>• **ETNOGRAFSKI ZNAČAJNI LOKALITETI**<br>Mirila (24), mlinovi (13), zaseoci (82), bunari (11), gusterne (3) |
| **JAVNI SANITARNI ČVOROVI** | Na području općine javni sanitarni čvorovi nalaze se samo na plaži Jaz, a mobilni sanitarni čvorovi na plažama Pisak i Kulina tijekom ljeta |

## 2.5. Komunalna infrastruktura

### Energetska infrastruktura

Elektroopskrba Općine dio je jedinstvenog elektroenergetskog sustava Zadarske županije. Područje se opskrbljuje električnom energijom zračnim dalekovodom 35 kViz TS 110/35 kVObrovac i zračnim dalekovodom 10 kViz TS 35/10 kVGospić. Postojeća TS 35/10 kVSeline planira se demontirati i ukloniti, a predviđa se izgradnja novog dalekovoda 110 kVod TS Seline do TS 110 kVPosedarje. Rasplet visoki napon u Općini najvećim dijelom izveden je zračnim dalekovodom 10(20) kV, a manjim dijelom 20 kVpodzemnim kabelom. U razvoju elektroenergetskih vodova moraju se gdje je to moguće postojeći dalekovodi, koji često ostaju bez napona zbog posolice i bure zamijeniti sa podzemnim kabelom 20 kV, radi veće pogonske sigurnosti i kapaciteta prijenosa električne energije[30].

Na području Općine sva naselja imaju trafostanice (Viniština, Magdalena, Lisarica, Običaj, Paripovača, Kruščica 1 i 2, Redine, Korita, Ljubotić, Lug, Bristovac, Kopovine, Šibuljina, Klačine, Kozjača 1 i 2, Šilježetarica, Laden porat, Milovac, Koići, Starigrad 1-6, Starigrad Hotel, Marasovići, NP Paklenica, Jaz, Seline, RS Seline, Seline istok, Bucići, Goli brig, Reljani, Modrič)[31]. Korištenje alternativnih izvora energije kao što su sunce i vjetar predstavljaju potencijal za razvoj obnovljivih izvora energije na ovom području.

### Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Telefonske centrale postoje u Starigradu, Šilježetarici i Kruščici, udovoljavaju suvremenim telekomunikacijskim zahtjevima i imaju mogućnost proširenja kapaciteta. Povezane su na nadređenu komutaciju AXE10 u Zadru digitalnim sustavima prijenosa različitog tipa te svaka od njih ima izgrađenu pripadajuću mjesnu TK mrežu na koju su povezani pretplatnici. Sve TK mreže su izgrađene podzemnim kabelima i kabelskom kanalizacijom. Postoji nekoliko zaselaka u kojima nema telefonske mreže gdje su priključci riješeni fiksnim GSM-om. U segmentu pokretnih komunikacija područje Općine je zadovoljavajuće pokriveno signalima sustava pokretnih komunikacija. Pokrivenost signalom je prvenstveno omogućena baznim postajama koje se nalaze izvan područja Općine[32].

Pristup internetu ostvaruje se putem fiksnih priključaka u kućanstvima i poslovnim prostorima ili bežičnim putem. Iako je gotovo cjelokupno područje Općine pokriveno 5G signalom[33], tijekom ljetnih mjeseci dolazi do smanjenja kvalitete usluge uslijed preopterećenja mreže.

### Vodoopskrba i odvodnja

Općina je dio vodoopskrbnog sustava Zadra s kojim upravlja komunalno poduzeće Vodovod d.o.o. Zadar. Vodoopskrba naselja odvija se sa slivnog područja rijeke Zrmanje te dijelom iz

[30] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19 i 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)

[31] Provedbeni program Općine Starigrad za razdoblje 2025. - 2029., dostupno na poveznici,

[32] Prostorni plan uređenja Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19 i 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)

[33] Dostupno na poveznici, pristupljeno: 31.03.2026.

Velebitskih izvora (Jukića vrilo, Kneževića vrilo i Vratrovac). Zapadni dio Općine (što obuhvaća dio naselja Starigrad i naselje Tribanj) nema vodovodnu mrežu a problem vodoopskrbe rješavaju skupljanjem kišnice u cisternama izgrađenim u sklopu stambenih građevina ili korištenjem vode iz bunara[34]. Problem vodoopskrbe rješava se i kupnjom cisterni vode pri čemu Općina sufinancira dio troška prijevoza vode po cisterni u naseljima na području Općine u kojima nema vodovodne mreže. S obzirom na prepoznate potrebe za izgradnjom cjevovoda u sjeverozapadnom dijelu Općine odnosno do granice županije, Općina je pokrenula realizaciju projektno-tehničke dokumentacije za projekt kojim bi se riješio problem opskrbe pitkom vodom. Također, u proračunu Općine Starigrad predviđena su sredstva za vodoopskrbu zapadnog dijela Općine, vodovodnu mrežu Općine, građevine javne vodoopskrbe u svrhu osiguranja kontinuirane, sigurne kvalitetne i dostatne vodoopskrbe svih stanovnika Općine unaprjeđenjem vodoopskrbnog sustava.[34]

Na području Općine ne postoji sustav odvodnje otpadnih voda. Sukladno Provedbenom programu Općine Starigrad za razdoblje 2025. - 2029., predloženo je rješenje za zbrinjavanje otpadnih voda preko dva zasebna sustava odvodnje za naselje Starigrad i Tribanj. Rješenje vodno-komunalne infrastrukture planirano je kroz projekt Aglomeracija Karinskog i Novigradskog mora, Podvelebitskog kanala te zapadnog dijela zadarskog zaleđa. Projekt je u statusu izrade studijske dokumentacije, a Sporazum o sufinanciranju projekta izrade studijske dokumentacije potpisali su, uz Općinu predstavnici 2 grada i 11 općina Zadarske županije.

Provedena analiza ukazuje na značajne nedostatke u sustavu vodoopskrbe i odvodnje na području Općine. Iako je veći dio naselja uključen u regionalni vodoopskrbni sustav, zapadni dio Općine i dalje nema pristup javnoj vodovodnoj mreži. Posebno izražen problem predstavlja nepostojanje sustava javne odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda. Planirani projekti razvoja vodno-komunalne infrastrukture, uključujući izgradnju regionalnog vodoopskrbnog sustava i sustava odvodnje u sklopu šire aglomeracije, predstavljaju ključnu razvojnu priliku za unapređenje komunalnog standarda, zaštitu okoliša te stvaranje preduvjeta za održivi razvoj turizma i ukupne kvalitete života.

## Gospodarenje otpadom

Zbrinjavanje otpada na području Općine obavlja tvrtka Čistoća d.o.o. Zadar. Do srpnja 2012. otpad s prostora Općine odlagao se na odlagalištu „Samograd“ u naselju Starigrad. Zbog negativnih učinaka odlaganja otpada na okoliš, odlagalište je zatvoreno te u cijelosti sanirano 2021. godine. Prema podacima Izvješća o komunalnom otpadu za 2024., ukupna količina sakupljenog komunalnog otpada u 2024. godini na području Općine iznosila je 1.152,39 t, odnosno 664,58 kg po stanovniku (godišnja količina komunalnog otpada po stanovniku na razini RH 2024. iznosila je 486 kg). U sljedećoj tablici (Tablica 12) prikazani su podaci o sakupljenim količinama komunalnog otpada na području Općine u 2024. godini, iz čega je vidljivo da je stopa odvojeno sakupljenog otpada iznosila 7,77 % što je više u odnosu na 2023. godinu kada je ista iznosila 6,44 %. Na prostoru Općine nalazi se jedno mobilno reciklažno dvorište (HAOP, Evidencija reciklažnih dvorišta). Na pojedinim mjestima u Općini i dalje postoje „divlja“ odlagališta otpada koja je potrebno sanirati i zatvoriti.

*Tablica 12. Podaci o sakupljenoj količini komunalnog otpada u sklopu javne usluge na području Općine u 2024. godini*[35]

| Ukupno sakupljeni KO (t) | Miješani KO (t) | Broj stanovnika obuhvaćenih javnom uslugom | Kg/ stanovnik | Stopa odvojenog sakupljanja (%) |
|---|---|---|---|---|
| 1.152,39 | 1.062,85 | 1.734 | 664,58 | 7,77 |

Sustav gospodarenja otpadom na području Općine je uspostavljen, no i dalje su prisutni značajni izazovi, osobito u pogledu visoke količine otpada po stanovniku i niske stope odvojenog

[34] Provedbeni program Općine Starigrad za razdoblje 2025. - 2029., dostupno na poveznici, pristupljeno: 27.03.2026.
[35] Izvor: Izvješće o komunalnom otpadu

prikupljanja. Dodatni izazov predstavljaju postojeća „divlja“ odlagališta te ograničena infrastruktura za odvojeno prikupljanje otpada. Navedeno upućuje na potrebu daljnjeg unapređenja sustava gospodarenja otpadom kroz jačanje infrastrukture, povećanje stope recikliranja i podizanje svijesti stanovništva.

## 2.6. Prometna infrastruktura

Dužinom cijele Općine prolazi državna cesta D8 Jadranska magistrala, ukupne je dužine 643,8 km i povezuje Općinu sa Rijekom na sjeveru te Splitom i Dubrovnikom na jugu. U naselju Starigrad od magistrale se odvaja županijska cesta Ž6008 u dužini od 3,1 km i vodi u NP Paklenica. Lokalne javne ceste na području Općine su:

- L 63025 koja se kod naselja Tribanj odvaja od državne ceste D8 i vodi do zaseoka Bristovac preko Ljubotića u dužini od 6,7 km;
- L 63153 koja se u Starigradu odvaja od D8 i vodi u NP Paklenica (Ramići). Dužina ove ceste je 8 km, asfaltirana do Mali Vaganac - Jatara, dalje makadamska. Ima karakter planinske ceste;
- L 63190 - od Luga Paripova do Ljubotića (L63025), dužine 0,6 km;
- L 63192 - od zaseoka Katalinići do L 63153, dužine 1,0 km;
- L 63193 - od zaseoka Jovići do državne ceste D8, dužine 3,5 km;
- L 63195 - od zaseoka Adžići do ceste L 63193 u zaseoku Redine, dužine 0,8 km;
- L 63200 - od državne ceste D8 do zaselaka Jukići i Bučići i nazad, dužine 2,7 km;
- L 63201 - od državne ceste D8 do zaselaka Dadići i Jusupi i nazad, dužine 2,7 km;
- L 63202 - od lokalne ceste L 63153 do županijske ceste Ž 6008 u Marasovićima, pa na Velebitsku ulicu, dužine 1,3 km

Redovna autobusna linija povezuje Starigrad i Zadar, a javni prijevoz vrši Liburnija d.o.o. Najbliži priključak na autocestu A1 je ulaz Maslenica (Rovanjska) udaljen 14 km jugoistočno od Starigrada, a najbliži granični prijelaz je GP Lička Kaldrma udaljen 98 km od središta naselja Starigrad[36]. Najbliža zračna luka Zadar – Zemunik nalazi se na udaljenosti od 52 kilometara od Općine. Pomorski promet se uglavnom odvija putem manjih plovila lokalnog stanovništva te izletničkih plovila. U postojeću luku ne pristaju plovila javnog pomorskog prometa iako luka ima status pristanišne luke koja je otvorena za javni prijevoz. Najbliža pomorska putnička luka nalazi se u Zadru (Gaženica) i udaljena je 45 km.

Unatoč postojećoj cestovnoj infrastrukturi, značajan problem predstavlja nedovoljan broj lokalnih autobusnih linija između naselja Općine i Zadra, osobito vikendima te tijekom državnih i školskih praznika. Dostupnost javnog prijevoza otežava svakodnevnu mobilnost kako lokalnog stanovništva tako i turista te ukazuje na potrebu za poticanjem unapređenja i bolje organizacije autobusnih linija.

## 2.7. Analiza stanja digitalizacije

Uz potporu Ministarstva turizma, na području Općine tijekom 2013. uspostavljen je, a 2014. unaprijeđen sustav besplatnog pristupa internetu u središtima Starigrada, Selina i Tribnja.

Turistička zajednica Općine Starigrad već koristi različite tehnološke alate za obogaćivanje turističkog iskustva, poput virtualnog muzeja Mirila, Interpretacijskog centra mora, (virtualna stvarnost, digitalni sadržaji), QR kodovi i sl. Na službenoj stranici TZO Starigrad dostupne su virtualne šetnje, interaktivna karta mjesta i digitalne brošure. U Posjetiteljskom centru „Podzemni grad Paklenice“ NP Paklenica korišteni su raznovrsni multimedijalni sadržaji za interpretaciju prirodne i kulturne baštine. Turistička zajednica putem Google Analyticsa prati promet na mrežnoj stranici i ponašanje korisnika, a putem alata Analytics i doseg i angažman na društvenim mrežama, što omogućuje bolje razumijevanje interesa korisnika i unaprjeđenje komunikacije. Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije snažno je utjecao na turizam, od informiranja

[36] Provedbeni program Općine Starigrad 2021 – 2025., dostupno na poveznici,pristupljeno:25.01.2025.

i odabira destinacije do rezervacije i iskustva boravka. Online rezervacijski sustavi i platforme poput Booking.com-a i Airbnb-a danas su standard poslovanja, dok CRM alati omogućuju bolje upravljanje odnosima s gostima i personalizaciju ponude. Važnu ulogu imaju i online recenzije te društvene mreže, koje izravno utječu na vidljivost destinacije i odluke potencijalnih gostiju. Digitalna tranzicija i klimatska otpornost prepoznate su i u Provedbenom programu Općine Starigrad, a TZO Starigrad kontinuirano ulaže u edukaciju zaposlenika, uz osiguravanje primjene GDPR standarda i dostupnosti informacija o zaštiti osobnih podataka i pravu na pristup informacijama. Unatoč tome, destinacija se i dalje suočava s izazovima digitalizacije, ponajprije u pogledu infrastrukture, digitalnih vještina, razumijevanja mogućnosti koje tehnologija pruža i dostupnih financijskih sredstava. Zato je za daljnji napredak potrebno dodatno ulagati u infrastrukturu, tehnologiju i edukaciju zaposlenika, dionika i lokalne zajednice.

## 2.8. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

U središtu naselja Starigrad osigurano je parkirališno mjesto za osobe s invaliditetom, čime je omogućen lakši pristup turističkim sadržajima u samom centru. Na plaži Jaz dostupan je sanitarni čvor prilagođen osobama s invaliditetom, dok je u centru naselja Starigrad ugrađeno dizalo koje omogućuje siguran ulazak i izlazak osoba s invaliditetom u more. NP Paklenica, u sklopu lokaliteta Podzemni grad Paklenica, posjetiteljima je na raspolaganju interaktivni sadržaj prilagođen osobama s invaliditetom, uključujući slušalice za osobe s oštećenjem vida. Također, u Interpretacijskom centru mora postoji rampa za osobe s invaliditetom te audio zapisi za dio sadržaja. Unatoč navedenim primjerima dobre prakse, na području Općine postoji potreba za daljnjim sustavnim ulaganjima u unapređenje pristupačnosti osobama s invaliditetom. To se osobito odnosi na proširenje infrastrukturnih rješenja te razvoj dodatnih prilagođenih sadržaja kako bi se svim korisnicima, bez obzira na vrstu i stupanj invaliditeta, osiguralo ravnopravno sudjelovanje u turističkoj i društvenoj ponudi.

## 2.9. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Na području Općine tijekom cijele godine dostupne su različite uslužne djelatnosti. Pojedine djelatnosti, kao što su organizacija i provedba izleta te iznajmljivanje opreme za sport i rekreaciju, dostupne su tijekom cijele godine, dok je dio ponude dostupan isključivo u ljetnoj sezoni.

Radi osiguravanja zdravstvene zaštite lokalnog stanovništva i turista, tijekom cijele godine na području Općine dostupne su ordinacija opće i dentalne medicine Doma zdravlja Zadarske županije i ispostava Zavoda za hitnu medicinu Zadarske županije, dok se tijekom turističke sezone organizira turistička ambulanta. Također, tijekom cijele godine u naselju Starigrad dostupna je i ljekarna.

Na području Općine djeluje Dobrovoljno vatrogasno društvo Starigrad, koje sudjeluje u provedbi mjera zaštite od požara i eksplozija, intervencijama u slučaju nesreća i opasnih situacija, kao i u pružanju pomoći tijekom poplava i drugih izvanrednih događaja. Od 2019. godine na području Općine djeluje i ispostava Hrvatske gorske službe spašavanja, čija je osnovna zadaća spašavanje i pružanje prve pomoći u planinskim i drugim teško pristupačnim područjima, kao i u izvanrednim okolnostima koje zahtijevaju primjenu specifičnih znanja i tehničke opreme.

Na području Općine nalazi se poslovnica Hrvatske pošte i bankomati, dok su financijske institucije dostupne u Zadru (Fina, banke).

Tijekom cijele godine na području Općine, u okviru Lučke kapetanije Zadar – ispostava Starigrad, dostupna je i služba traganja i spašavanja na moru, čime se dodatno osigurava sigurnost stanovnika i posjetitelja.

## 2.10. Analiza ljudskih potencijala

Ljudski potencijali Općine proizlaze iz demografskog potencijala i stupnja obrazovanosti stanovništva. Prema Popisu 2021., udio mlađeg zrelog stanovništva (20–39 godina), najaktivnijeg u gospodarskom smislu, iznosio je 19,27 %, dok je na razini RH 18,01 %. Od 327 osoba u toj dobi zaposleno je 243 (74 %). Ukupan broj zaposlenih u Općini iznosio je 612, s najvećim udjelom (28,43 %) u djelatnosti smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Udio umirovljenika iznosi 33,47 %. U populaciji od 25 i više godina, udio visokoobrazovanih 2021. iznosio je 13,32 %, što je 12,75 postotnih bodova manje od udjela RH (26,07 %).

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. navodi nedostatne ljudske potencijale kao jedan od deset glavnih izazova hrvatskog turizma. Sektor se suočava s manjkom sezonskih radnika, kompetencijski nedovoljno pripremljenim kadrom, visokom fluktuacijom i slabim interesom mladih. Hrvatsko tržište rada u turizmu obilježavaju sezonalnost, niže plaće od prosjeka RH te značajna neusklađenost ponude i potražnje, posebno za kuhare, konobare, domaćice i pomoćna zanimanja.

Za dugoročno održiv razvoj turizma ključno je kontinuirano ulaganje u obrazovanje i jačanje kompetencija svih dionika, uključujući lokalno stanovništvo, privatni sektor i javne institucije. Posebno je važno poticati aktivno uključivanje lokalne zajednice u procese planiranja i upravljanja turizmom, kao i organizirati ciljane edukacije, radionice i programe stručnog usavršavanja. Time se doprinosi podizanju kvalitete usluge, jačanju konkurentnosti destinacije te stvaranju preduvjeta za održiv razvoj turizma.

## 2.11. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Analiza komunikacijskih aktivnosti obuhvaća online i offline aktivnosti komunikacije. TZO Starigrad ima službenu mrežnu stranicu www.rivijera-paklenica.hr koja korisnicima pruža informacije o destinaciji (odredišta, atrakcije, aktivnosti, priroda, kultura i povijest, smještaj, događanja i dr.) na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku. Pored strukturiranih informacija o destinaciji u kombinaciji sa fotografijama, stranica sadrži pojedine multimedijske elemente poput virtualne šetnje i digitalnih brošura. Sadržaj stranice se redovito ažurira i nadopunjuje te je ista povezana sa regionalnim i nacionalnim razinama sustava turističkih zajednica (TZŽ Zadarske, HTZ). Stranica također sadrži poveznice sa relevantnim institucijama, društvenim mrežama te informacije za članove TZ-e. TZ koristi i specijalizirane online komunikacijske kanale za promociju aktivnog turizma, poput platformi Outdooractive i Zadar Bike Magic.

TZ ima Youtube kanal te aktivne profile i redovitu komunikaciju na društvenim mrežama Facebook i Instagram usmjerenu na domaće i strano turističko tržište. Objavljuju se sadržaji o atrakcijama, aktivnostima i događanjima, korištenjem različitih alata (foto, video, priče).

Od tiskanih promotivnih materijala TZ raspolaže:

- imidž brošurom Rivijera Paklenica dostupnom na hrvatskom i 8 stranih jezika. Imidž brošura se distribuira prvenstveno putem turističkih sajmova, organizatora putovanja i predstavnika medija, u suradnji sa regionalnom TZ-om,
- tematskim brošurama za promociju ključnih proizvoda te informiranje posjetitelja u destinaciji (Paklenica Trails, Hike & Bike, Paklenica-Zrmanja – ZBM, Mirila, Tragovima Winnetoua, Rivijera Paklenica Info, Kalendar događanja, Okusi baštinu) koje se distribuiraju u turističko-informativnim centrima i drugim info punktovima (hotelske i kamp recepcije, iznajmljivači u domaćinstvu i dr.).

Pored vlastitih brošura, ponuda destinacije je zastupljena u pojedinim tematskim brošurama regionalne TZ-e što dodatno doprinosi vidljivosti i promociji destinacije (Nature & Outdoor, Camping i dr.). Uz tiskane materijale TZO Starigrad, posjetiteljima su u destinaciji dostupni i brojni tiskani materijali u izdanju JU NP Paklenica, JU PP Velebit i Turističke zajednice Zadarske županije (brošure, vodiči, karte i dr.).

Uz tiskane promotivne materijale, TZ je uspostavila komunikaciju putem turističko-informativnih centara, turističke signalizacije te infopunktova. U svim naseljima je postavljena turistička

signalizacija koja upućuje posjetitelje do sadržaja i atrakcija u destinaciji, interpretacijski panoi uz atrakcije, planovi mjesta sa kratkim pregledom glavnih atrakcija te „citylight“ info panoi koji sadrže informacije o atrakcijama i kalendar događanja.

Nadalje, TZ-a sudjeluje u projektima udruženog oglašavanja sa regionalnom TZ-om i to:

- udružena digitalna marketinška kampanja Zadar Region koja se provodi na 12 najznačajnijih europskih tržišta. Putem 30-ak istaknutih medija plasiraju se različiti formati sa sadržajima strukturiranima prema subregijama Zadarske županije od kojih je jedna subregija Rivijera Paklenica te prema ključnim turističkim proizvodima Zadarske regije,
- udruženo oglašavanje sa turističkim subjektima u destinaciji kroz potpore marketinškim kampanjama gospodarskih subjekata u destinaciji,
- udruženo oglašavanje kroz potpore marketinškim aktivnostima za promociju pojedinih događanja u destinaciji,
- udruženo oglašavanje kroz strateške projekte poput avio prometa za područje Zadarske regije.

Komunikacija putem sajmova, posebnih prezentacija i/ili poslovnih radionica provodi se u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom, putem pojedinih zajedničkih nastupa te prisutnosti kroz tiskane promotivne materijale.

Aktivnosti suradnje sa organizatorima putovanja i predstavnicima inozemnih medija provode se prvenstveno putem sustava turističkih zajednica (HTZ – TZŽ Zadarske), pri čemu TZ-a organizira prihvat sudionika studijskih putovanja u destinaciji, provodi programe obilaska atrakcija i aktivnosti prema području interesa sudionika. Prevladava interes za posjet NP-u Paklenica te aktivnosti u prirodi (pješačenje, penjanje, biciklizam i dr.).

TZO Starigrad putem elektroničke pošte, evisitor sustava, web stranice te povremenih ciljanih događanja (radionice, edukacije i sl.) komunicira s dionicima dok s tržištem komunicira korištenjem kombinacije različitih klasičnih i digitalnih kanala, samostalno te u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom i lokalnim turističkim zajednicama kao i sa pojedinačnim nositeljima ponude. U cilju daljnjeg unapređenja kvalitete komunikacije, povećanja vidljivosti i posjećenosti destinacije, TZ-a planira izradu komunikacijske strategije, unapređenje funkcionalnosti mrežne stranice, obnovu sustava turističke signalizacije te jačanje broja pratitelja na društvenim mrežama.

## 2.12. Analiza konkurencije

Za ocjenu tržišne pozicije destinacije potrebno je definirati konkurentski krug koji čine destinacije sličnih obilježja, a vezano uz turističke proizvode i tržišne segmente koje privlače. Kao glavno obilježje Općine ističe se Nacionalni park Paklenica - prepoznatljivi zaštićeni prostor s razvijenom ponudom penjanja, planinarenja i drugih outdoor aktivnosti, Park prirode Velebit te atraktivna obala s razvijenim kupališnim turizmom. Upravo ova povezanost planine i mora predstavlja temelj diferencijacije destinacije, jer omogućuje jedinstveni doživljaj aktivnog odmora u zaštićenom prirodnom području Nacionalnog parka Paklenica i PP Velebit te opuštanja uz more. Konkurentski krug stoga obuhvaća destinacije koje istodobno nude iskustvo boravka u zaštićenoj prirodi, aktivni odmor (planinarenje, penjanje, biciklizam i dr.) te neposredan kontakt s morem (rijekom, jezerom), ciljajući pritom na segmente gostiju motivirane aktivnim načinom života.

Kao relevantne konkurentske destinacije, zbog sličnih turističkih proizvoda i usmjerenosti prema sličnim ciljnim skupinama, odabrani su Općina Jasenice, kao susjedna općina sličnih geografskih obilježja, te Omiš, kao primjer jadranske destinacije koja uspješno integrira ponudu mora i planinskog zaleđa.

Općina Jasenice nalazi se na obali Novigradskog i Jadranskog mora gdje graniči sa Općinama Posedarje i Novigrad te na kopnu sa Gradom Obrovcem i Općinom Starigrad. Prostire se na površini od 121 $km^2$ i obuhvaća naselja Jasenice, Zaton Obrovački, Rovanjska i Maslenica u kojima broji 1.348 stanovnika. Na području Općine Jasenice nalaze se tri prirodna zaštićena područja: značajni krajobraz kanjon Zrmanje (52,45 % površine), park prirode Velebit (4,10 % površine parka prirode) te geomorfološki spomenik prirode špilja Modrič. Jedna od najprepoznatljivijih

planinarskih točaka ovog područja su Tulove grede koje predstavljaju krški fenomen PP Velebit ukupne duljine od 1 km. Uz zaštićena područja jedan od značajnih resursa Općine Jasenice je i prometna povezanost. Najbliži ulaz na A1 nalazi se na udaljenosti od samo 5,5 km u naselju Rovanjska dok se na udaljenosti od 31,7 km nalazi Zračna luka Zadar[37]. Sukladno Registru kulturnih dobara Republike Hrvatske na području Općine Jasenice zaštićena su četiri kulturna dobra: crkva Sv. Frane podno Tulovih greda, crkva Sv. Jeronima, crkva Sv. Jurja s okolnim grobljem i 24 km duga dionica Majstorske ceste koja predstavlja značajan resurs graditeljske povijesne baštine. Za istaknuti je i filmsku baštinu Općine Jasenice koju dijeli sa Općinom Starigrad gdje je 60-ih godina prošlog stoljeća snimljeno 7 od ukupno 11 serijala o Winnetou-u[37]. Ukupni smještajni kapaciteti Općine Jasenice su 2.535 kreveta od čega 2.274 kreveta u domaćinstvu (89,7 %). U 2024. godini na području Općine Jasenice ostvareno je 197.997 noćenja (uključujući i nekomercijalni smještaj). Od 18 događanja koja su se održala na području Općine Jasenice u 2024. godini za istaknuti je Epic Rides Paklenica / Zrmanja koji se organizira u suradnji sa TZO Starigrad te Zrmanja triple challenge 4.0[38]. Kao jedna od najimpresivnijih i najprepoznatljivih vizura Općine Jasenice uz Tulove grede i kanjon rijeke Zrmanje svakako je stari maslenički most, kulturno dobro zaštićeno u kategoriji spomenik suvremene hrvatske graditeljske baštine. Na području Općine Jasenice brojne su mogućnosti za aktivni odmor kao što su biciklizam, bungee jumping, planinarenje, rafting / kanuing, ronjenje, špiljarenje i vodeni sportovi.

Usporedna analiza turističke ponude ukazuje na izraženu konkurentsku prednost koju ostvaruje Općina Starigrad u odnosu na Općinu Jasenice. Starigrad je jasno profilirana outdoor destinacija s dugogodišnjom tradicijom penjanja i planinarenja, a snažan razvoj aktivnog turizma temelji se na Nacionalnom parku Paklenica, koji predstavlja jedan od ključnih motiva dolaska. Zahvaljujući aktivnostima poput planinarenja, penjanja i organiziranih outdoor događanja, dio turističkog prometa u Starigradu ostvaruje se i u predsezoni i posezoni, čime se ublažava sezonalnost i osigurava stabilnija dinamika turističkih kretanja.

S druge strane, turistička ponuda Općine Jasenice primarno je usmjerena na ljetni kupališni turizam, pri čemu su naselja Rovanjska i Maslenica nositelji obalne ponude s ukupno pet morskih plaža. Iako je more jedan od glavnih motiva dolaska turista u obje destinacije, u Jasenicama je izraženija ovisnost o ljetnom kupališnom segmentu. U Starigradu kupališni turizam čini iznimno važan, ali komplementaran dio šire turističke ponude koja se temelji na aktivnom boravku u prirodi.

Dodatna konkurentska prednost Općine Starigrad vidljiva je u razvijenijoj javnoj turističkoj infrastrukturi, bogatijoj ugostiteljskoj ponudi te snažnije razvijenom izletničkom turizmu, potaknutom djelovanjem turističkih agencija koje organiziraju raznolike izlete i aktivnosti. Također, ponuda događanja i manifestacija, koje često predstavljaju motiv dolaska u destinaciju, znatno je raznovrsnija i sadržajnija na području Općine Starigrad, čime se dodatno jača njegova tržišna pozicija. Uz prepoznata outdoor i tradicijska događanja na području Općine Starigrad, važno je istaknuti kako je Općina prepoznala značaj bogate filmske baštine svoga područja te formirala tematski proizvod Tragovima Winnetoua.

Razlike su izražene i u strukturi smještajnih kapaciteta. Područje Općine Starigrad raspolaže sa ukupno 8.877 kreveta, što je približno 3,5 puta više u odnosu na Općinu Jasenice. Uz to, Starigrad ima raznovrsniju smještajnu strukturu, uključujući i hotelske kapacitete, dok na području Općine Jasenice ne postoji hotelski smještaj. Ova razlika upućuje na višu razinu razvijenosti i raznolikosti turističke ponude Starigrada, što mu omogućuje konkurentniji nastup na tržištu.

Navedene razlike očituju se i u ostvarenim turističkim rezultatima. Na području Općine Starigrad u 2024. godini ostvareno je ukupno 542.118 noćenja, što je znatno više u usporedbi s Općinom Jasenice. Takav rezultat očekivan je s obzirom na veći obujam smještajnih kapaciteta, razvijeniju infrastrukturu te raznovrsniju turističku ponudu.

[37] Strategija razvoja turizma Općine Jasenice za razdoblje od 2017. do 2022. godine, dostupno na poveznici

[38] Izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu, dostupno na poveznici

Zaključno, Općina Starigrad ostvaruje značajnu tržišnu prednost zahvaljujući jasno profiliranom identitetu, snažnoj povezanosti s aktivnim turizmom, razvijenijoj infrastrukturi i većem obujmu smještajnih kapaciteta.

Kao druga destinacija za potrebe analize konkurencije odabran je Grad Omiš kao destinacija sa sličnim obilježjima – spoj planine i mora te snažna orijentacija na aktivni turizam. Grad Omiš je smješten u srednjoj Dalmaciji na ušću rijeke Cetine te broji 14.139 stanovnika na površini od 266,2 $km^2$ [39] . Jedinstven je spoj rijeke, mora i planina, povijesti i bogate kulturne baštine. Na području Grada Omiša nalazi se jedno zaštićeno područje, kanjon rijeke Cetine zaštićen u kategoriji značajni krajobraz a čije se ušće u Jadransko more nalazi kraj Omiša[40]. Upravo kanjon i ušće rijeke Cetine u Jadransko more predstavljaju najprepoznatljivije vizure Grada Omiša. More i plaže na području Grada Omiša predstavljaju vrlo važan prirodni resurs. Od velikih pješčanih plaža koje obiluju zabavnim sadržajima do malih skrovitih šljunčanih uvala, Grad Omiš nudi raznolike mogućnosti odmora i rekreacije na moru. Prema podacima Registra kulturnih dobara na području Grada Omiša nalazi se 70 zaštićenih kulturnih dobara. Od materijalne baštine za istaknuti je baštinu vezanu uz gusarsku povijest koju predočuju ostaci tvrđava Mirabella (Peovica) i Starigrad (Fortica). Na području Grada Omiša kao jedna od brojnih atrakcija ističe se izletište Radmanove mlinice koje su između 1962. i 1969. godine poslužile kao filmski set na otvorenom za snimanje serijala o Winnetouu.

S obzirom na svoj prirodni položaj uz more, kanjon rijeke Cetine i planinsko zaleđe, područje Grada Omiša nudi mnoštvo sadržaja za rekreaciju na otvorenom poput ronjenja, jedrenja na dasci, planinarenja, speleologije, sportskog penjanja, zip-line-a, biciklizma, paraglidinga, kajakinga, kanuinga, raftinga, trekkinga i brojnih drugih. Na području Grada Omiša razvila su se i brojna outdoor događanja koja su prepoznata kao vrijedan motiv dolaska posjetitelja u destinaciju. Za istaknuti su: Omiški polumaraton, Dalmacija ultra trail te jedno od najstarijih treking natjecanja u Hrvatskoj – Mosor Grebbening[41].

Ukupni smještajni kapaciteti Grada Omiša su 18.823 kreveta gdje dominira smještaj u domaćinstvu sa 14.146 kreveta. Hotelski smještaj zastupljen je sa 1.029 kreveta. U 2024. godini na području Grada Omiša ostvareno je 1.061.012 noćenja od čega se 64,01 % noćenja realiziralo tijekom srpnja i kolovoza[42]. S obzirom na veliku razliku u površini Grada Omiša i Općine Starigrad neće se provesti usporedba smještajnih kapaciteta i turističkog prometa destinacija. Uz sve navedeno možemo zaključiti da u obje destinacije dominira smještaj u domaćinstvu dok hotelski smještaj čini svega 6,6 % smještajnih kapaciteta na području Općine Starigrad, a 5,47 % na području Grada Omiša. Obje destinacije imaju sličnu sezonalnost s najvećim brojem noćenja u srpnju i kolovozu, a prosječna duljina boravka turista je usporediva, što ukazuje na slične obrasce posjećenosti.

Obje destinacije karakterizira snažan prirodni identitet temeljen na spoju mora i planinskog zaleđa te izražena orijentacija na aktivni turizam. Općina Starigrad svoju tržišnu prepoznatljivost temelji na NP Paklenica i njegovim prepoznatljivim kanjonima Velike i Male Paklenice, što joj daje snažnu međunarodnu prepoznatljivost u segmentu planinarskog i penjačkog turizma. Omiš svoju konkurentsku prednost gradi na jedinstvenom geomorfološkom fenomenu kanjona i ušća rijeke Cetina, koji predstavlja njegovu najupečatljiviju vizuru. Upravo su ovi prirodni resursi temelj razvoja prepoznatljivih outdoor aktivnosti u ovim destinacijama. Analiza pokazuje kako obje destinacije prirodne resurse pretvaraju u jasno strukturiran turistički proizvod te se u odnosu na ostale „sunce i more“ destinacije diferenciraju kroz specijalizaciju u segmentu aktivnog turizma.

U segmentu kulturne baštine Grad Omiš raspolaže puno većim brojem zaštićenih kulturnih dobara te je upravo kulturna baština prepoznata kao primaran turistički resurs Grada Omiša[43].

[39] Plan razvoja Grada Omiša za razdoblje do 2030. godine, dostupno na poveznici
[40] Plan razvoja Grada Omiša za razdoblje do 2030. godine, dostupno na poveznici

[41] Dostupno na poveznici, pristupljeno: 03.03.2026.
[42] Izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu, dostupno na poveznici
[43] Plan razvoja Grada Omiša za razdoblje do 2030. godine, dostupno na poveznici

Kulturni resursi na području Grada Omiša imaju značajnu ulogu, s obzirom na jasno prepoznatljivu i valoriziranu kulturnu baštinu koja dodatno diversificira turističku ponudu i doprinosi konkurentnosti destinacije. Jedan od najznačajnijih primjera je Festival dalmatinskih klapa Omiš, koji se održava u autentičnom ambijentu stare gradske jezgre. Ovom manifestacijom promovira se ljepota i važnost tradicionalne klapske pjesme koja je prepoznata kao nematerijalna kulturna baština UNESCO – a. Istovremeno, koristi povijesni prostor grada kao scenski okvir, čime se stvara snažan doživljaj autentičnosti. Turisti mogu upoznati kulturnu baštinu i kroz različita besplatna događanja (uz naplatu ulaznica u muzeje i tvrđavu Mirabela) kao što su obilazak centra Omiša u pratnji vodiča (*History in Flip-Flops*), obilazak muzeja u pratnji interpretatora baštine (*After Beach History, Postcard From Past*), večeri folklornih nastupa s tradicionalnim kostimima i melodijama (*Surfboard Of Heritage*), tajne omiške gusarske povijesti na tvrđavi Mirabela uz interpretatoricu kulturne baštine u kostimu iz toga razdoblja *(Pirates' Treasure Tales).*

Iako se lokacije snimanja filmova o Winnetouu nalaze i na području Grada Omiša i na području Općine Starigrad, Općina Starigrad sustavnije i vidljivije integrira ovu filmsku baštinu u svoj turistički identitet. Filmske lokacije na području NP Paklenica i šire okolice interpretirane su kroz tematske sadržaje, promotivne materijale, manifestacije i izlete.

Analiza pokazuje da Općina Starigrad i Grad Omiš dijele slične strukturne karakteristike turističkog razvoja – dominaciju smještaja u domaćinstvu, izraženu sezonalnost s vrhuncem u srpnju i kolovozu te usporedive obrasce boravka gostiju. Obje destinacije snažno su usmjerene na aktivni turizam, pri čemu prirodni resursi predstavljaju temelj njihove tržišne diferencijacije u odnosu na klasične “sunce i more” destinacije. Ključna razlika očituje se u strukturi resursa i načinu njihove valorizacije: Općina Starigrad svoju prepoznatljivost primarno gradi na iznimno vrijednoj prirodnoj baštini, pri čemu Nacionalni park Paklenica predstavlja temeljni resurs i nositelja identiteta destinacije, osobito u segmentu planinarskog i penjačkog turizma dok Grad Omiš, uz izražen prirodni identitet kanjona rijeke Cetine, raspolaže bogatijom i snažnije valoriziranom kulturnom baštinom. Kulturni resursi predstavljaju važan diferencijacijski element Grada Omiša te dodatno diversificiraju i obogaćuju njegovu turističku ponudu.

## 2.13. SWOT ANALIZA

# RESURSI I ATRAKCIJE • 1/2

| SNAGE | SLABOSTI | PRILIKE | PRIJETNJE |
|---|---|---|---|
| • NP Paklenica kao međunarodno prepoznat outdoor resurs i jedan od najvažnijih generatora turističkog prometa destinacije;<br>• Cjelokupni teritorij Općine unutar PP Velebit, što destinaciju čini zaštićenim i krajobrazno iznimno vrijednim prostorom;<br>• Područje Općine u ekološkoj mreži Natura 2000, što potvrđuje visoku razinu biološke i krajobrazne vrijednosti;<br>• Bukove šume NP-a Paklenica na UNESCO Popisu svjetske baštine i planina Velebit na UNESCO listi Svjetskih rezervata biosfere;<br>• Izravna prostorna povezanost mora i planine koja omogućuje jedinstveni spoj planinarskog, penjačkog i kupališnog turizma na maloj udaljenosti;<br>• Razvijena mreža brdsko-biciklističkih i pješačkih staza te afirmirane rute poput Epic Rides, Camino, “long distance” rute Via Dinarica, Via Adriatica<br>• Dugogodišnja tradicija i međunarodna prepoznatljivost penjačke scene u NP Paklenica;<br>• Postojanje 7 zaštićenih kulturnih dobara upisanih u Registar kulturnih dobara RH;<br>• Manifestacije snažnog outdoor identiteta (Velebit Trail, Highlander, Epic Rides) koje privlače specifične tržišne segmente; | • Nedovoljna turistička valorizacija dijela registriranih kulturnih dobara, osobito arheoloških lokaliteta;<br>• Slaba očuvanost i valoriziranost nepokretnih kulturnih dobara (utvrde, gradine, antički grad i dr.);<br>• Nedovoljno povezane kulturne i prirodne atrakcije u tematske cjeline i itinerare;<br>• Prostorna koncentracija najposjećenijih atrakcija unutar i neposredno uz NP Paklenica;<br>• Sezonalna dominantnost obalnih i kupališnih atrakcija uz nedovoljnu aktivaciju resursa izvan glavne ljetne sezone;<br>• Ograničen kapacitet i doseg manjih interpretacijskih i izložbenih prostora;<br>• Nedostatak strukturiranih kulturnih programa i sadržaja koji bi sustavno koristili sakralne i povijesne objekte; | • Položaj na prijelazu između planinsko-ruralne Like i obalne Dalmacije, što stvara tržišni potencijal za kombinaciju različitih tipova doživljaja unutar jedne regije;<br>• Koncentracija više nacionalnih parkova i zaštićenih područja unutar radijusa do dva sata vožnje;<br>• Prostorna blizina Zadra i zadarskog arhipelaga kao etabliranog turističkog područja što povećava regionalnu vidljivost i omogućuje kombinirane boravke;<br>• Rast potražnje na europskom i globalnom tržištu za aktivnim i outdoor turizmom;<br>• Porast interesa za destinacije s izraženom prirodnom očuvanošću i boravkom u zaštićenim područjima;<br>• Trend povratka prirodi i manjim destinacijama;<br>• Povećana potražnja za autentičnim i iskustvenim destinacijama;<br>• Jačanje europskih i nacionalnih politika usmjerenih na održivi turizam i zaštitu prirode; | • Učestalije ekstremne vremenske pojave koje mogu ograničiti sigurnost i dostupnost planinarskih i outdoor aktivnosti;<br>• Porast ljetnih temperatura koje mogu dovesti do izbjegavanja mediteranskih destinacija ljeti zbog vrućine;<br>• Rizik od degradacije prirodnih ekosustava uslijed povećanog pritiska posjetitelja na razini šire regije;<br>• Strože regulatorne mjere zaštite prirode i ograničenja korištenja prostora unutar zaštićenih područja;<br>• Prekomjerni turizam u nacionalnim parkovima u Hrvatskoj koji može negativno utjecati na percepciju i regulaciju posjećivanja zaštićenih područja;<br>• Jačanje konkurentskih outdoor destinacija u Hrvatskoj i susjednim zemljama (Slovenija, Crna Gora, Italija);<br>• Snažna konkurencija razvijenih obalnih i urbanih destinacija u neposrednoj blizini;<br>• Geopolitičke nestabilnosti i sigurnosne krize koje mogu utjecati na međunarodna turistička kretanja; |

## 2.13. SWOT ANALIZA

# RESURSI I ATRAKCIJE • 2/2

| SNAGE | SLABOSTI | PRILIKE | PRIJETNJE |
|---|---|---|---|
| • Postojanje posjetiteljskog centra „Podzemni grad Paklenice“ s modernim interaktivnim postavom;<br>• Interpretacijski centar mora i manji stalni izložbeni postavi koji nadopunjuju prirodne i kulturne atrakcije;<br>• Postojanje tematskih i poučnih staza opremljenih interpretacijskim panoima koje povezuju prirodne i kulturno-povijesne lokalitete u zaleđu i uz obalu.<br>• Razvedena obala s nizom prirodnih uvala i plaža različitog karaktera<br>• Plaže s prirodnim obilježjima pogodnima za obiteljski turizam;<br>• Kulturno- povijesna baština specifična za podvelebitsko područje;<br>• Interpretirani i obnovljeni lokaliteti (Etno kuća Marasović, poučne staze, interpretacijske ploče);<br>• Digitalni načini interpretacije baštine (Podzemni grad Paklenice, Interpretacijski centar mora);<br>• Autentičnost ruralnog zaleđa i tradicijskih zaseoka;<br>• Očuvani krajobraz podvelebitskog područja bez masovne apartmanizacije velikih razmjera;<br>• Visoka razina očuvanosti prirodnih resursa (more, planinski prostor);<br>• Prepoznatljiv outdoor identitet destinacije koji se organski nadovezuje na prirodne resurse. | • Slaba vidljivost i interpretacija ruralnog zaleđa i tradicijskih zaseoka u ukupnoj atrakcijskoj strukturi destinacije;<br>• Napušteni planinski zaseoci i tradicionalni način života;<br>• Ovisnost atrakcijske prepoznatljivosti o moru i jednom dominantnom resursu – NP Paklenica;<br>• Ograničena diferencijacija pojedinih plaža i obalnih lokaliteta u smislu tematskog ili doživljajnog profiliranja;<br>• Nedovoljno razvijeni sadržaji za posjetitelje u lošim vremenskim uvjetima (indoor atrakcije manjeg kapaciteta);<br>• Nepotpuna valorizacija nematerijalne baštine (lokalne legende, običaji i tradicijske priče) u strukturiranu turističku ponudu. | • Dostupnost EU fondova i nacionalnih programa financiranja za projekte očuvanja, interpretacije i valorizacije kulturne i prirodne baštine;<br>• Porast segmenta aktivnih putnika srednje i više platežne moći koji traže specifične outdoor izazove;<br>• Jačanje tržišta digitalnih nomada i dugotrajnijih boravaka u prirodnom okruženju;<br>• Povećana svijest o klimatskim promjenama koja potiče interes za održive i ekološki osviještene destinacije;<br>• Razvoj specijaliziranih nišnih tržišta (trail trkači, penjači, speleolozi, kajakaši, planinari, biciklisti, motoristi) koja su kompatibilna s resursnom osnovom Općine Starigrad;<br>• Razvoj digitalnih tehnologija koje omogućuju atraktivnu interpretaciju baštine. | • Globalne ekonomske nestabilnosti i pad kupovne moći emitivnih tržišta;<br>• Inflacija i rast troškova života u RH i emitivnim zemljama;<br>• Rastući troškovi putovanja (gorivo, cestarine, avionski prijevoz) koji mogu smanjiti dostupnost destinacije;<br>• Politika cijena u hrvatskom turizmu;<br>• Ovisnost o automobilskom prometu kao dominantnom načinu dolaska u regiju;<br>• Moguće promjene u EU regulativi i izmjene razvojnih prioriteta Europske unije uslijed ratnih zbivanja na istoku kontinenta, uz rizik smanjenja dostupnih sredstava u sljedećem višegodišnjem financijskom okviru;<br>• Dugoročna degradacija morskog ekosustava na razini Jadrana;<br>• Neriješeni imovinsko-pravni odnosi i nesređene zemljišne knjige u zaleđu što otežava valorizaciju nepokretnih kulturnih dobara. |

## 2.13. SWOT ANALIZA

# INFRASTRUKTURA I TURISTIČKA STRUKTURA

| SNAGE | SLABOSTI | PRILIKE | PRIJETNJE |
|---|---|---|---|
| • Blizina autoceste A1 koja omogućuje relativno brzu cestovnu povezanost destinacije s kontinentalnom Hrvatskom i ključnim emitivnim tržištima;<br>• Relativna blizina Zračne luke Zadar;<br>• Postojanje primarne javne turističke infrastrukture;<br>• Razvijena planinarska i penjačka infrastruktura unutar NP Paklenica (više od 150 km označenih staza i oko 500 penjačkih smjerova);<br>• Uređena pješačko - biciklistička staza koja povezuje Starigrad i Seline kroz zaleđe;<br>• Postojanje javnih parkirališnih površina u blizini glavnih turističkih zona;<br>• Koncentracija hotelskog smještaja, većine kampova i većine ugostiteljskih sadržaja u naselju Starigrad, čime je formirano funkcionalno turističko središte destinacije;<br>• Postojanje hotelskog smještaja kao dijela strukture<br>• ponude u destinaciji u kojoj dominira obiteljski smještaj;<br>• Hotel Alan s dugom tradicijom poslovanja te razvijenom infrastrukturom i uslugama;<br>• Razvijena ponuda kampova koja je kompatibilna s outdoor identitetom destinacije;<br>• Prostorna koncentracija kapaciteta unutar građevinskih zona (ograničeno širenje prema planini);<br>• Relativno kontrolirana razina izgrađenosti u odnosu na neke obalne destinacije;<br>• Postojanje osnovne mreže ugostiteljskih (45 objekata) i trgovačkih usluga u glavnim naseljima;<br>• Postojanje osnovne komunalne infrastrukture. | • Nepostojanje javnog sustava odvodnje na području Općine te oslanjanje na individualne tzv. crne jame;<br>• Nedostatak vodovodne mreže u zapadnom dijelu naselja Starigrad te na području naselja Tribanj;<br>• Neujednačena kontrola i nadzor nad pražnjenjem i održavanjem tzv. crnih jama;<br>• Nedovoljna pokrivenost javnim sanitarnim čvorovima izvan područja NP Paklenica, uz oslanjanje na sezonske mobilne jedinice;<br>• Neutvrđene granice pomorskog dobra i uzurpacija pojedinih dijelova pomorskog dobra;<br>• Izrazita sezonalnost turističkog prometa s koncentracijom 64 % noćenja u srpnju i kolovozu;<br>• Visok udio sezonskih ugostiteljskih objekata (više od tri četvrtine posluje isključivo sezonski);<br>• Dominacija obiteljskog smještaja uz ograničen broj hotelskih kapaciteta;<br>• Novi model poslovanja najvećeg hotels u mjestu kao resorta zatvorenog tipa;<br>• Prostorna koncentracija 64 % komercijalnih noćenja u naselju Starigrad;<br>• Ovisnost destinacije o individualnom automobilskom dolasku;<br>• Nedostatak organiziranog lokalnog javnog prijevoza između naselja Starigrad, Seline i Tribanj te sa županijskim središtem;<br>• Sezonska prometna opterećenja i manjak parkirališnih kapaciteta u vršnim mjesecima;<br>• Nedovoljna prisutnost cjelogodišnjih ugostiteljskih, trgovačkih i drugih usluga;<br>• Ograničen broj zatvorenih (indoor) javnih prostora. | • Mogućnost financiranja komunalne i prometne infrastrukture kroz EU fondove i nacionalne programe u okviru zelene tranzicije i kohezijske politike;<br>• Nacionalne i europske politike poticanja održive mobilnosti i smanjenja emisija u prometu;<br>• Razvoj pametnih rješenja za upravljanje prometom i posjetiteljskim tokovima (smart mobility, digitalni sustavi upravljanja parkiranjem);<br>• Rast potražnje za kampingom i boravkom u prirodi na europskom tržištu;<br>• Trend povećanja potražnje za manjim hotelima i boutique objektima u prirodnom okruženju;<br>• Postojanje zone predviđene za izgradnju hotelskog smještaja u prostornom planu;<br>• Povećanje međunarodnih aviolinija prema Zračnoj luci Zadar;<br>• Nacionalni programi sufinanciranja izgradnje i modernizacije sustava odvodnje i vodoopskrbe;<br>• Rast interesa za cjelogodišnje destinacije u umjerenoj mediteranskoj klimi;<br>• Razvoj tržišta električnih vozila i<br>• dostupnost poticaja za infrastrukturu punionica;<br>• Razvoj digitalnih alata za upravljanje kapacitetima i praćenje turističkih tokova;<br>• Povećanje potražnje za dužim boravcima i sporijim tipom putovanja (slow tourism);<br>• Nacionalne politike regulacije turističkog razvoja kroz instrumente upravljanja prihvatnim kapacitetom. | • Daljnje povećanje cijena građevinskog materijala i radova koje može usporiti ili poskupjeti infrastrukturne projekte;<br>• Inflacija koja može smanjiti investicijsku aktivnost u sektoru smještaja;<br>• Moguće smanjenje sredstava iz EU fondova u sljedećem višegodišnjem financijskom okviru;<br>• Stroži regulatorni zahtjevi u području zaštite okoliša i upravljanja otpadnim vodama;<br>• Rastući troškovi energije koji povećavaju operativne troškove smještajnih i ugostiteljskih objekata;<br>• Daljnji rast motorizacije i prometnih opterećenja u ljetnim mjesecima na razini regije;<br>• Potencijalno pooštravanje nacionalne regulacije privatnog smještaja;<br>• Ovisnost Zračne luke Zadar o sezonskim i niskotarifnim aviolinijama;<br>• Konkurentske destinacije s razvijenijom komunalnom infrastrukturom i<br>• većim hotelskim kapacitetima;<br>• Klimatske promjene koje mogu povećati opterećenje vodnih resursa tijekom ljetnih mjeseci;<br>• Dugoročni trend depopulacije ruralnih područja koji može smanjiti lokalnu radnu bazu za održavanje infrastrukture;<br>• Rastući standardi gostiju u pogledu komfora, parkiranja i komunalne opremljenosti. |

## 2.13. SWOT ANALIZA

# DRUŠTVENI I LJUDSKI KAPACITETI

| SNAGE | SLABOSTI | PRILIKE | PRIJETNJE |
|---|---|---|---|
| • Visoka razina pozitivne percepcije turizma među lokalnim stanovništvom (više od 80 % ispitanika smatra da turizam pozitivno utječe na razvoj Općine);<br>• Značajan udio zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja i ugostiteljstva u ukupnoj zaposlenosti Općine;<br>• Rast broja zaposlenih u turizmu u odnosu na prethodno popisno razdoblje;<br>• Dugogodišnja tradicija bavljenja turizmom i iskustvo lokalnog stanovništva u pružanju smještajnih i ugostiteljskih usluga;<br>• Razvijena kultura privatnog iznajmljivanja smještaja;<br>• Postojanje dionika uključenih u organizaciju manifestacija i događanja;<br>• Suradnja Općine, TZa i NP Paklenica u provedbi projekata i događanja;<br>• Visoka razina sigurnosti destinacije;<br>• Uključenost lokalne zajednice u tradicionalna i vjerska događanja koja čuvaju identitet prostora;<br>• Poznavanje prirodnog i planinskog okruženja među lokalnim stanovništvom. | • Dugoročni pad broja stanovnika na području Općine prema posljednjim popisnim razdobljima;<br>• Izraženo starenje stanovništva i visok udio starijih dobnih skupina;<br>• Ograničena dostupnost kvalificirane radne snage u sektoru turizma i ugostiteljstva;<br>• Izrazita sezonalnost zapošljavanja i ovisnost o privremenoj radnoj snazi tijekom ljetnih mjeseci;<br>• Odlazak mlađeg stanovništva prema većim urbanim centrima;<br>• Ograničene mogućnosti cjelogodišnjeg zapošljavanja izvan turističke sezone;<br>• Nedostatak specijaliziranih edukacijskih i stručnih programa na lokalnoj razini;<br>• Ovisnost lokalnog gospodarstva o turizmu kao dominantnoj djelatnosti;<br>• Slaba aktivacija lokalne poljoprivredne i proizvodne baze u turističkom lancu vrijednosti;<br>• Ograničen broj mladih poduzetnika u sektoru inovativnih i digitalnih turističkih usluga;<br>• Povećani pritisci na kvalitetu života lokalnog stanovništva tijekom vršnih mjeseci (promet, buka, opterećenje javnih površina);<br>• Ovisnost o sezonskim radnicima iz drugih krajeva i inozemstva;<br>• Rizik od postupnog gubitka tradicijskih znanja i običaja uslijed demografskih trendova. | • Nacionalni i europski programi financiranja obrazovanja, prekvalifikacija i cjeloživotnog učenja;<br>• Nacionalne mjere poticanja zapošljavanja mladih i samozapošljavanja;<br>• Rast interesa za rad na daljinu i preseljenje u manje destinacije s visokom kvalitetom života;<br>• Povećana mobilnost radne snage unutar Europske unije;<br>• Nacionalne i regionalne demografske i razvojne mjere usmjerene na revitalizaciju manjih sredina;<br>• Rast potražnje za autentičnim lokalnim iskustvima koja uključuju sudjelovanje lokalne zajednice;<br>• Digitalne platforme i alati koji omogućuju lakšu promociju i prodaju lokalnih proizvoda i usluga;<br>• Programi potpore razvoju društvenog i kulturnog poduzetništva;<br>• Jačanje svijesti o važnosti očuvanja nematerijalne kulturne baštine;<br>• Povećanje interesa mladih za outdoor, sport i aktivni način života; | • Nastavak negativnih demografskih trendova i depopulacije na razini Zadarske županije i RH;<br>• Dugoročni trend iseljavanja mladog i radno aktivnog stanovništva iz manjih sredina prema većim urbanim centrima;<br>• Nedostatak kvalificirane radne snage u turizmu na nacionalnoj razini;<br>• Rastuća ovisnost turističkog sektora o radnicima iz trećih zemalja;<br>• Povećanje troškova rada i pritisak na profitabilnost malih iznajmljivača i ugostitelja;<br>• Česte nacionalne porezne i regulatorne promjene;<br>• Daljnji rast cijena nekretnina na obali;<br>• Povećanje sezonskih migracija radne snage prema većim turističkim centrima s konkurentnijim uvjetima rada;<br>• Rastući standardi gostiju koji zahtijevaju sve višu razinu profesionalizacije i specijaliziranih znanja;<br>• Smanjena atraktivnost sezonskog rada u turizmu među mlađim generacijama;<br>• Obrazovni sustav koji ne prati stvarne potrebe tržišta rada;<br>• Opći trend urbanizacije i koncentracije stanovništva u većim gradovima. |

## 2.13. SWOT ANALIZA

# UPRAVLJANJE, BREND I TRŽIŠNO POZICIONIRANJE

| SNAGE | SLABOSTI | PRILIKE | PRIJETNJE |
|---|---|---|---|
| • Izrađen i usvojen Plan upravljanja destinacijom;<br>• Usklađenost lokalnih planskih dokumenata s nacionalnim i županijskim strateškim dokumentima;<br>• Izrađen Provedbeni program Općine za tekuće razdoblje;<br>• Postojanje sustava pokazatelja održivosti kao podloge za upravljanje razvojem;<br>• Identificirane i klasificirane turističke atrakcije kao temelj za strukturirano upravljanje ponudom;<br>• Aktivna uloga TZ Općine Starigrad u organizaciji događanja i koordinaciji turističkih aktivnosti;<br>• Suradnja Općine, TZ-a i NP Paklenica u provedbi projekata i događanja;<br>• Transparentan proces izrade i donošenja strateških dokumenata;<br>• Prepoznatljiv outdoor identitet destinacije utemeljen na prirodnim resursima;<br>• Jasno profilirana destinacija aktivnog turizma u regionalnom kontekstu.<br>• Međunarodna prepoznatljivost NP Paklenica kao jednog od glavnih motiva dolaska;<br>• Kontinuirani rast turističkog prometa nakon pandemijskog razdoblja;<br>• Relativno visoka prosječna duljina boravka gostiju u destinaciji;<br>• Visoka razina zadovoljstva turista prirodnim resursima i outdoor ponudom;<br>• Značajan udio gostiju koji se vraćaju u destinaciju;<br>• Spremnost gostiju na preporuku destinacije; | • Ograničeno iskustvo u operativnoj provedbi sustava upravljanja temeljenog na pokazateljima održivosti;<br>• Ograničeni administrativni i stručni kapaciteti;<br>• Nedovoljna integracija privatnog sektora u strateško planiranje i upravljanje destinacijom;<br>• Ograničena tržišna diferencijacija izvan dominantnog outdoor segmenta;<br>• Nedovoljna valorizacija i vidljivost Parka prirode Velebit u komunikaciji i brendiranju destinacije;<br>• Nedovoljno strukturirana komunikacija kulturne i arheološke baštine u odnosu na prirodne atrakcije;<br>• Nedovoljna snažna prepoznatljivost destinacije izvan niše aktivnog turizma;<br>• Nedovoljna prepoznatljivost Hrvatske kao zemlje planina u odnosu na okolne konkurentske zemlje (Italija, Austrija, Slovenija);<br>• Nedovoljno razvijena cjelogodišnja komunikacijska strategija usmjerena prema pred i posezoni;<br>• Nedostatak jasne strategije pozicioniranja u odnosu na snažne regionalne konkurente;<br>• Ograničeni financijski resursi za snažnije marketinške kampanje na međunarodnim tržištima;<br>• Nedovoljno razvijena digitalna analitika i sustavno korištenje podataka u marketinškom odlučivanju. | • Nacionalna provedba Zakona o turizmu i obveza izrade planova upravljanja destinacijom koja uvodi sustavniji model upravljanja;<br>• Uvođenje metodologije izračuna prihvatnog kapaciteta na razini Republike Hrvatske;<br>• Jačanje nacionalnog brenda Hrvatske kao outdoor i održive destinacije;<br>• Rast međunarodnog interesa za destinacije unutar zaštićenih područja;<br>• Digitalizacija turističkog marketinga koja omogućuje preciznije ciljanje nišnih tržišta;<br>• Razvoj specijaliziranih online platformi za aktivni i outdoor turizam;<br>• Nacionalne i regionalne promotivne kampanje usmjerene na održivi i aktivni turizam;<br>• Rast tržišta tematskih i iskustvenih putovanja;<br>• Porast interesa za manje i autentične destinacije u odnosu na masovne turističke centre;<br>• Jačanje svijesti o važnosti upravljanja destinacijom temeljenog na podacima;<br>• Dostupnost EU sredstava za digitalnu transformaciju javnog sektora;<br>• Razvoj regionalnih klastera i destinacijskih partnerstava;<br>• Povećanje interesa za višednevne itinerare koji kombiniraju više tipova doživljaja. | • Fragmentiran sustav turističkih zajednica na nacionalnoj razini i izostanak funkcionalnog destinacijskog udruživanja koji može rezultirati neujednačenom kvalitetom upravljanja i slabijom regionalnom koordinacijom;<br>• Jačanje brendova konkurentskih outdoor destinacija u Hrvatskoj i susjednim zemljama;<br>• Dominantna tržišna vidljivost većih urbanih i obalnih centara u regiji (Zadar, Split, Dubrovnik) koji privlače većinu promotivnih kampanja i medijske pažnje;<br>• Snažna internacionalna konkurencija etabliranih planinskih i outdoor destinacija u Alpama i Dinaridima;<br>• Prekomjerna komercijalizacija outdoor tržišta koja može smanjiti diferencijaciju manjih destinacija;<br>• Povećanje troškova digitalnog oglašavanja i promocije na međunarodnim tržištima;<br>• Globalne ekonomske nestabilnosti koje utječu na potražnju za putovanjima srednje i više vrijednosti;<br>• Promjene potrošačkih preferencija prema novim tipovima doživljaja koji nisu kompatibilni s postojećim identitetom destinacije;<br>• Rizik zasićenja tržišta outdoor manifestacijama na regionalnoj razini;<br>• Centralizacija promotivnih aktivnosti na razini većih destinacija unutar županije;<br>• Moguće strože regulacije vezane uz korištenje zaštićenih područja koje mogu ograničiti organizaciju događanja. |

## 2.14. Izvješće o analizi stanja

Izvješće o analizi stanja temelji se na analitičkoj podlozi, Izvješću s fokus grupa i terenskog obilaska (Prilog 2), rezultatima provedenih anketa o stavovima lokalnog stanovništva (Prilog 3) te rezultatima istraživanja stavova turista i jednodnevnih posjetitelja (Prilog 4.)

Analiza stanja pokazuje da Općina Starigrad raspolaže iznimno snažnom i raznolikom osnovom za daljnji turistički razvoj, prije svega zahvaljujući jedinstvenom spoju mora, planine i zaštićenih prirodnih područja. Položaj uz podnožje Velebita, prisutnost Nacionalnog parka Paklenica i neposredna povezanost s Parkom prirode Velebit čine ovu destinaciju jednom od najupečatljivijih i najprepoznatljivijih u široj regiji. Tome dodatno pridonose visoka krajobrazna vrijednost prostora, velika biološka raznolikost, status UNESCO-ove svjetske prirodne baštine u dijelu bukovih šuma te činjenica da je Velebit uvršten među svjetske rezervate biosfere. Ovakva resursna osnova daje Starigradu snažan identitet te predstavlja temelj daljnjeg razvoja destinacije koja uspješno objedinjuje ljetni kupališni turizam s aktivnim odmorom, boravkom u prirodi, outdoor sadržajima i drugim oblicima turizma više dodane vrijednosti.

Destinacija istodobno raspolaže i vrijednom kulturnom i tradicijskom osnovom. Arheološki lokaliteti, sakralna baština, mirila, tradicijska arhitektura, planinski zaseoci i baština vezana uz filmove o Winnetouu upotpunjuju prirodne vrijednosti i otvaraju prostor za raznolikiju interpretaciju mjesta. Ipak, iz analize i razgovora s dionicima proizlazi da taj potencijal još nije u potpunosti valoriziran. Prirodni i kulturni resursi čine temelj prepoznatljivosti destinacije, ali još uvijek nisu dovoljno sustavno povezani u cjelovite proizvode, jače interpretirani niti ravnomjerno uključeni u ukupni turistički doživljaj. Posebno se to odnosi na lokalne proizvode, kulturne sadržaje i male autentične doživljaje koji bi mogli snažnije razlikovati destinaciju od drugih obalnih mjesta.

S gledišta turističkog prometa i smještajne strukture, riječ je o turistički razvijenoj destinaciji prve kategorije, s izraženim udjelom komercijalnih i nekomercijalnih kapaciteta te jasnom dominacijom smještaja u domaćinstvu. Na području Općine registrirano je 8.877 kreveta u komercijalnim objektima, pri čemu 56,9 % otpada na objekte u domaćinstvu, 28,32 % na kampove, a samo 6,64 % na hotele. Istodobno postoji i vrlo visok broj nekomercijalnih objekata, procijenjenih na oko 4.812 kreveta, što stvara dodatni pritisak na prostor, infrastrukturu i usluge. U strukturi smještaja prevladavaju objekti srednje kvalitete. Ovakva struktura podržava ljetni i sezonski model poslovanja, ali manje doprinosi produljenju sezone, rastu potrošnje i razvoju stabilnijeg destinacijskog gospodarstva. Analiza i terenski uvidi dodatno potvrđuju sumnju da službeni turistički pokazatelji ne obuhvaćaju u potpunosti stvarno opterećenje prostora, ponajprije zbog neprijavljenog komercijalnog i nekomercijalnog boravka.

Turistički promet pokazuje izraženu sezonalnost. Najveći dio noćenja ostvaruje se u srpnju i kolovozu, dok su svibanj, lipanj i rujan sekundarno aktivni mjeseci, a ostatak godine bilježi znatno manji promet. Ipak, za razliku od mnogih drugih obalnih destinacija, Starigrad ima realan potencijal dulje sezone zahvaljujući Paklenici, planinarenju, penjanju, biciklizmu i drugim outdoor aktivnostima. Upravo su ti sadržaji prepoznati kao jedna od najvećih razvojnih prilika destinacije. Međutim, iz razgovora s hotelijerima, kampovima, turističkim agencijama i drugim dionicima proizlazi da taj potencijal još nije dovoljno iskorišten. Outdoor identitet destinacije postoji i tržišno je prepoznat, ali ga ne prati dovoljno razvijena infrastruktura, dovoljan broj kvalitetnih cjelogodišnjih sadržaja ni dovoljno koordinirana promocija. Destinaciji posebno nedostaju indoor sadržaji, kvalitetniji hotelski kapaciteti, kampovi više kategorije, dodatna sportsko-rekreacijska infrastruktura i više sadržaja za razdoblja lošeg vremena i izvan glavne sezone.

Ugostiteljska i uslužna ponuda u osnovi postoji, ali je također snažno sezonalna. Na području Općine registrirano je 45 ugostiteljskih objekata, od kojih većina radi sezonski, dok je samo manji dio otvoren cijele godine. To ograničava kvalitetu boravka izvan glavne sezone i otežava produljenje turističke aktivnosti. Sličan obrazac vidi se i u drugim uslugama relevantnima za boravak turista. U destinaciji djeluju turističko-informativni centri, turističke agencije, trgovine, medicinske i druge osnovne usluge, no njihov ritam i dostupnost nisu uvijek usklađeni s

potrebama cjelogodišnjeg ili produženog turističkog poslovanja. Dodatni problem predstavlja činjenica da u destinaciji gotovo izostaju registrirani lokalni proizvodi i proizvođači koji bi mogli biti snažnije uključeni u turističku i ugostiteljsku ponudu, što ograničava autentičnost, lokalnu ekonomsku povezanost i mogućnost diferencijacije destinacije.

Javna turistička infrastruktura je razmjerno razvijena, ali neujednačena. Destinacija raspolaže važnim sadržajima kao što su posjetiteljski i interpretacijski centri, uređene plaže, biciklističke i planinarske staze, poučne staze, vidikovci, šetnice, sportski sadržaji i turistička signalizacija. Posebno su važni sadržaji Nacionalnog parka Paklenica i njegov posjetiteljski centar, kao i interpretacijski elementi vezani uz more, mirila i kulturnu baštinu. Ipak, analiza i terenski razgovori ukazuju na to da su brojni javni i rekreacijski sadržaji i dalje nedostatni, te da velik dio prostora još nije uređen na razini koja bi odgovarala snažnije razvijenoj i kvalitetnije organiziranoj destinaciji. U više je navrata istaknut manjak parkirališta, uređenih trgova, javnih prostora za okupljanje, igrališta, dodatnih šetnica i kvalitetnije opremljenih plaža. Ujedno su kao ograničavajući čimbenici navedeni imovinsko-pravni odnosi, granice pomorskog dobra i naslijeđena prostorna struktura naselja uz magistralu, koja otežava stvaranje kvalitetnijeg javnog prostora. Uz to, spomenuta struktura današnjih naselja uz magistralu, bez “stare jezgre” sa tradicijskom arhitekturom te prolazak magistrale (D8) kroz sama središta svih naselja navode se kao jedan od faktora ograničenja za kvalitetu boravka u destinaciji.

Najveći razvojni problem destinacije i dalje predstavlja komunalna infrastruktura, osobito sustav vodoopskrbe i odvodnje. Zapadni i sjeverni dijelovi prostora još uvijek nisu uključeni u javnu vodovodnu mrežu, a nepostojanje sustava javne odvodnje jedan je od najtežih strukturnih problema. Većina objekata koristi tzv. crne jame, što nosi ozbiljne okolišne rizike i dugoročno može ugroziti kakvoću mora i temeljni turistički resurs destinacije. Taj je problem posebno snažno naglašen i u fokus grupama, gdje se pitanje kanalizacije izravno povezuje s budućom održivošću turizma. Slično vrijedi i za gospodarenje otpadom. Iako sustav postoji, količina otpada po stanovniku je visoka, stopa odvojeno prikupljenog otpada niska, a dodatni problem predstavljaju divlja odlagališta, opterećenje sustava tijekom sezone i nepropisno odlaganje otpada.

Prometna infrastruktura destinaciju čini relativno dostupnom u širem smislu, ali pokazuje ozbiljna ograničenja u svakodnevnoj funkcionalnosti. Starigrad je dobro cestovno povezan preko Jadranske magistrale i razmjerno blizu autocesti i zračnoj luci, no javni prijevoz prema Zadru i unutar same destinacije nije dovoljno razvijen, osobito vikendima, na državne praznike i izvan školske godine. Terenski razgovori i ankete potvrđuju da je upravo javni prijevoz jedan od slabije ocijenjenih elemenata ponude. Gosti u velikoj mjeri dolaze automobilom, što povećava pritisak na prometnice i parkirališta, dok lokalno stanovništvo prometne gužve prepoznaje kao jedan od važnijih sezonskih problema. Promet u mjestu i parkiranje gosti ne ocjenjuju izrazito loše, ali osjetno slabije od prirode, sigurnosti i ambijenta, što pokazuje da upravo prometna organizacija i mobilnost predstavljaju jedno od osjetljivijih područja daljnjeg razvoja.

Digitalizacija je u destinaciji prisutna i vidljiva, ali još uvijek nije dosegla razinu koja bi je pretvorila u stvarnu razvojnu prednost. Postoje primjeri kvalitetne uporabe digitalnih alata, poput virtualnih sadržaja, digitalnih karata, interaktivnih interpretacijskih elemenata i analitike korisničkog ponašanja, no izazovi su i dalje prisutni u kvaliteti infrastrukture, digitalnim vještinama i financijskim mogućnostima daljnjeg razvoja. Dodatno ulaganje u digitalnu infrastrukturu, edukaciju i primjenu suvremenih tehnologija nužno je kako bi se poboljšalo informiranje, interpretacija i upravljanje posjetiteljskim iskustvom. Slično vrijedi i za pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom. Iako postoje pojedini pozitivni primjeri, poput prilagođenih sadržaja u Interpretacijskom centru mora i u posjetiteljskom centru Podzemni grad Paklenice, iz analiza proizlazi da je potrebno sustavnije proširenje pristupačnih rješenja kako bi destinacija postala otvorenija i kvalitetnija za različite skupine korisnika.

Nalazi fokus grupa i terenskog obilaska dodatno produbljuju sliku dobivenu iz statistike i sektorskih analiza. U gotovo svim razgovorima ponavljaju se isti obrasci: snažna prirodna osnova i visoka privlačnost destinacije, ali i istodobno izraženi pritisci apartmanizacije, manjak komunalne i javne infrastrukture, nedovoljna koordinacija među dionicima, ograničeni ljudski

kapaciteti te manjak cjelogodišnjih i indoor sadržaja. Iz razgovora je jasno da većina ključnih dionika razvoj ne dovodi u pitanje, ali snažno upozorava da se on ne smije odvijati po cijenu prostora, kvalitete života i gubitka identiteta.

Rezultati ankete lokalnog stanovništva pokazuju da je odnos zajednice prema turizmu pretežno pozitivan, ali ne i nekritičan. Turizam je za velik dio kućanstava glavni ili dodatni izvor prihoda, a većina ispitanika smatra da on pomaže održavanju ili unapređenju kvalitete života. Istodobno, najviše ispitanika ukupni razvoj turizma ocjenjuje srednjom, neutralnom ocjenom, što sugerira da stanovništvo turizam prepoznaje kao važan i koristan, ali i kao sektor koji nosi konkretna opterećenja i probleme. Lokalno stanovništvo osobito pozitivno percipira utjecaj turizma na izgled mjesta, dok nešto suzdržanije ocjenjuje učinke na korištenje javnog prostora. Najizraženiji negativni učinci turizma iz perspektive stanovnika odnose se na otpad i prometne gužve. Neprimjereno odlaganje otpada većina percipira kao velik ili mali problem, a slično vrijedi i za prometne gužve te gužve na javnim površinama. Buka se ne pokazuje kao izražen problem. Stanovništvo ne doživljava turizam kao ozbiljnu prijetnju autentičnosti i tradiciji, ali ni kao automatski mehanizam njihova očuvanja, što znači da su identitet i kulturne vrijednosti područja koje traži svjesno i aktivno upravljanje. Važno je i da znatan dio ispitanika rijetko ili nikada nema dojam da se turizam razvija onako kako oni žele, što otvara pitanje osjećaja uključenosti lokalne zajednice u upravljanje destinacijom.

Istraživanje među turistima i jednodnevnim posjetiteljima pokazuje vrlo visoku ukupnu razinu zadovoljstva boravkom. Gosti destinaciju ocjenjuju izrazito pozitivno, s vrlo visokim rezultatima na pokazateljima općeg zadovoljstva, ispunjenosti očekivanja i spremnosti na preporuku. U strukturi ispitanika prevladavaju klasični turisti koji noće u komercijalnom smještaju, ponajprije u objektima u domaćinstvu, a većinu čine strani gosti srednje i više platežne moći. Gosti posebno visoko vrednuju ljepotu prirode i krajolika, osjećaj osobne sigurnosti, ljepotu i atmosferu mjesta, gostoljubivost lokalnog stanovništva, mogućnost kretanja pješice, pješačke staze, informacije i edukaciju u zaštićenim prirodnim područjima te opći doživljaj boravka na otvorenom. Usporedno s tim, nešto niže, iako još uvijek pretežno pozitivne ocjene, dobivaju lokalni javni prijevoz, pristupačnost za osobe s invaliditetom, promet i parkiranje te dio funkcionalne i plažne infrastrukture. To potvrđuje da destinacija svoju konkurentnost prije svega temelji na prirodi, ambijentu, sigurnosti i boravku u prostoru, dok su funkcionalna infrastruktura i sekundarni sadržaji područja u kojima postoji najveći prostor za unapređenje.

Zaključno, Starigrad je destinacija izrazito visokih prirodnih i prostornih vrijednosti, s jakim tržišnim identitetom temeljenim na spoju mora, planine i zaštićenih područja, s vrlo dobrim zadovoljstvom gostiju i uglavnom pozitivnim odnosom lokalnog stanovništva prema turizmu. Istodobno, riječ je o destinaciji čiji daljnji razvoj ozbiljno ograničavaju neriješena komunalna infrastruktura, pritisak apartmanizacije, sezonalnost, nedostatak smještaja više kategorije i cjelogodišnjih sadržaja te slabija prometna i javna funkcionalnost. Ključni razvojni izazov stoga nije u stvaranju nove osnovne atraktivnosti, jer ona već postoji, nego u podizanju funkcionalne kvalitete destinacije, očuvanju prostora kao temeljnog resursa, smanjenju infrastrukturnih i komunalnih pritisaka te snažnijem usmjeravanju razvoja prema kvaliteti. Upravo će sposobnost da se prirodna snaga destinacije poveže s boljim upravljanjem, infrastrukturom i sadržajima odrediti njezinu buduću održivost i konkurentnost.

# POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE ELEMENATA TURISTIČKE PONUDE

03

## 3.1. Analiza ključnih elemenata turističke ponude

Polazeći od analize stanja destinacije, utvrđenih pokazatelja održivosti te procjene prihvatnih kapaciteta, ovo poglavlje usmjereno je na vrednovanje postojećih i razvojno relevantnih turističkih elemenata Općine. U analitičku podlogu uključeni su i rezultati provedenih anketa među turistima i jednodnevnim posjetiteljima te lokalnim stanovništvom, kao i nalazi fokus grupa. Time je procjena potencijala utemeljena na statističkim i prostornim pokazateljima, ali i na percepcijama, iskustvima i razvojnim očekivanjima različitih skupina uključenih u turistički sustav. Cilj ovog poglavlja nije identificirati nove elemente, već procijeniti stvarni razvojni i tržišni potencijal postojećih segmenata ponude te utvrditi njihovu ulogu u budućem pozicioniranju destinacije.

Općina raspolaže izrazito snažnom i raznolikom resursnom osnovom – od NP Paklenica i cjelokupnog teritorija Općine unutar PP Velebit, preko očuvanog podvelebitskog krajobraza i kulturno-povijesne baštine, do razvedene obale i razvijene outdoor infrastrukture. Analiza jasno pokazuje da razvojni izazov destinacije ne leži u nedostatku resursa, već u njihovoj neravnomjernoj valorizaciji, izraženoj sezonalnosti i prostornoj koncentraciji turističkih tokova. U tom kontekstu, procjena potencijala pojedinih elemenata provedena je kroz dvije temeljne dimenzije: razvojni potencijal i tržišni (marketinški) potencijal. Razvojni potencijal odnosi se na snagu i jedinstvenost resursne osnove, mogućnost podizanja dodane vrijednosti, sezonalnu elastičnost, prostornu disperziju te usklađenost s prihvatnim kapacitetom i načelima održivog razvoja. Tržišni potencijal obuhvaća razinu prepoznatljivosti, diferencijacijski kapacitet, mogućnost paketiranja i integracije u širi regionalni sustav atrakcija, kao i komunikacijsku vidljivost elementa ponude.

Procjene su iskazane kvalitativnom skalom koja uključuje razine:

| | |
|---|---|
| | nizak, |
| | srednji, |
| | srednje visok, |
| | visok, |
| | vrlo visok i |
| | iznimno visok potencijal. |

Navedene razine ne predstavljaju kvantitativno mjerenje, već stručnu, argumentiranu procjenu utemeljenu na analitičkoj podlozi, pokazateljima održivosti i prihvatnih kapaciteta te nalazima participativnog procesa. Ukupna ocjena nije matematički prosjek, nego stručna sintetička procjena svih kriterija. Pojedinačni kriteriji nemaju nužno jednaku važnost za svaki element, pa ukupna ocjena ne mora odgovarati najčešćoj pojedinačnoj ocjeni. Pri njezinu određivanju posebno su uzeta u obzir ključna razvojna ograničenja. Niža ocjena usklađenosti s prihvatnim kapacitetima, održivosti ili prostorne disperzije može ograničiti ukupni razvojni potencijal bez obzira na snagu resursne osnove. Strateška uloga elementa određuje se zasebno i ne proizlazi automatski iz visine ukupne ocjene. Ona ovisi o funkciji koju element ima u destinacijskom sustavu, osobito o njegovoj sposobnosti privlačenja posjetitelja, oblikovanja identiteta destinacije, povezivanja drugih dijelova ponude i prostornog širenja turističkih tokova. Svrha ove valorizacije nije rangiranje elemenata ponude prema njihovoj trenutnoj tržišnoj uspješnosti, već definiranje njihove strateške uloge u budućem razvoju. Na temelju provedene procjene moguće je razlikovati nosive elemente razvoja, stabilizacijske elemente ponude te diferencijacijske i razvojne potencijale. Nosivi elementi pritom nisu iste vrste: outdoor, odnosno aktivni turizam, djeluje kao krovni turistički proizvod, NP Paklenica kao ključna turistička atrakcija i glavni tržišni magnet, a PP Velebit kao teritorijalna razvojna platforma. Ovakav pristup omogućuje da se daljnji razvoj destinacije usmjeri prema povećanju kvalitete i dodane vrijednosti, a ne prema

nekontroliranom rastu volumena, uz istodobno poštivanje prostornih ograničenja i očuvanje prirodnih i društvenih resursa koji čine temelj identiteta Općine.

### 3.1.1. Outdoor / aktivni turizam

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **VRLO VISOK** | Preko 150 km označenih planinarskih i pješačkih staza, više od 500 uređenih penjačkih smjerova, biciklističke staze. Neposredna kombinacija planine i morske obale predstavlja rijetku konfiguraciju u mediteranskom kontekstu. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **VRLO VISOK** | Klimatski uvjeti u proljeće i jesen optimalni su za planinarenje, penjanje, trail trčanje i brdski biciklizam, što potvrđuje i struktura održavanja sportskih manifestacija izvan vrhunca ljetne sezone. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **VISOK** | Iako su posjetiteljski tokovi dominantno koncentrirani u kanjonu Velike Paklenice u NP-u Paklenica, aktivnosti se mogu širiti prema širem području NP-a i PP Velebit. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VISOK** | Postoji prostor za daljnji razvoj specijaliziranih vođenih programa (planinarske i interpretacijske ture, škole penjanja, brdsko-biciklističke rute, promatranje ptica i dr.). |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **VISOK** | Segment je prostorno vezan uz zaštićena područja (NP i PP), što zahtijeva kontrolu broja sudionika događanja i upravljanje tokovima, ali ne implicira potrebu za značajnim povećanjem smještajnih kapaciteta. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **VRLO VISOK** | **Outdoor segment ima snažnu resursnu osnovu i visoku sezonalnu kompatibilnost uz nužnost planskog upravljanja.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **VISOK** | Općina je međunarodno poznata unutar penjačke zajednice, a manifestacije poput Međunarodnog susreta penjača Paklenica, Highlander Velebit i Velebit Trail dodatno jačaju vidljivost na specijaliziranim tržištima. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VRLO VISOK** | Kombinacija kanjona, planine i neposredne blizine mora predstavlja izražen diferencijacijski element u odnosu na usporedive destinacije. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VRLO VISOK** | Moguće je strukturirati višednevne aktivne programe koji kombiniraju planinarenje, penjanje, trail trčanje, brdski biciklizam i druge aktivnosti, uz povezivanje s NP i PP u radijusu do dva sata vožnje. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VRLO VISOK** | Blizina NP Sjeverni Velebit, Plitvička jezera, Kornati i Krka, rijeke Zrmanje te Parkova prirode Velebit, Vransko jezero i Telašćica omogućuje pozicioniranje općine kao baze aktivnog boravka u regiji. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **SREDNJE VISOK** | Segment je snažno prisutan u nišnim sportskim i outdoor kanalima, ali nedovoljno integriran u cjeloviti destinacijski brend. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VRLO VISOK** | **Outdoor turizam već sada nosi međunarodnu diferencijaciju destinacije uz prostor za dodatno brendiranje.** |

Iako more, sunce i plaže predstavljaju dominantan motiv dolaska većine gostiju u Općinu, u konkurentskom okruženju u kojem brojne obalne destinacije nude sličan kupališni proizvod, njezina ključna diferencijacijska vrijednost proizlazi iz snažne outdoor komponente i neposredne povezanosti s Velebitom. Segment mora, sunca i plaža osigurava stabilnost volumena i čini važan dio tržišne osnove destinacije komplementaran s aktivnim turizmom. Međutim, **outdoor/ aktivni turizam predstavlja temeljni identitetski okvir razvoja destinacije**. Njegova snaga proizlazi iz iznimne resursne osnove koja na malom prostoru objedinjuje više od 150 kilometara označenih planinarskih i pješačkih staza, preko 500 uređenih penjačkih smjerova u kanjonima Velike i Male Paklenice, razgranatu mrežu brdsko-biciklističkih ruta te mogućnosti za trail trčanje i druge oblike aktivnog boravka u prirodi. Takva prostorna kompaktnost planinskog i obalnog prostora rijetko je prisutna u mediteranskim destinacijama i predstavlja temeljnu

konkurentsku prednost. Posebna razvojna vrijednost ovog segmenta ogleda se u njegovoj sezonalnoj elastičnosti. Za razliku od kupališnog turizma, koji je izrazito koncentriran u srpnju i kolovozu, aktivnosti poput planinarenja, penjanja, trail trčanja i brdskog biciklizma optimalne su u proljetnim i jesenskim mjesecima. Time outdoor segment postaje ključni alat za produljenje turističke sezone. U prostornom smislu, outdoor turizam ima značajan disperzijski potencijal. Iako su posjetiteljski tokovi trenutačno dominantno vezani uz zonu NP Paklenica, širi prostor PP Velebit i podvelebitskog zaleđa otvara mogućnost raspoređivanja aktivnosti na veće područje, čime se smanjuje pritisak na najopterećenije lokalitete. Upravo ta povezanost obale i planine omogućuje transformaciju destinacije iz linearnog obalnog prostora u funkcionalno širi, teritorijalno uravnotežen sustav. Dodatni razvojni potencijal leži u specijalizaciji i nišnim segmentima. Organizacija međunarodno prepoznatih manifestacija poput Međunarodnog susreta penjača Paklenica, Highlander Velebit i Velebit Trail potvrđuje tržišnu relevantnost aktivnog turizma, dok su kroz fokus grupe identificirani i dodatni segmenti koji u destinaciju dolaze izvan vrhunca kupališne sezone. Ovi segmenti generiraju relativno višu potrošnju po gostu, ne zahtijevaju masovnu infrastrukturu i kompatibilni su s modelom održivog razvoja. Istodobno, visoka ocjena potencijala ovog elementa uvjetovana je potrebom aktivnog upravljanja. Outdoor aktivnosti u velikoj su mjeri vezane uz zaštićena i ekološki osjetljiva područja, što zahtijeva koordinaciju s upravljačima prostora, kontrolu opterećenja tijekom događanja te usmjeravanje razvoja prema kvaliteti više nego povećanju volumena. Slijedom navedenog, outdoor, odnosno aktivni turizam, definira se kao krovni turistički proizvod destinacije. On objedinjuje glavne aktivnosti, prirodne atrakcije, smještajne kapacitete, manifestacije i prateće usluge u prepoznatljivu cjelinu ponude te predstavlja razvojni okvir unutar kojega se ostali elementi trebaju povezivati i međusobno nadopunjavati. U kombinaciji s morem i obalom, outdoor proizvod daje Općini prepoznatljiv identitet aktivne destinacije sposobne konkurirati specifičnošću i kvalitetom doživljaja, a ne količinom ponude.

## 3.1.2. Nacionalni park Paklenica

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **IZNIMNO VISOK** | NP obuhvaća kanjone Velike i Male Paklenice te atraktivne dijelove južnog Velebita. Riječ je o međunarodno prepoznatoj prirodnoj atrakciji s iznimnom geomorfološkom i biološkom vrijednošću. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **SREDNJE VISOK** | Park je najposjećeniji tijekom ljetnih mjeseci, uz značajnu posjećenost tijekom proljeća i jeseni, što ukazuje na potencijal za daljnje jačanje posjećenosti izvan ljetnog razdoblja. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **NIZAK** | Posjetiteljski tokovi prostorno su koncentrirani, uz ograničen prostor za širenje. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **SREDNJE VISOK** | Postoji prostor za daljnje unapređenje kvalitete doživljaja, interpretacije prostora i organizacije kretanja. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **SREDNJI** | Status NP podrazumijeva strogi režim zaštite. Daljnji razvoj moguć je prvenstveno kroz unapređenje upravljanja turističkim tokovima i interpretacije. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **SREDNJE VISOK** | **Park ima iznimnu atrakcijsku vrijednost, ali razvoj je prostorno i zaštitno ograničen te primarno kvalitativne naravi.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **IZNIMNO VISOK** | NP Paklenica predstavlja glavni simbol destinacije i međunarodno je poznat osobito unutar planinarske i penjačke zajednice. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VRLO VISOK** | Kombinacija kanjona, planinskog reljefa i blizine mora predstavlja snažan diferencijacijski element u nacionalnom kontekstu. |

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| MOGUĆNOST PAKETIRANJA | VISOK | Park se lako integrira u višednevne outdoor programe te u kombinacije s drugim nacionalnim parkovima u regiji. |
| REGIONALNA INTEGRIRANOST | VRLO VISOK | Dio je sustava nacionalnih parkova Hrvatske i snažno je povezan s regionalnim turističkim tokovima. |
| KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST | VRLO VISOK | Dominira destinacijskom komunikacijom i predstavlja primarni vizualni i identitetski motiv promocije. |
| UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL | IZNIMNO VISOK | **NP Paklenica je ključni tržišni magnet i sidro prepoznatljivosti destinacije.** |

NP Paklenica predstavlja ključnu turističku atrakciju, glavni tržišni magnet destinacije i njezin najprepoznatljiviji simbol. U segmentima planinara, penjača i aktivnih posjetitelja prirode, Park je primarni razlog odabira destinacije kao mjesta boravka. Njegova međunarodna reputacija, iznimna geomorfološka obilježja kanjona Velike i Male Paklenice te biološka raznolikost daju mu status atrakcije nacionalne i europske vrijednosti. S tržišnog aspekta, NP Paklenica ima iznimno visok potencijal i predstavlja ključni element vidljivosti i prepoznatljivosti destinacije. U komunikacijskom smislu, on dominira identitetom destinacije. Međutim, razvojni potencijal Parka procijenjen je kao srednje visok, što proizlazi iz njegove prostorne omeđenosti i strogog režima zaštite u odnosu na postojeću razinu razvijenosti. Analiza prihvatnih kapaciteta upućuje na izraženu koncentraciju posjeta u ljetnim mjesecima te na potrebu pažljivog upravljanja posjetiteljskim tokovima. Stoga bi daljnji razvoj NP Paklenice trebao biti usmjeren na unapređenje kvalitete doživljaja, interpretacije prostora i organizacije kretanja. Razvojna prilika NP Paklenice leži u daljnjem unapređenju infrastrukture, jačanju interpretacijskih sadržaja, edukativnih programa, događanja i vođenih tematskih obilazaka. NP Paklenica pritom nije samo atrakcijski prostor, već i područje aktivne zaštite i upravljanja bioraznolikošću uvršten u ekološku mrežu Natura 2000. Sudjelovanje NP Paklenica u međunarodnim projektima poput LIFE Lynx, usmjerenog na oporavak populacije risa u Dinaridima, dodatno potvrđuje njegovu ulogu ključnog staništa velikih zvijeri i važnog segmenta europske mreže očuvanja prirode. Naseljavanje jedinki risa na području Velebita simbolizira dugoročnu predanost očuvanju prirodnih vrijednosti, što dodatno jača identitet destinacije kao prostora u kojem zaštita prirode nije samo formalni okvir, već aktivna razvojna odrednica. U strateškom smislu, NP Paklenica ima ulogu ključne turističke atrakcije i glavnog tržišnog magneta destinacije. Njegova je primarna funkcija privlačenje posjetitelja i stvaranje međunarodne prepoznatljivosti Starigrada, dok se njegova puna razvojna vrijednost ostvaruje povezivanjem s krovnim outdoor proizvodom, lokalnom ponudom i sadržajima na širem području PP-a Velebit.

## 3.1.3. Park prirode Velebit

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE | IZNIMNO VISOK | Cijela Općina se nalazi unutar PP Velebit - najvećeg zaštićenog planinskog područja u RH s iznimnim krajobraznim i ekološkim vrijednostima. |
| SEZONALNA ELASTIČNOST | VRLO VISOK | Planinarske, pješačke i druge aktivnosti u prirodi optimalne su u proljetnim i jesenskim mjesecima, izvan vrhunca kupališne sezone. |
| PROSTORNA DISPERZIJA | VISOK | Prostor PP Velebit, pored obalnog pojasa, obuhvaća planinsko zaleđe i manje naseljene dijelove destinacije, koji u kombinaciji s drugim alatima mogu doprinijeti disperziji posjetitelja. |
| MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI | VISOK | Postoji prostor za razvoj interpretacijskih ruta, tematskih staza, vođenih programa i integracije s kulturno-ruralnom baštinom. |
| USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU | VISOK | Razvoj je moguć uz poštivanje režima zaštite, pri čemu trenutno ne postoji izražena preopterećenost prostora. |
| UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL | VRLO VISOK | **Prostor PP Velebit predstavlja razvojnu rezervu destinacije, osobito u kontekstu redistribucije i produljenja sezone.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **SREDNJE VISOK** | Naziv "Velebit" je nacionalno prepoznat, ali se njegova povezanost s destinacijom može dodatno ojačati. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VRLO VISOK** | Planinski krajobraz neposredno iznad obale daje destinaciji snažan i rijedak identitetski okvir. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VRLO VISOK** | PP Velebit može se integrirati u outdoor, kulturno-ruralne i eno-gastronomske itinerare. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VRLO VISOK** | Dio je šireg velebitskog i ličkog prostora te povezuje obalni i kontinentalni turizam. Dio sustava parkova prirode RH. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **VISOK** | Postoji potencijal za jače brendiranje i označavanje prostora, budući naziv i identitet Velebita imaju snažnu simboličku i tržišnu vrijednost. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VRLO VISOK** | **PP Velebit ima snažan diferencijacijski i brend potencijal koji trenutačno nije u potpunosti iskorišten.** |

PP Velebit predstavlja najširi teritorijalni okvir destinacije i jednu od njezinih najvažnijih razvojnih rezervi. Za razliku od NP Paklenica, koji je jasno definirana i prostorno omeđena atrakcija, PP Velebit obuhvaća cjelokupan prostor Općine te pruža mogućnost funkcionalnog širenja turističkih aktivnosti izvan najopterećenijih zona. Razvojni potencijal PP Velebit procijenjen je kao vrlo visok. Prostor nije preopterećen, omogućuje disperziju turističkih tokova te nudi širok spektar aktivnosti niskog intenziteta koje su kompatibilne s načelima održivog razvoja. Za razliku od NP Paklenica, PP Velebit na području Općine nema definirane ulazne točke niti sustav naplate ulaznica, a naplatne atrakcije PP Velebit ne nalaze se na teritoriju Općine. Time prostor nije infrastrukturno i upravljački strukturiran na način tipičan za nacionalne parkove, što s jedne strane znači manji stupanj formalne kontrole posjetiteljskih tokova, ali s druge strane otvara prostor za fleksibilniji razvoj interpretacijskih sadržaja i označavanje prostora u suradnji s lokalnom razinom. Tržišni potencijal PP Velebit također je vrlo visok. Naziv „Velebit" nosi snažnu simboličku i nacionalnu vrijednost te predstavlja jedan od najprepoznatljivijih prirodnih identiteta u Hrvatskoj. Neposredna povezanost planinskog prostora i obale daje destinaciji iznimno snažan diferencijacijski okvir, koji u tržišnom smislu nadilazi klasičnu percepciju obalne destinacije. Mogućnosti paketiranja aktivnosti, povezivanja s kulturno-ruralnom baštinom i integracije u šire velebitske i ličke itinerare dodatno potvrđuju ovu ocjenu. Istodobno, upravo činjenica da je prostor PP Velebit u komunikacijskom smislu nedovoljno istaknut predstavlja razvojnu priliku. Potencijal brendiranja, jasnijeg označavanja i integracije „Velebit" identiteta u destinacijsku promociju je velik i ne zahtijeva strukturne promjene prostora, već stratešku usmjerenost i koordinaciju. U strateškom smislu, PP Velebit ima ulogu teritorijalne razvojne platforme. Njegova valorizacija podrazumijeva razvoj i unaprjeđenje posjetiteljskih sadržaja i aktivnosti u skladu s ciljevima zaštite prirode i načelima održivog upravljanja. U konačnici, PP Velebit nije samostalan turistički proizvod, nego teritorijalna razvojna platforma koja povezuje outdoor ponudu, prirodnu i kulturno-ruralnu baštinu, naselja u zaleđu, lokalne proizvode i interpretacijske sadržaje te omogućuje prostorno širenje turističkih tokova i koristi.

## 3.1.4. Sunce, more i plaže

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **SREDNJE VISOK** | Obalni pojas i prirodne plaže predstavljaju atraktivan resurs, ali nisu diferencijacijski jedinstvene u nacionalnom kontekstu. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **NIZAK** | Element je snažno vezan uz ljetne mjesece i klimatske uvjete. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **NIZAK** | Aktivnosti su prostorno koncentrirane uz obalni pojas, bez mogućnosti značajne teritorijalne redistribucije. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VISOK** | Postoji potencijal za unapređenje uređenja, tematizacije i kvalitete plažnih sadržaja, ali bez značajne transformacije samog elementa. |

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **SREDNJI** | Daljnje povećanje intenziteta korištenja obalnog prostora može povećati infrastrukturni i prostorni pritisak. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **SREDNJI** | **Element je stabilan, ali razvojno ograničen i primarno usmjeren na podizanje kvalitete, ne na širenje.** |

## TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **VRLO VISOK** | Kupališni turizam predstavlja dominantan motiv dolaska gostiju na hrvatsku obalu, uključujući Općinu. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **SREDNJI** | U konkurentskom okruženju brojnih obalnih destinacija, element nema snažnu jedinstvenu tržišnu posebnost. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VISOK** | Može se integrirati s outdoor i drugim sadržajima, ali sam po sebi nije nositelj kompleksnih programa. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VRLO VISOK** | U potpunosti uklopljen u nacionalni obalni turistički sustav. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **VRLO VISOK** | Segment je lako tržišno komunicirati i razumljiv je širokom spektru tržišta. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VRLO VISOK** | **Element osigurava stabilnu potražnju i široku tržišnu privlačnost.** |

Sunce, more i plaže predstavljaju temeljni volumenski element destinacije i dominantan motiv dolaska velikog dijela gostiju. U tržišnom smislu riječ je o segmentu s vrlo visokim potencijalom, budući da kupališni turizam i dalje čini osnovu potražnje na hrvatskoj obali te osigurava stabilnost turističkog prometa. Razvojni potencijal ovog elementa procijenjen je kao srednji, no takva ocjena ne proizlazi iz slabosti resursne osnove, već iz strukturnih ograničenja elemenata i prostorne koncentracije aktivnosti uz obalni pojas. Općina raspolaže dugom obalnom linijom i značajnim brojem prirodnih plaža, što predstavlja snažan temelj za daljnju kvalitativnu nadogradnju. Na većem dijelu obale postoji značajan prostor za podizanje standarda uređenosti, opremljenosti i funkcionalne organizacije prostora, uključujući dodatne sadržaje za boravak, rekreaciju i obiteljski odmor. Također, postoji prostor za širenje i diversifikaciju ponude vezane uz more, poput razvoja dodatnih sadržaja aktivnog boravka na vodi, organiziranih sportskih aktivnosti ili tematskih zona prilagođenih različitim skupinama posjetitelja. Trenutačno nema značajnijeg broja specijaliziranih pružatelja usluga koji bi strukturirano aktivirali potencijal mora u ljetnim mjesecima. Time se otvara mogućnost podizanja dodane vrijednosti bez nužnog povećanja broja posjetitelja. Važno je naglasiti da razvoj ovog segmenta treba biti usmjeren na kvalitetu i sadržajnu nadogradnju, a ne na povećanje intenziteta korištenja obalnog prostora. U kombinaciji s outdoor segmentom, more i plaže mogu dobiti dodatnu dimenziju – primjerice kroz integraciju aktivnosti na vodi, sportskih sadržaja ili tematskih programa koji nadopunjuju aktivni boravak u prirodi. Time obalna ponuda ne ostaje izolirani ljetni segment, već postaje dio šireg aktivnog identiteta destinacije. Sunce, more i plaže stoga zadržavaju ključnu ulogu stabilizatora turističkog prometa, ali njihov razvojni potencijal primarno leži u podizanju kvalitete, diversifikaciji sadržaja i boljoj aktivaciji postojećeg prostora, a ne nužno u prostornom širenju ili volumenskom rastu.

## 3.1.5. Kamping

### RAZVOJNI POTENCIJAL

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **VISOK** | Kamping je prostorno vezan uz obalu i prirodni ambijent, kompatibilan s identitetom destinacije kao prostora aktivnog boravka u prirodi. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **SREDNJE VISOK** | Kamping je manje striktno vezan uz vrhunac ljeta od klasičnog smještaja, osobito u segmentu aktivnih i mobilnih gostiju. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **SREDNJI** | Kapaciteti su primarno uz obalni pojas, ali omogućuju određenu funkcionalnu povezanost sa zaleđem i outdoor sadržajima. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VRLO VISOK** | Postoji značajan potencijal za specijalizaciju (bike-friendly, hiker-friendly, glamping), podizanje standarda i tematsko profiliranje. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **VISOK** | Kamping, osobito u suvremenim oblicima, omogućuje kontroliran i prostorno racionalan razvoj uz manji pritisak na trajnu izgradnju. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Kamping ima snažan prostor za kvalitativni iskorak i diferencijaciju unutar postojećeg kapaciteta.** |

### TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **VISOK** | Hrvatska je etablirana kamping destinacija, a segment mobilnih gostiju stabilan je i rastući. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VISOK** | Povezanost kampinga s planinskim zaleđem i outdoor aktivnostima daje mu dodatnu tržišnu specifičnost. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VRLO VISOK** | Kamping je izrazito kompatibilan s outdoor programima, sportskim događanjima i aktivnim turizmom. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VRLO VISOK** | Mobilni gosti često kombiniraju više destinacija i parkova unutar jedne regije. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **VISOK** | Segment je jasno prepoznat na specijaliziranim tržištima i platformama. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Kamping ima stabilnu tržišnu bazu i prostor za dodatnu specijalizaciju.** |

Kamping predstavlja smještajni segment koji je prirodno usklađen s identitetom destinacije aktivnog boravka u prirodi. Razvojni potencijal kampinga procijenjen je kao visok, prvenstveno zbog mogućnosti kvalitativne nadogradnje i specijalizacije. Suvremeni trendovi u kamping turizmu ukazuju na rast potražnje za tematski profiliranim kampovima, glamping sadržajima te infrastrukturom prilagođenom aktivnim gostima, poput biciklista, planinara ili sudionika sportskih manifestacija. U tom kontekstu, kamping na području Općine može dodatno ojačati svoju povezanost s outdoor segmentom i postati nositelj specijaliziranog smještaja. U odnosu na apartmanski smještaj, kamping je prostorno racionalniji oblik razvoja, jer omogućuje smještaj većeg broja gostiju uz manji intenzitet trajne izgradnje. To ga čini kompatibilnijim s načelima održivosti i upravljanja prihvatnim kapacitetima, osobito u kontekstu ograničenog obalnog prostora. Tržišno gledano, kamping ima stabilnu i međunarodno prepoznatu bazu potražnje. Njegova dodatna razvojna snaga leži u mogućnosti paketiranja s outdoor sadržajima i regionalnim itinerarima, čime Općina može ojačati svoju poziciju kao baza za aktivni boravak u široj regiji. Slijedom navedenog, kamping se definira kao segment s visokim razvojnim i tržišnim potencijalom, koji može igrati važnu ulogu u kvalitativnoj transformaciji smještajne strukture destinacije.

## 3.1.6. Smještaj u domaćinstvu

### RAZVOJNI POTENCIJAL

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **SREDNJI** | Smještaj u domaćinstvu oslanja se na obalnu i prirodnu atraktivnost destinacije, ali sam po sebi ne predstavlja diferencijacijski resurs. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **SREDNJI** | Nije klimatski ograničen poput kampinga te ima potencijal za korištenje u pred i posezoni kroz integraciju s outdoor turizmom i manifestacijama. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **VISOK** | Kapaciteti su raspoređeni u više naselja, što omogućuje određenu teritorijalnu raspodjelu gostiju. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VISOK** | Postoji značajan potencijal za profesionalizaciju, tematsku specijalizaciju (bike-friendly, hiker-friendly, obiteljski segment) i podizanje kvalitete usluge. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **SREDNJI** | Daljnje povećanje kapaciteta može pojačati infrastrukturni pritisak; razvoj treba biti usmjeren na kvalitetu, ne kvantitetu. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **SREDNJE VISOK** | **Segment ima prostor za kvalitativnu transformaciju unutar postojećih kapaciteta.** |

### TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **VRLO VISOK** | Smještaj u domaćinstvu dominantan je oblik smještaja na hrvatskoj obali i široko prihvaćen na međunarodnom tržištu. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **SREDNJI** | U generičkom obliku nema izraženu tržišnu posebnost, ali specijalizacija može povećati diferencijaciju. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VISOK** | Može se tematski povezati s outdoor, sportskim i drugim programima kroz ciljanu specijalizaciju. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VISOK** | Smještaj u domaćinstvu lako se uklapa u regionalne itinerare i mobilne obrasce putovanja. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **VISOK** | Segment je snažno prisutan na digitalnim platformama i lako dostupan tržištu. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Stabilan i široko prihvaćen segment s prostorom za diferencijaciju kroz specijalizaciju.** |

Smještaj u domaćinstvu predstavlja najzastupljeniji oblik smještaja u destinaciji te ima ključnu ulogu u generiranju turističkog prometa. Njegova tržišna snaga proizlazi iz fleksibilnosti, dostupnosti i prilagodljivosti različitim segmentima gostiju, osobito obiteljima i individualnim putnicima. Razvojni potencijal ovog segmenta procijenjen je kao srednje visok. Iako sam po sebi ne predstavlja diferencijacijski element destinacije, smještaj u domaćinstvu ima značajan prostor za kvalitativnu transformaciju. Profesionalizacija, standardizacija, tematska specijalizacija te prilagodba potrebama aktivnih gostiju mogu značajno povećati njegovu dodanu vrijednost bez potrebe za daljnjim povećanjem kapaciteta. U kontekstu ukupne strukture smještaja važno je naglasiti da, unatoč poželjnosti razvoja hotelskih kapaciteta, u kratkoročnom razdoblju nije realno očekivati izgradnju novih hotela. Novi hotelski objekti donijeli bi destinaciji niz prednosti, uključujući produljenje sezone, privlačenje gostiju veće platežne moći te razvoj dodatne infrastrukture (konferencijske, sportsko-rekreacijske i ugostiteljske) koja bi bila dostupna i širem krugu posjetitelja. Do tada, smještaj u domaćinstvu ostaje temelj smještajne ponude i ključni nositelj transformacije kvalitete. Važno je istaknuti da je Općina razvojnim planovima predvidjela i zonu za izgradnju novih hotelskih kapaciteta. S obzirom na izraženu sezonalnost, daljnji razvoj ovog segmenta treba biti usmjeren na integraciju s outdoor sadržajima i manifestacijama izvan vrhunca ljeta, čime se povećava sezonska raspodjela potražnje i stabilnost poslovanja. Posebnu priliku predstavlja specijalizacija dijela smještaja za aktivne goste, uključujući bicikliste, planinare, trail trkače i sudionike sportskih događanja, što je potvrđeno i kroz nalaze fokus grupa. U tom kontekstu, važan razvojni smjer predstavlja i pomak od modela “iznajmljivača” prema modelu “domaćina”. Cilj je potaknuti pružatelje smještaja da preuzmu aktivniju ulogu u oblikovanju doživljaja gosta – kroz osobni pristup, pružanje informacija, preporuka i uključivanje

gostiju u lokalni kontekst. Takav pristup doprinosi većem zadovoljstvu gostiju, duljem boravku i jačanju autentičnosti destinacije. Dodatno, postoji prostor za postupnu transformaciju dijela smještaja u domaćinstvu prema višim oblicima kvalitete i usluge, uključujući razvoj bed and breakfast ponude te manjih obiteljskih hotelskih kapaciteta. Ovakvi oblici smještaja mogu kombinirati fleksibilnost privatnog sektora s višom razinom usluge i profesionalizacije, čime doprinose rastu vrijednosti po gostu i ukupnoj konkurentnosti destinacije. U strateškom smislu, smještaj u domaćinstvu zadržava ulogu volumenskog stabilizatora destinacije, ali njegova buduća konkurentnost ovisit će o sposobnosti prelaska s generičkog modela na model kvalitete, specijalizacije, domaćinskog pristupa i bolje integracije u ukupni identitet destinacije.

## 3.1.7. Manifestacije

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **VISOK** | Prirodni ambijent te postojeća outdoor infrastruktura omogućuju sportske, rekreativne i tematske događaje visoke atraktivnosti. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **IZNIMNO VISOK** | Manifestacije se mogu strateški pozicionirati u pred i posezonu te izravno utjecati na raspodjelu turističkog prometa kroz godinu. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **VISOK** | Manifestacije se mogu organizirati u obalnom prostoru i zaleđu, čime doprinose teritorijalnoj ravnoteži. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VRLO VISOK** | Tematska specijalizacija (sport, outdoor, kultura, gastronomija) može generirati visoku potrošnju i vidljivost bez izgradnje infrastrukture. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **VISOK** | Manifestacije su vremenski ograničene i upravljive te omogućuju kontrolu intenziteta korištenja prostora. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Manifestacije predstavljaju snažan razvojni alat za upravljanje sezonalnošću i jačanje identiteta.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **VISOK** | Outdoor i sportske manifestacije imaju potencijal međunarodne vidljivosti, osobito u specijaliziranim nišama. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VRLO VISOK** | Kombinacija planinskog i obalnog ambijenta omogućuje organizaciju jedinstvenih manifestacija u nacionalnom kontekstu. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VRLO VISOK** | Manifestacije se izravno povezuju sa smještajem, ugostiteljstvom i outdoor ponudom. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VISOK** | Manifestacije mogu privlačiti sudionike iz šire regije i povezivati se s drugim destinacijama. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **VRLO VISOK** | Manifestacije generiraju medijsku prisutnost i digitalnu vidljivost izvan klasičnih promotivnih kanala. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VRLO VISOK** | **Manifestacije imaju snažan brend potencijal i mogu pozicionirati destinaciju u specijaliziranim segmentima.** |

U cjelini, manifestacije predstavljaju jedan od važnijih operativnih alata razvoja destinacije, osobito u kontekstu jačanja outdoor identiteta i upravljanja sezonalnošću. Na području Općine već postoje afirmirana događanja poput Highlander Velebit, Međunarodni susret penjača, Velebit Trail i drugih sportskih programa koji su snažno povezani s planinskim i aktivnim segmentom ponude. Upravo ta vrsta manifestacija potvrđuje potencijal destinacije da se još snažnije pozicionira kao međunarodno prepoznata outdoor scena. Razvojni potencijal manifestacija procijenjen je kao visok jer omogućuju ciljano aktiviranje prostora u razdobljima niže popunjenosti smještajnih kapaciteta. Sportske i rekreativne manifestacije mogu se strateški smještati u proljetne i jesenske mjesece, kada su klimatski uvjeti optimalni za planinarenje, trail trčanje i druge aktivnosti na Velebitu. Time takve manifestacije postaju izravan instrument produljenja sezone i povećanja iskorištenosti postojećih kapaciteta bez potrebe za njihovim širenjem. Posebna razvojna prilika leži u snažnijoj suradnji s upravama NP Paklenica i PP Velebit. Oba zaštićena područja upravljaju iznimno atraktivnim krajobrazima koji predstavljaju idealnu pozornicu za tematska sportska, edukativna i interpretacijska događanja. Kroz koordinirano

planiranje moguće je razvijati manifestacije koje dodatno afirmiraju vrijednosti zaštićenog prostora, uz poštivanje režima zaštite i upravljanja posjetiteljskim tokovima. Osim sportskog i outdoor segmenta, manifestacije imaju potencijal i za afirmaciju prirodne i kulturno-povijesne baštine, što potvrđuje, primjerice, i organizacija birdwatching festivala. Povijesna orijentiranost prostora prema planini, stočarstvu i velebitskom zaleđu čini temelj lokalnog identiteta, koji se može dodatno valorizirati kroz tematske programe, obilježavanje tradicionalnih svetkovina, interpretaciju lokalnih običaja i kulturnih manifestacija vezanih uz planinski način života. Takva događanja ne samo da doprinose očuvanju identiteta, nego destinaciji daju dodatnu dubinu i autentičnost. U strateškom smislu, manifestacije nisu samo promotivni alat, već instrument strukturiranja turističkog sustava. One povezuju outdoor aktivnosti, smještajne kapacitete, lokalnu zajednicu i kulturnu baštinu u koherentnu razvojnu cjelinu. Njihov potencijal leži u usklađenosti s identitetom destinacije, a ne u kvantitativnom povećanju broja manifestacija u vrhuncu sezone.

## 3.1.8. Kulturno-ruralna baština

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **VISOK** | Prostor raspolaže raznovrsnom kulturnom baštinom koja uključuje tradicijsku arhitekturu, pastirske stanove, mirila, sakralne objekte te arheološke i druge graditeljske lokalitete različitih povijesnih razdoblja. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **VRLO VISOK** | Kulturni sadržaji nisu klimatski ograničeni i mogu se razvijati tijekom cijele godine. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **VISOK** | Baštinski elementi raspoređeni su u zaleđu i manjim naseljima, što omogućuje određenu teritorijalnu redistribuciju turističkih aktivnosti. |
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VISOK** | Interpretacija, tematske rute, digitalni sadržaji i povezivanje s outdoor ponudom mogu povećati vrijednost baštine uz ograničene zahvate u prostoru. Obnova i stavljanje pojedinih objekata u funkciju složeniji su zbog vlasničkih odnosa, konzervatorskih zahtjeva i potreba za dodatnim financiranjem. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **VISOK** | Valorizacija baštine može se temeljiti na obnovi postojećih struktura, interpretaciji lokaliteta i manjim, pažljivo usmjerenim zahvatima. Razvoj mora biti prilagođen osjetljivosti planinskog prostora, zaštiti baštine i kontroli pristupa pojedinim lokalitetima. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Kulturno-ruralna i povijesna baština ima snažan diferencijacijski i integracijski potencijal, ali njezina puna aktivacija ovisi o rješavanju vlasničkih, konzervatorskih, pristupnih i interpretacijskih ograničenja.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **SREDNJI** | Pojedini elementi, osobito mirila, imaju prepoznatljivost, ali kulturno-ruralna, arheološka i povijesna baština u cjelini još nije jasno oblikovana kao motiv dolaska ni kao cjelovita baštinska ponuda destinacije. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VRLO VISOK** | Spoj planinske i stočarske tradicije, mirila, tradicijskoga graditeljstva te arheološke, sakralne i povijesne baštine daje destinaciji slojevit identitet koji se jasno razlikuje od tipične ponude obalnih destinacija. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VISOK** | Baštinski sadržaji mogu se povezivati s pješačkim, planinarskim i biciklističkim rutama, manifestacijama i eno-gastronomijom. Sustavno paketiranje zahtijeva prethodno istraživanje, interpretaciju, obilježavanje lokaliteta te rješavanje vlasničkih i organizacijskih pitanja. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VISOK** | Baštinski elementi povezivi su sa širim velebitskim i ličkim kulturnim prostorom. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **SREDNJE VISOK** | Mirila su najvidljiviji element baštine, dok su brojni arheološki, graditeljski i sakralni lokaliteti slabo interpretirani i nedovoljno zastupljeni u komunikaciji destinacije. Postoji znatan prostor za njihovo povezivanje u prepoznatljivu baštinsku priču. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Kulturno-ruralna i povijesna baština može snažno pridonijeti diferencijaciji destinacije, ali njezino tržišno oblikovanje zahtijeva sustavnu interpretaciju, bolju vidljivost i postupno uklanjanje prepreka koje ograničavaju korištenje pojedinih lokaliteta.** |

Kulturno-ruralna i povijesna baština Općine duboko je ukorijenjena u planinskom prostoru i povijesnoj usmjerenosti stanovništva prema Velebitu. Identitet područja stoljećima je oblikovan životom između planine i mora, pri čemu je planina imala važnu ulogu u gospodarstvu, stočarstvu, sezonskim migracijama i oblikovanju naselja. Taj slojeviti odnos prema prostoru i danas je vidljiv u materijalnim i nematerijalnim elementima baštine. Jedan od najupečatljivijih elemenata tog identiteta su mirila – jedinstvena kamena spomen-obilježja smještena na planinskim prijevojima južnog Velebita, povezana s tradicionalnim pogrebnim običajima velebitskog kraja. Mirila imaju status zaštićenog nematerijalnog kulturnog dobra Republike Hrvatske te predstavljaju snažan interpretacijski potencijal. Poučne staze koje vode do lokaliteta s očuvanim mirilima, virtualni muzej i stalna izložba „Mirila – počivala duša“ u Etno kući Marasović čine postojeću osnovu za daljnje razvijanje kulturnih sadržaja unutar outdoor ponude. Posebnu vrijednost Podvelebitskog prostora predstavlja tradicijski stil planinske gradnje poznat kao „krov na kubu“. Riječ je o specifičnom obliku kamenih kuća s karakterističnom konstrukcijom krovišta prilagođenom klimatskim uvjetima Velebita. Zajedno sa suhozidima, gusternama, bunarima i pastirskim stanovima, takva gradnja svjedoči o prilagodbi lokalnog stanovništva prostoru i čini prepoznatljiv dio kulturnog krajolika. Bogata arheološka, sakralna i graditeljska baština rasprostranjena na području Općine dodatno svjedoči o kontinuiranoj naseljenosti i strateškoj važnosti prostora kroz različita povijesna razdoblja. Iako je velik dio te baštine još uvijek nedovoljno istražen, interpretiran i turistički valoriziran te slabo vidljiv i prepoznatljiv u prostoru, upravo u tome leži njezin znatan razvojni potencijal. Sustavno istraživanje, zaštita i interpretacija lokaliteta, uz njihovo povezivanje s postojećim pješačkim, planinarskim i biciklističkim rutama, omogućili bi razvoj kulturno-povijesnih staza koje bi posjetiteljima pružile cjelovitiji doživljaj prostora. Valorizacija baštine ipak je suočena s nizom strukturnih ograničenja. Neriješeni imovinsko-pravni odnosi na javnim i privatnim nekretninama otežavaju obnovu starih kamenih kuća, uređenje pojedinih lokaliteta i prenamjenu baštinskih objekata. Dodatne prepreke predstavljaju konzervatorski zahtjevi, visoki troškovi obnove, neuređeni prilazi i ograničena pristupačnost dijela lokaliteta. Rješavanje pristupa ne bi se trebalo temeljiti na nekontroliranom otvaranju novih prometnica, nego na uređenju postojećih putova, pješačkih pristupa, signalizacije i digitalne interpretacije, uz očuvanje krajobraza i kontrolu korištenja prostora. Razvoj kulturno-ruralnog i povijesnog segmenta zato se treba temeljiti na postupnoj i selektivnoj aktivaciji baštine. Prioritet mogu imati lokaliteti s riješenim vlasničkim odnosima i mogućnošću sigurnog posjećivanja, dok se kod drugih sadržaja vidljivost može povećati interpretacijskim pločama, digitalnim kartama, virtualnim prikazima i uključivanjem u vođene ture. Na taj se način turistička vrijednost baštine može povećavati bez prekomjernih zahvata u osjetljivom planinskom prostoru. Kulturna baština može se povezivati s outdoor aktivnostima, lokalnom gastronomijom, manifestacijama i programima upoznavanja tradicijskog načina života. Tematske rute, edukativni programi i obilježavanje lokalnih svetkovina mogu pridonijeti većoj povezanosti turizma i lokalne zajednice te omogućiti da se dio turističkih aktivnosti usmjeri prema zaleđu i manjim naseljima. Kulturno-ruralna i povijesna baština stoga ima visok razvojni i tržišni potencijal te može snažno pridonijeti diferencijaciji destinacije i afirmaciji njezina podvelebitskog identiteta. Taj potencijal trenutačno je samo djelomično aktiviran, a njegovo puno korištenje ovisit će o sustavnoj zaštiti i interpretaciji, rješavanju imovinsko-pravnih pitanja, osiguravanju financijskih izvora i pažljivo kontroliranom uključivanju lokaliteta u turističku ponudu.

## 3.1.9. Eno-gastronomija

**RAZVOJNI POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **SNAGA I JEDINSTVENOST RESURSNE OSNOVE** | **SREDNJE VISOK** | Spoj mediteranske i planinske gastronomije, lokalni proizvodi šireg područja te tradicija ribarstva i stočarstva. |
| **SEZONALNA ELASTIČNOST** | **VRLO VISOK** | Gastronomija nije klimatski ograničena i može se razvijati tijekom cijele godine. |
| **PROSTORNA DISPERZIJA** | **SREDNJI** | Ugostiteljski objekti koncentrirani su uz obalu, ali postoji potencijal razvoja ponude u zaleđu. |

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **MOGUĆNOST PODIZANJA DODANE VRIJEDNOSTI** | **VRLO VISOK** | Tematske večeri, gastro-rute, suradnja s OPG-ovima iz subregije i povezivanje s manifestacijama mogu značajno povećati potrošnju po gostu. |
| **USKLAĐENOST S PRIHVATNIM KAPACITETIMA I ODRŽIVOŠĆU** | **VISOK** | Razvoj gastronomije ne zahtijeva dodatno opterećenje prostora već podiže vrijednost postojećeg sustava. |
| **UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Snažan prostor za kvalitativni iskorak kroz strukturiranje i brendiranje.** |

**TRŽIŠNI (MARKETINŠKI) POTENCIJAL**

| KRITERIJ | OCJENA | OBRAZLOŽENJE |
|---|---|---|
| **PREPOZNATLJIVOST** | **SREDNJI** | Destinacija nije primarno percipirana kao gastro-odredište, ali ima bazu za jačanje te percepcije. |
| **DIFERENCIJACIJA** | **VISOK** | Spoj velebitske planinske tradicije i mediteranske kuhinje daje specifičan identitet. |
| **MOGUĆNOST PAKETIRANJA** | **VRLO VISOK** | Eno-gastronomija se lako integrira s outdoor segmentom, kulturnim rutama i manifestacijama. |
| **REGIONALNA INTEGRIRANOST** | **VRLO VISOK** | Mogućnost povezivanja s ličkim zaleđem, Zadarskom županijom i širim dalmatinskim prostorom. |
| **KOMUNIKACIJSKA VIDLJIVOST** | **SREDNJE VISOK** | Postoji prostor za snažnije brendiranje lokalnih proizvoda i identiteta. |
| **UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL** | **VISOK** | **Segment može značajno doprinijeti diferencijaciji i povećanju potrošnje.** |

Eno-gastronomija u Općini proizlazi iz spoja mediteranskog obalnog i planinskog velebitskog identiteta šire regije. Tradicija stočarstva, branja samoniklog bilja i ribarska baština podvelebitskog kanala oblikuju gastronomski profil prostora. Taj spoj planinske i primorske kuhinje predstavlja temeljni diferencijacijski potencijal destinacije. Istodobno, razina primarne poljoprivredne proizvodnje na području Općine je ograničena, što smanjuje dostupnost lokalno proizvedenih namirnica. Ova činjenica predstavlja strukturno ograničenje u razvoju snažnijeg “od polja do stola” modela unutar same destinacije. Razvojni potencijal stoga ne leži isključivo u povećanju lokalne proizvodnje, već u jačem povezivanju ugostitelja s regionalnim proizvođačima iz šireg podvelebitskog i ličkog prostora te u jasnijem brendiranju podvelebitskog gastronomskog identiteta. Ključna prilika leži u strukturiranju ponude, interpretaciji podrijetla namirnica i tematskom profiliranju jelovnika. Gastronomija može imati važnu ulogu u produljenju boravka i povećanju prosječne potrošnje gostiju, osobito u kombinaciji s outdoor i kulturnim segmentima. Nakon planinarske ili biciklističke aktivnosti, autentično gastronomsko iskustvo predstavlja prirodan nastavak doživljaja prostora. Priliku predstavlja razvoj tematskih događanja i gastro-manifestacija koje bi dodatno afirmirale lokalne proizvode, ali bez ambicije transformacije destinacije u primarno gastronomsko odredište. Gastronomija u kontekstu Općine ima ulogu produbljivanja identiteta i povećanja dodane vrijednosti, a ne generiranja volumena.

## 3.1.10. Pregled potencijala ključnih elemenata turističke ponude

| KLJUČNI ELEMENT PONUDE | UKUPNI RAZVOJNI POTENCIJAL | UKUPNI TRŽIŠNI POTENCIJAL |
|---|---|---|
| Outdoor / aktivni turizam | **VRLO VISOK** | **VRLO VISOK** |
| Nacionalni park Paklenica | **SREDNJE VISOK** | **IZNIMNO VISOK** |
| Park prirode Velebit | **VRLO VISOK** | **VRLO VISOK** |
| Sunce, more i plaže | **SREDNJI** | **VRLO VISOK** |
| Kamping | **VISOK** | **VISOK** |
| Smještaj u domaćinstvu | **SREDNJE VISOK** | **VISOK** |
| Manifestacije | **VISOK** | **VRLO VISOK** |
| Kulturno-ruralna baština | **VISOK** | **VISOK** |
| Eno-gastronomija | **VISOK** | **VISOK** |

Pregled pokazuje da visina razvojnog i tržišnog potencijala nije jedina osnova za određivanje strateške uloge pojedinog elementa. Outdoor, odnosno aktivni turizam, ima vrlo visok razvojni i

tržišni potencijal te predstavlja krovni turistički proizvod destinacije. NP Paklenica, unatoč srednje visokom razvojnom potencijalu, zbog iznimne tržišne snage ima ulogu ključne turističke atrakcije i glavnoga tržišnog magneta, dok PP Velebit predstavlja teritorijalnu razvojnu platformu s vrlo visokim razvojnim i tržišnim potencijalom. Sunce, more i plaže te smještaj u domaćinstvu imaju stabilizacijsku ulogu, dok kamping, manifestacije, kulturno-ruralna baština i eno-gastronomija pružaju prostor za diferencijaciju, specijalizaciju i kvalitativnu nadogradnju ponude. Budući razvoj zato treba usmjeriti prema povezivanju tih različitih uloga, produljenju sezone i povećanju dodane vrijednosti, a ne prema nekontroliranom povećanju broja posjetitelja tijekom srpnja i kolovoza.

## 3.1.11. Strateške uloge ključnih elemenata turističke ponude

Provedena procjena razvojnih i tržišnih potencijala pokazuje da turistički sustav u destinaciji nije homogen, već se sastoji od elemenata različite funkcije i strateške težine. Iako se na svim segmentima i do sada radilo te svi imaju određenu ulogu u ukupnoj strukturi ponude, njihova razvojna snaga i doprinos diferencijaciji destinacije nisu jednaki. Na temelju analize moguće je izdvojiti tri skupine: **nosivi elementi razvoja**, **stabilizatore volumena** te **diferencijacijske potencijale**.

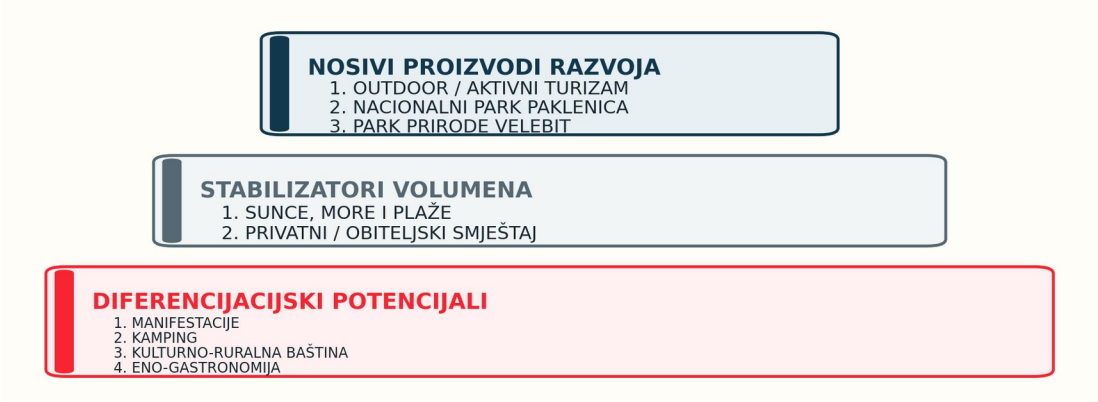
**Nosivi elementi razvoja** imaju središnju ulogu u oblikovanju identiteta i tržišne pozicije destinacije. Njihov nosivi karakter ne proizlazi nužno iz iste vrste potencijala niti isključivo iz visine ukupne ocjene, nego iz funkcije koju imaju u destinacijskom sustavu. U tom kontekstu, **outdoor, odnosno aktivni turizam, predstavlja krovni turistički proizvod destinacije**. Kombinacija planinskog zaleđa, kanjona Paklenice, podvelebitskog prostora i obalne zone čini jedinstvenu prostornu cjelinu koja omogućuje razvoj planinarenja, trail trčanja, penjanja, biciklizma i drugih oblika aktivnog boravka. Outdoor segment ne samo da diferencira destinaciju u odnosu na druge obalne destinacije, već omogućuje teritorijalnu redistribuciju turističkih tokova i osnaživanje pred i posezone. Uz outdoor segment, važnu potpornu ulogu imaju i manifestacije tematski usmjerene na aktivni turizam i planinski identitet. Iako ne predstavljaju nosivi element same po sebi, one su važan alat za jačanje vidljivosti outdoor ponude, upravljanje sezonalnošću i obogaćivanje ukupnog doživljaja destinacije. Sportska i rekreativna događanja već su pokazala sposobnost privlačenja specifičnih tržišnih segmenata i generiranja međunarodne vidljivosti. Njihova strateška vrijednost leži u mogućnosti upravljanja sezonalnošću i povećanja iskorištenosti postojećih kapaciteta bez dodatnog infrastrukturnog opterećenja, a i dobro se nadopunjuju s outdoor segmentom.

**NP Paklenica** ima ulogu ključne turističke atrakcije i glavnoga tržišnog magneta destinacije. Iako je njegov razvojni potencijal ograničen režimom zaštite i prostornom nosivošću, iznimno visok tržišni potencijal osigurava mu središnju ulogu u privlačenju posjetitelja i međunarodnoj prepoznatljivosti Starigrada. Park je ujedno ulazna točka u širi outdoor sustav. **PP Velebit** ima ulogu teritorijalne razvojne platforme. Za razliku od NP-a Paklenica, njegova se važnost ne temelji prvenstveno na koncentriranju posjetitelja, nego na povezivanju obalnog prostora sa zaleđem, širenju turističkih tokova, aktiviranju slabije valoriziranih atrakcija i jačanju identiteta Starigrada kao dijela šireg velebitskog prostora. Tri nosiva elementa tako imaju različite, ali komplementarne funkcije: outdoor objedinjuje ponudu, NP Paklenica privlači posjetitelje, a PP Velebit omogućuje njezino prostorno širenje i povezivanje.

Elementi poput **sunca, mora i plaža te smještaja u domaćinstvu** imaju **stabilizacijsku ulogu u turističkom sustavu**. Oni generiraju najveći dio prometa i osiguravaju ekonomsku osnovu destinacije, ali ne predstavljaju primarni diferencijacijski element. Njihov razvoj treba biti usmjeren na podizanje kvalitete i povezivanje s nosivim elementima razvoja, a ne na opće kvantitativno širenje smještaja u domaćinstvu. Prostor za ciljano povećanje smještajnih kapaciteta odnosi se prvenstveno na hotelske kapacitete više kategorije u za to planiranim zonama, a ne na daljnje generičko širenje postojećega privatnog smještaja.

**Kamping, manifestacije, kulturno-ruralna baština podvelebitskog prostora** i **eno-gastronomija** zauzimaju važnu diferencijacijsku poziciju u strukturi elemenata ponude. Diferencijacijski potencijali ne predstavljaju manje važne elemente turističkog sustava, nego

segmente čija je ključna uloga produbljivanje identiteta destinacije, povećanje dodane vrijednosti i obogaćivanje iskustva boravka. Kamping je izrazito kompatibilan s outdoor identitetom i ima snažan potencijal specijalizacije, dok eno-gastronomija može povećati dodanu vrijednost i produbiti autentičnost doživljaja, osobito kroz povezivanje s regionalnim proizvođačima i lokalnom tradicijom. Manifestacije u toj skupini imaju posebnu ulogu jer, osim što obogaćuju ponudu i jačaju diferencijaciju destinacije, mogu biti izravno u funkciji podrške nosivom outdoor elementu. Razvojni oslonac u smislu diferencijacije predstavlja i kulturno-ruralna baština podvelebitskog prostora. Elementi poput mirila, tradicijskog stila gradnje „krov na kubu“, suhozida i planinskih stanova svjedoče o povijesnoj orijentiranosti prostora prema Velebitu. Ovaj segment ima visok razvojni potencijal jer omogućuje produbljivanje identiteta destinacije i stvaranje cjelovitog doživljaja koji nadilazi jednodimenzionalnu percepciju obalne destinacije, a njegova valorizacija doprinosi i prostornoj ravnoteži razvoja. Sva četiri segmenta predstavljaju važne **diferencijacijske, ali komplementarne, elemente s potencijalom kvalitativne nadogradnje**.




Budući razvoj Općine kao turističke destinacije treba se temeljiti na povezivanju triju nosivih elemenata koji imaju različite, ali komplementarne uloge. Outdoor, odnosno aktivni turizam, predstavlja krovni turistički proizvod koji objedinjuje glavne aktivnosti i sadržaje destinacije. NP Paklenica ključna je turistička atrakcija i glavni tržišni magnet koji osigurava nacionalnu i međunarodnu prepoznatljivost Starigrada. PP Velebit predstavlja teritorijalnu razvojnu platformu koja omogućuje povezivanje obalnog prostora i zaleđa, širenje turističkih tokova te aktiviranje kulturno-ruralne baštine i drugih slabije valoriziranih sadržaja. Njihovo povezivanje omogućuje da se privlačna snaga NP-a Paklenica pretvori u širu outdoor ponudu i ravnomjernije raspoređene koristi za cijelu destinaciju.

Stabilizacijski elementi ponude, poput sunca, mora i plaža te smještaja u domaćinstvu, osiguravaju ekonomsku osnovu i kontinuitet turističkog prometa, dok kamping, manifestacije, kulturno-ruralna baština i eno-gastronomija predstavljaju diferencijacijske i razvojne potencijale. Diferencijacijski potencijali, osobito u području kulturno-ruralne baštine i tematski usmjerenih manifestacija, pružaju prostor za produbljivanje identiteta i povećanje dodane vrijednosti bez povećanja volumena. Ovakva podjela strateških uloga jasno upućuje na model razvoja koji se ne temelji na kvantitativnom širenju kapaciteta, već na integraciji, diferencijaciji i prostorno uravnoteženom korištenju resursa. Ona predstavlja temelj za definiranje vizije i razvojnih načela destinacije u nastavku Plana upravljanja.

# POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

04

U skladu s odredbama Zakona o turizmu, 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 svoju održivost, što je ključno u eri kada su održivi pristupi postali ključni za dugoročni uspjeh turizma. Plan mora sadržavati obvezne pokazatelje održivosti destinacije, a sadržava i specifične pokazatelje održivosti destinacije, koji su utemeljeni na analizi stanja destinacije i povezani s razvojnim smjerom. Popis 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).

# 4.1. Obvezni pokazatelji održivosti

## 4.1.1. Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone

Pokazatelj mjeri intenzitet turističkih aktivnosti u vrhuncu sezone kroz odnos broja ostvarenih turističkih noćenja i broja stalnih stanovnika, izražen kao broj noćenja na sto stanovnika. Fokus je na kolovozu, koji predstavlja razdoblje najvećeg pritiska na prostor, infrastrukturu i lokalnu zajednicu. Pokazatelj pruža kvantitativnu osnovu za procjenu opterećenja koje turizam stvara u najintenzivnijem dijelu godine te predstavlja važan alat za planiranje i upravljanje razvojem destinacije.

| **Učestalost mjerenja** | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2024.)** | |
| **323,85** | |

Vrijednost pokazatelja od 323,85 turističkih noćenja na 100 stalnih stanovnika u kolovozu upućuje na **vrlo visoku koncentraciju turističke aktivnosti u vršnom dijelu godine**. Takav intenzitet potvrđuje snažan sezonski pritisak na prostor, komunalnu i prometnu infrastrukturu, javne usluge i svakodnevno funkcioniranje lokalne zajednice. Budući da se pokazatelj odnosi isključivo na najopterećeniji mjesec, on ponajprije naglašava izraženu sezonalnost turizma. Rezultat stoga jasno upućuje na potrebu pažljivog upravljanja turističkim tokovima u glavnoj sezoni te na važnost mjera usmjerenih na produljenje sezone i ravnomjerniju raspodjelu turističke aktivnosti tijekom godine.

## 4.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Pokazatelj mjeri udio stalnih stanovnika zadovoljnih razvojem turizma te pokazuje odnos lokalne zajednice prema turističkim aktivnostima i njihovim učincima. Pozitivan stav stanovnika važan je za dugoročni uspjeh turizma, jer izostanak podrške može otežati daljnji razvoj, uključujući ulaganja i nove projekte.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **36,14 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 36,14 % upućuje na **nizak udio stanovnika zadovoljnih turizmom u destinaciji**. Takav rezultat sugerira da dio lokalne zajednice turizam ne doživljava kao dovoljno uravnotežen u odnosu na pritiske koje stvara, osobito u uvjetima izražene sezonalnosti i intenzivnog opterećenja prostora, infrastrukture i javnih usluga tijekom glavne sezone. Pokazatelj zato jasno naglašava potrebu za sustavnijim upravljanjem turističkim razvojem, jačanjem uključenosti lokalne zajednice i usmjeravanjem turizma prema modelu koji više doprinosi kvaliteti života stanovnika. Povećanje zadovoljstva lokalnog stanovništva pritom je jedan od ključnih preduvjeta društvene prihvaćenosti i dugoročne održivosti turizma.

## 4.1.3. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

Pokazateljem se procjenjuje zadovoljstvo turista u komercijalnom smještaju i jednodnevnih posjetitelja ukupnim boravkom u destinaciji, kao i njihova spremnost na preporuku destinacije drugima. Praćenje pokazatelja omogućuje procjenu učinaka mjera usmjerenih na unapređenje turističke ponude i kvalitete doživljaja.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Indeks zadovoljstva posjetitelja destinacijom** | **79,71 %** |
| **Neto spremnost na preporuku** | **36,75 %** |

Vrijednost indeksa zadovoljstva posjetitelja od 79,71 % upućuje na **visoku razinu općeg zadovoljstva destinacijom** i potvrđuje njezinu atraktivnost kao mjesta boravka i posjeta. Posjetitelji očito u velikoj mjeri pozitivno ocjenjuju cjelokupno iskustvo, no neto spremnost na preporuku od 36,75 % pokazuje umjereniju razinu oduševljenja i lojalnosti. Razlika između zadovoljstva i spremnosti na preporuku upućuje na to da je iskustvo boravka pozitivno, ali ne i dovoljno upečatljivo ili diferencirano da bi snažnije potaknulo preporuku drugima. Pokazatelj stoga naglašava potrebu za daljnjim jačanjem autentičnih doživljaja, prepoznatljivosti destinacije i elemenata koji ostavljaju trajniji dojam na posjetitelje.

## 4.1.4. Pristupačnost destinacije - udio atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom

Pokazatelj mjeri udio turističkih atrakcija i lokaliteta od interesa pristupačnih osobama s invaliditetom (OSI) u odnosu na ukupan broj atrakcija prepoznatih Planom upravljanja. Pristupačnost pritom ne obuhvaća samo fizičku dostupnost prostora, nego i pristupačnost informacija i komunikacija, kako bi se osobama s različitim oblicima tjelesnih, osjetilnih, intelektualnih i mentalnih oštećenja omogućilo ravnopravno korištenje turističkih sadržaja. Pokazatelj daje uvid u razinu uključivosti destinacije te je važan element društvene održivosti i odgovornog razvoja turizma.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **0 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 0 % znači da među evidentiranim normativno zaštićenim atrakcijama trenutačno nema nijedne koja je u cijelosti prilagođena osobama s invaliditetom u smislu fizičke pristupačnosti te pristupačnosti informacija i komunikacija. To ne znači da u destinaciji ne postoje pojedinačno prilagođeni sadržaji, nego da nijedna atrakcija kao cjelina ne zadovoljava stroge kriterije potpune pristupačnosti. Pokazatelj stoga upućuje na potrebu sustavnijeg pristupa pristupačnosti kroz postupno unaprjeđenje lokaliteta, razvoj inkluzivnih interpretacijskih i digitalnih rješenja te jasnije komuniciranje razine pristupačnosti pojedinih atrakcija. Budući da se atrakcijska osnova velikim dijelom temelji na zaštićenim prirodnim područjima s objektivnim prostornim ograničenjima, daljnje unaprjeđenje pristupačnosti traži pažljivo usklađivanje zaštite prirodnih vrijednosti i društvene uključivosti.

## 4.1.5. Sigurnost destinacije - broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazateljem se prati broj organiziranih turističkih ambulanti namijenjenih pružanju zdravstvene zaštite turistima u razdobljima povećanog opterećenja zdravstvenog sustava. Turističke ambulante organiziraju se izvan mreže javne zdravstvene službe, a mogu ih uspostaviti općine i županije, zdravstvene ustanove te drugi dionici u sustavu turizma i zdravstva, uz obvezu utvrđivanja razdoblja njihova rada tijekom godine. Svrha im je osigurati pravovremenu i dostupnu zdravstvenu skrb turistima, osobito u razdobljima intenzivne turističke aktivnosti, u skladu s propisanim standardima.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **1** | |

U Općini postoji osnovna razina zdravstvene podrške turistima, što je za destinaciju ove veličine važno s aspekta sigurnosti i kvalitete boravka. To je osobito značajno s obzirom na izraženu outdoor i sportsko-avanturističku orijentaciju destinacije te aktivnosti povezane s NP Paklenica, koje nose povećan rizik od ozljeda i potrebe za zdravstvenim intervencijama. Dostupnost turističke ambulante zato predstavlja važan element odgovornog upravljanja destinacijom. Upravljački fokus pritom treba biti na osiguravanju kontinuiteta njezina rada tijekom sezone i pravodobnoj organizaciji zdravstvene podrške u razdobljima najveće posjećenosti.

## 4.1.6. Upravljanje vodnim resursima - omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (po osobi i po noćenju)

Pokazatelj mjeri odnos potrošnje vode povezane s turističkim smještajem i prosječne potrošnje vode stalnih stanovnika destinacije, izražen po osobi i po noćenju. Omogućuje uvid u opterećenje koje turizam stvara na vodne resurse te u udio turističke potrošnje u ukupnoj potrošnji vode. Posebno je važan u destinacijama u kojima dostupnost vode predstavlja razvojno ograničenje, zbog sezonskih oscilacija potražnje, prostorne neravnomjernosti raspoloživih resursa ili gubitaka u vodoopskrbnom sustavu. Sustavno praćenje potrošnje vode provodi se na temelju podataka nadležnih tijela, u skladu s propisima koji uređuju upravljanje vodama.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **394 %** | |

Za izračun pokazatelja korišteni su podaci o noćenjima u 2024. godini te podaci o potrošnji vode koje je dostavio Vodovod d.o.o. Zadar. Vrijednost od 394 % upućuje na **izrazito visoku potrošnju vode po turističkom noćenju** u odnosu na prosječnu potrošnju stalnog stanovništva te potvrđuje snažan sezonski pritisak turizma na vodne resurse. Takva razina opterećenja povezana je s povećanom potrošnjom u smještajnim objektima, općim ljetnim rastom potrošnje i navikama gostiju, koji u prosjeku troše više vode od lokalnog stanovništva. Pokazatelj zato jasno naglašava potrebu za učinkovitijim upravljanjem vodnim resursima, smanjenjem gubitaka u sustavu i poticanjem racionalne potrošnje vode u turističkom sektoru, kako bi se povećala otpornost destinacije na sezonske pritiske i klimatske promjene.

## 4.1.7. Gospodarenje otpadom - omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Pokazatelj prikazuje odnos količine komunalnog otpada nastalog po turističkom noćenju i količine otpada koju generira stalno stanovništvo, izražen u tonama po stanovniku, u mjesecu s najvećim brojem noćenja. U obzir se uzima ukupna količina svog komunalnog otpada prikupljenog kroz sustav javne usluge. Pokazatelj omogućuje praćenje povezanosti turističke aktivnosti, proizvodnje otpada i opterećenja sustava gospodarenja otpadom u razdoblju najvećeg sezonskog pritiska.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **87,60 %** | |

Za izračun pokazatelja korišteni su podaci eVisitora o broju noćenja te podaci Čistoće d.o.o. Zadar o količini otpada proizvedenog u 2024. godini. Vrijednost pokazatelja od 87,60 upućuje na **vrlo visok udio otpada povezanog s turističkim noćenjima u odnosu na otpad koji generira lokalno stanovništvo**, osobito u vrhuncu sezone. Takav omjer potvrđuje snažan sezonski pritisak turizma na sustav gospodarenja otpadom i povezane okolišne rizike. To je posebno važno u uvjetima ograničenih lokalnih kapaciteta i oslanjanja na vanjskog pružatelja usluge. Pokazatelj naglašava potrebu za jačanjem mjera prevencije nastanka otpada, učinkovitijeg odvajanja i recikliranja te boljom prilagodbom sezonskim opterećenjima radi očuvanja okolišne kvalitete i održivosti destinacije.

## 4.1.8. Zaštita bioraznolikosti - udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Pokazatelj prikazuje udio zaštićenih prirodnih područja (kopnena i morska) te područja ekološke mreže Natura 2000, u ukupnoj površini destinacije. U kontekstu turističkog razvoja, pokazatelj je osobito važan za ovu destinaciju koja se u značajnoj mjeri oslanja na prirodne vrijednosti i kvalitetu okoliša. Prirodno vrijedna i bioraznolika područja predstavljaju snažan motiv dolaska posjetitelja, osobito u kontekstu rasta turizma temeljenog na prirodi i aktivnostima na otvorenom.

| Učestalost mjerenja | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **100 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 100 % znači da se **cijela površina Općine nalazi unutar zaštićenih područja**, što predstavlja temeljnu razvojnu prednost i ključan element identiteta destinacije. Istodobno, takav prostor zahtijeva visoku razinu odgovornosti u planiranju i upravljanju turizmom, koji mora biti usklađen s ciljevima zaštite prirode, očuvanja bioraznolikosti i održivog korištenja prostora. Pokazatelj zato jasno naglašava potrebu za uravnoteženjem turističke valorizacije i zaštite prirodnih vrijednosti, kroz razvoj sadržaja primjerenih nosivim kapacitetima, poticanje odgovornog ponašanja posjetitelja i jačanje interpretacije prirodne baštine. Očuvanje visoke kvalitete okoliša pritom ostaje ključan preduvjet dugoročne održivosti i konkurentnosti destinacije.

## 4.1.9. Održivo upravljanje energijom - omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj prikazuje odnos potrošnje električne energije povezane s turističkim noćenjima i potrošnje električne energije stalnog stanovništva, s naglaskom na sezonske oscilacije. Omogućuje uvid u opterećenje energetske infrastrukture tijekom pojačane turističke aktivnosti te u moguće potrebe prilagodbe sustava u vrhuncu sezone. Njegova je važnost osobito izražena u jadranskim destinacijama, gdje potrošnja električne energije ljeti znatno raste zbog klimatizacije i intenzivnijeg korištenja smještajnih i drugih turističkih kapaciteta.

| Učestalost mjerenja | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **34,31 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 34,31 % znači da je **prosječna potrošnja električne energije povezana s jednim turističkim noćenjem osjetno manja od potrošnje stalnog stanovnika u usporedivom razdoblju**. To upućuje na to da pojedinačno turističko noćenje nije izrazito energetski intenzivno, nego da glavni pritisak na sustav proizlazi iz velikog broja turista koji istodobno borave u destinaciji u vrhuncu sezone. Pokazatelj stoga potvrđuje da je problem ponajprije u kumulativnom i sezonski koncentriranom opterećenju elektroenergetske mreže, a ne u natprosječnoj potrošnji po pojedinom gostu. Upravljački fokus zato treba biti na planiranju infrastrukture prema vršnim opterećenjima te na poticanju energetske učinkovitosti i ravnomjernijoj raspodjeli turističke potražnje.

## 4.1.10. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama - uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Pokazatelj prikazuje postoji li na razini destinacije uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu klimatskih rizika. Uspostava takvog sustava važan je element otpornosti destinacije, osobito u kontekstu turizma kao gospodarske djelatnosti izrazito osjetljive na promjene klimatskih uvjeta, dostupnost resursa i učestalost ekstremnih vremenskih pojava.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **NE** | |

Na području Općine trenutačno **nije uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu klimatskih rizika**, što predstavlja važan upravljački nedostatak i dugoročni razvojni rizik. To je osobito važno u destinaciji čija se konkurentnost temelji na očuvanom okolišu i prirodnim atrakcijama. Iako takav sustav ne postoji na lokalnoj razini, na razini Zadarske županije donesen je odgovarajući program koji pruža širi strateški okvir za prilagodbu klimatskim promjenama. Pokazatelj stoga upućuje na potrebu jačanja lokalnog pristupa klimatskoj otpornosti kroz sustavnije praćenje rizika i postupno uvođenje mjera prilagodbe.

## 4.1.11. Turistički promet - ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **23.369** | |

Vrijednost pokazatelja od **23.369 dolazaka turista** odnosi se na mjesec kolovoz (2024.), koji predstavlja razdoblje vrhunca turističke sezone u destinaciji. Kolovoz je ujedno mjesec u kojem su zabilježene i najviše vrijednosti drugih pokazatelja intenziteta turizma. Ovako visok broj dolazaka u kratkom vremenskom razdoblju jasno upućuje na snažnu koncentraciju turističkih tokova, što se izravno odražava na opterećenje prometne i komunalne infrastrukture, javnih usluga, prostora i svakodnevnog života. Pokazatelj dodatno potvrđuje potrebu za usmjeravanjem pažnje na upravljanje vršnim opterećenjima, ravnomjerniju raspodjelu dolazaka tijekom godine te razvoj mjera koje će omogućiti ublažavanje sezonskih pritisaka uz očuvanje kvalitete doživljaja i kvalitete života.

## 4.1.12. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj prikazuje prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari tijekom boravka u destinaciji te predstavlja element za razumijevanje strukture potražnje. Duljina boravka povezana je s obrascima putovanja, korištenjem smještajnih kapaciteta i organizacijom turističke ponude, ali i s planiranjem ljudskih resursa potrebnih za osiguravanje kontinuirane i kvalitetne razine usluge, osobito smještaja.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Prosjek: 6,08<br>Prosjek u komercijalnom smještaju – 5<br>Prosjek u nekomercijalnom smještaju - 24** | |

**Prosječna duljina boravka turista iznosi 6,08 noćenja**, što upućuje na razmjerno dug boravak i predstavlja razvojnu prednost destinacije. Takav rezultat znači da Općina uspijeva zadržati posjetitelje više dana, čime se povećava potencijal ukupne potrošnje i učinkovitijeg korištenja smještajnih kapaciteta. Pritom je važno razlikovati komercijalni i nekomercijalni smještaj. U komercijalnom smještaju prosjek iznosi oko 5 noćenja i odražava uobičajene obrasce turističkih putovanja, dok evidentirana 24 dana u nekomercijalnom smještaju treba tumačiti oprezno zbog načina prijave boravka vlasnika kuća i stanova za odmor. Stvarna duljina boravka u tom segmentu vjerojatno je kraća, ali i dalje dulja nego u komercijalnom smještaju, što potvrđuje postojanje različitih obrazaca korištenja destinacije. Pokazatelj stoga potvrđuje potencijal destinacije za dulji boravak gostiju, ali i potrebu daljnjeg razvoja sadržaja koji potiču produljenje boravka i ravnomjerniju raspodjelu potražnje tijekom godine.

## 4.1.13. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu - broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj prikazuje ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u djelatnostima smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Kako su te djelatnosti temelj turističkog proizvoda, broj zaposlenih važan je pokazatelj gospodarske aktivnosti i dinamike poslovanja u turizmu. Promjene u broju zaposlenih mogu upućivati na razinu potražnje, sezonalnost poslovanja te stabilnost i održivost radnih mjesta. Pokazatelj je posebno važan za planiranje ljudskih potencijala, osiguravanje kvalitete usluge i procjenu društveno-gospodarskih učinaka turizma na lokalnu zajednicu.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| Početna vrijednost (2024.) | |
| 55 | |

Sukladno podacima FINA-e za 2024. godinu, u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane **zaposleno je 55 osoba**, što upućuje na malen opseg zapošljavanja u ključnim turističkim djelatnostima Općine. Takva vrijednost odražava strukturu lokalnog turističkog gospodarstva, koje se u velikoj mjeri oslanja na sezonski rad, manji broj poslovnih subjekata, obiteljske oblike poslovanja i ograničene ljudske resurse. Nizak broj zaposlenih povezan je i s prepoznatim nedostatkom kvalificirane i pouzdane radne snage, osobito u ugostiteljstvu, što otežava produljenje sezone, utječe na stabilnost poslovanja i ograničava razinu usluge. Pokazatelj stoga potvrđuje potrebu za jačanjem ljudskih potencijala, poticanjem zapošljavanja u turizmu i razvojem kvalitetnije gastronomske ponude kao važnog elementa konkurentnosti destinacije.

## 4.1.14. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj prikazuje ukupni godišnji poslovni prihod gospodarskih subjekata, ostvaren u djelatnostima smještaja te pripreme i usluživanja hrane. Poslovni prihod važan je pokazatelj gospodarske snage turističkog sektora jer odražava sposobnost subjekata da isporuče turistički proizvod i odgovore na potražnju. Promjene u njegovoj razini mogu upućivati na kretanja u poslovanju, konkurentnosti i otpornosti turističkog gospodarstva destinacije.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| Početna vrijednost (2024.) | |
| 4.032.638,00 | |

**Vrijednost pokazatelja od 4.032.638,00 EUR** (prema podacima FINA-e za 2024.) potvrđuje značaj turizma kao ključne gospodarske djelatnosti u Općini. U odnosu na broj stalnih stanovnika Općine, navedeni iznos odgovara približno 2.100 EUR poslovnog prihoda po stanovniku, što dodatno naglašava važnost turizma kao temeljnog izvora gospodarske aktivnosti i prihoda lokalne zajednice. Takav pokazatelj jasno upućuje na visoku razinu ekonomske ovisnosti destinacije o turizmu, osobito u djelatnostima koje čine jezgru turističke ponude. U kontekstu prethodno analiziranih pokazatelja, osobito onih koji se odnose na malen broj zaposlenih, izraženu sezonalnost i nedostatak radne snage, ostvareni poslovni prihod upućuje na nesrazmjer između ekonomske vrijednosti turizma i njegove društvene održivosti. To dodatno naglašava potrebu za razvojnim mjerama usmjerenima na jačanje lokalne dodane vrijednosti, stabilnije zapošljavanje i ravnomjerniju raspodjelu gospodarskih učinaka turizma tijekom godine, kako bi se osigurala dugoročna otpornost i održivost lokalnog gospodarstva.

## 4.1.15. Turistička infrastruktura - identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Pokazatelj prikazuje identificirane i klasificirane turističke atrakcije na području destinacije, uključujući prirodne resurse te kulturno-povijesne i antropogene vrijednosti. Sustavna identifikacija i kategorizacija atrakcija predstavlja temelj za učinkovito upravljanje turističkim razvojem, očuvanje resursa i usmjeravanje turističke valorizacije u skladu s načelima održivosti. Pokazateljima se omogućuje jasnije razumijevanje strukture i raznolikosti atrakcijske osnove destinacije te stvaraju preduvjeti za razvoj ciljane ponude, interpretacije i promocije.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **9** | |

Vrijednost pokazatelja je **9**, sukladno metodološkim smjernicama Ministarstva koje ovdje uključuju: 1) zaštićena kulturna dobra, 2) kulturna dobra nacionalnog značaja, 3) preventivno zaštićena dobra te 4) zaštićena prirodna područja u RH. Na području Općine evidentirano je ukupno **7 zaštićenih kulturnih dobara** i **2 zaštićena prirodna područja** (cjeloviti popisi su u poglavlju 2.3.). Devet atrakcija ukazuje na iznimno snažnu koncentraciju vrijednosti, osobito u segmentu prirodne baštine. NP Paklenica i PP Velebit predstavljaju iznimno vrijedna područja koja ujedno čine jedan od bitnih temelja identiteta destinacije. Pokazatelj potvrđuje da je razvoj turizma u Općini neraskidivo vezan uz režime zaštite prirode i kulturne baštine, što znači da svaka razvojna intervencija mora biti usklađena s ciljevima očuvanja prostora. Pokazatelj upućuje i da prihvatni kapacitet destinacije nije određen samo infrastrukturom, već i osjetljivošću ključnih atrakcija. Konačno, visoki udio zaštićenih područja u ukupnoj atrakcijskoj osnovi zahtijeva aktivno upravljanje posjetiteljskim tokovima, interpretacijom i disperzijom opterećenja kako bi se izbjegla degradacija najvrjednijih lokaliteta. Pokazatelj potvrđuje da konkurentnost Općine proizlazi iz očuvanosti prostora, a ne kvantitativne ekspanzije. Dugoročna održivost destinacije stoga ovisi o ravnoteži između turističke valorizacije i stroge zaštite resursa.

## 4.1.16. Održivo upravljanje destinacijom - status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Pokazatelj prikazuje razinu provedbe aktivnosti definiranih Planom upravljanja destinacijom, polazeći od terminskog plana i utvrđenih mjera. Praćenje statusa implementacije predstavlja ključni element sustava upravljanja destinacijom, jer omogućuje uvid u učinkovitost provedenih aktivnosti, pravovremenu prilagodbu mjera te kontinuirano unaprjeđenje upravljačkih procesa.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **n/p** | |

Vrijednost pokazatelja označena je kao **n/p**, budući da se radi o prvom Planu upravljanja destinacijom koji donosi TZO Starigrad.

## 4.1.17. Održivo upravljanje prostorom - broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izgrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj prikazuje ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u odnosu na površinu već izgrađenog građevinskog područja. U analizu su uključena samo izgrađena područja, jer se pritisak turizma može evidentirati isključivo na prostoru koji je već u funkciji, dok planirane, ali neizgrađene zone nisu obuhvaćene. Pokazatelj omogućuje procjenu prostorne koncentracije turističke aktivnosti i intenziteta korištenja izgrađenog prostora, osobito u razdobljima povećane turističke potražnje.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2024.)** | |
| **2.495,94** | |

Vrijednost pokazatelja od **2.495,94 noćenja po hektaru izgrađenog građevinskog područja upućuje na visok intenzitet turističkog korištenja prostora** i snažan pritisak na postojeću izgrađenu strukturu. To je osobito izraženo u zonama stanovanja i ugostiteljsko-turističke namjene, gdje se turističke aktivnosti izravno preklapaju sa svakodnevnim životom lokalnog stanovništva. Pokazatelj zato naglašava važnost pažljivog upravljanja postojećim kapacitetima i prostornog planiranja, osobito u uvjetima uskog priobalnog pojasa, ograničenog prostora za širenje i nepostojanja sustava odvodnje. U takvim okolnostima razvoj treba usmjeravati prema učinkovitijem korištenju postojećeg prostora, podizanju kvalitete ponude i ravnomjernijoj raspodjeli turističke potražnje, uz očuvanje kvalitete života lokalne zajednice.

## 4.2. Specifični pokazatelji održivosti

### 4.2.1. Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva

Pokazatelj mjeri udio stalnih stanovnika koji pozitivno percipiraju utjecaj turizma na kvalitetu života u destinaciji. Budući da turizam snažno utječe na gospodarske, društvene, okolišne i infrastrukturne uvjete života, ovaj je pokazatelj važan za praćenje održivosti turističkog razvoja. Pozitivna percepcija upućuje na veću podršku turizmu i njegovu bolju usklađenost s potrebama zajednice, dok njezino pogoršanje može signalizirati potrebu za prilagodbama u upravljanju razvojem destinacije.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Udio (%) lokalnog stanovništva s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na kvalitetu života - 83,17 %** | |

**Vrijednost pokazatelja od 83,17 %** ukazuje na vrlo visok udio stanovništva koje pozitivno percipira utjecaj turizma na kvalitetu života. Rezultat sugerira snažnu društvenu prihvaćenost turizma te na prepoznavanje njegovih pozitivnih učinaka. Visoka razina pozitivne percepcije posebno je značajna u destinaciji s izraženim sezonskim pritiscima i velikim udjelom zaštićenih područja, jer upućuje na to da, unatoč intenzitetu turističke aktivnosti u vrhuncu sezone, većina stanovnika turizam ipak doživljava kao doprinos kvaliteti života, a ne kao opterećenje. U tom smislu, pokazatelj predstavlja važan korektiv u odnosu na druge društvene pokazatelje, poput općeg zadovoljstva turizmom, te ukazuje na složenost odnosa lokalne zajednice prema turizmu. Ovako visoka vrijednost predstavlja snažan kapital koji je potrebno očuvati kroz uravnoteženo planiranje razvoja, pravodobno reagiranje na rastuće pritiske i snažnije uključivanje lokalnog stanovništva u procese donošenja odluka.

## 4.2.2. Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta

Pokazatelj prikazuje udio stalnih stanovnika koji utjecaj turizma na identitet mjesta percipiraju kao pozitivan, negativan ili neutralan. Važan je element društvene održivosti jer odražava odnos lokalne zajednice prema promjenama koje turistički razvoj donosi u prostoru, načinu života i kulturnim obrascima. Istodobno, identitet mjesta predstavlja jedan od ključnih elemenata atraktivnosti destinacije, osobito u kontekstu potražnje za autentičnim iskustvima i lokalnom kulturom.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta – 50,25 %**<br>**Udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam negativno utječe na identitet mjesta – 13,12 %**<br>**Udio (% ) stanovnika koji smatraju da turizam ne utječe ni pozitivno ni negativno na identitet mjesta – 36,63 %** | |

Vrijednosti pokazatelja upućuju na razmjerno uravnoteženu percepciju utjecaja turizma na identitet mjesta. Udio od **50,25 % stanovnika koji taj utjecaj ocjenjuju pozitivno** pokazuje da većina lokalne zajednice prepoznaje doprinos turizma vidljivosti, afirmaciji i vrednovanju lokalnih posebnosti, tradicije i baštine. Istodobno, **13,12 % stanovnika percipira utjecaj turizma negativno**, što upućuje na zabrinutost zbog mogućeg narušavanja autentičnosti, promjena u načinu života i komercijalizacije prostora. Značajan udio od **36,63 % stanovnika koji smatraju da turizam nema ni pozitivan ni negativan utjecaj** pokazuje da je riječ o osjetljivom području čija buduća percepcija uvelike ovisi o načinu upravljanja razvojem turizma. Budući da ne postoje usporedivi podaci iz prethodnih razdoblja, nije moguće ocijeniti trend promjena, no pokazatelj jasno naglašava važnost očuvanja i aktivnog uključivanja identiteta mjesta u turistički razvoj kroz zaštitu prostora, kvalitetnu interpretaciju baštine i uključivanje lokalne zajednice.

## 4.2.3. Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma

Pokazatelj prikazuje udio stalnih stanovnika koji osjećaju umjerenu ili visoku razinu stresa povezanu s turističkim aktivnostima u odnosu na ukupan broj stalnih stanovnika destinacije. Razina stresa lokalnog stanovništva važan je pokazatelj društvene održivosti turizma jer izravno utječe na kvalitetu života, prihvaćenost turističkog razvoja i dugoročnu podršku zajednice turizmu. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje rizika od prekomjernog opterećenja destinacije te potrebu za prilagodbom upravljanja turističkim tokovima.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Udio (%) stanovnika pod visokom razinom stresa od turizma – 0 %**<br>**Udio (%) stanovnika pod umjerenom razinom stresa od turizma – 14,95 %**<br>**Udio (%) stanovnika pod niskom razinom stresa od turizma – 85,05 %** | |

Vrijednosti pokazatelja upućuju na vrlo nisku razinu stresa lokalnog stanovništva povezanog s turizmom. Nitko od ispitanika ne iskazuje visoku razinu stresa, **14,95 % bilježi umjerenu, a 85,05 % nisku razinu stresa**, što pokazuje da turističke aktivnosti zasad ne predstavljaju značajno psihološko opterećenje za većinu zajednice. Takav rezultat upućuje na dobru ravnotežu između turističkog razvoja i svakodnevnog života stanovništva, unatoč sezonalnosti i pojačanim pritiscima u vrhuncu sezone. Niska razina stresa može biti povezana s percipiranim koristima turizma i činjenicom da su njegovi negativni učinci još ograničeni na kraće razdoblje. Ipak, udio stanovnika s umjerenom razinom stresa važan je signal za upravljanje destinacijom te potvrđuje potrebu za kontinuiranim praćenjem, osobito u slučaju rasta broja posjetitelja i intenzivnijeg korištenja prostora. Očuvanje niske razine stresa važan je preduvjet dugoročne društvene održivosti turizma.

## 4.2.4. Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije

Pokazatelj prikazuje udio turista koji borave u smještajnim kapacitetima destinacije, a koji su već posjetili destinaciju tijekom posljednjih pet godina, u odnosu na ukupan broj turista u smještajnim kapacitetima. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje procjenu uspješnosti destinacije u zadržavanju gostiju te pruža osnovu za usmjeravanje marketinških i razvojnih aktivnosti.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **50 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 50 % pokazuje da se **polovica turista vratila u destinaciju unutar promatranog petogodišnjeg razdoblja**, što upućuje na relativno visoku lojalnost gostiju i pozitivno iskustvo boravka. To predstavlja važnu razvojnu prednost jer povratni gosti jačaju otpornost destinacije na tržišne poremećaje i manje su osjetljivi na kratkoročne promjene u ponudi i cijenama. Istodobno, pokazatelj potvrđuje potrebu uravnoteženog pristupa koji, uz zadržavanje postojećih gostiju, uključuje i privlačenje novih tržišnih segmenata. Upravljački fokus zato treba biti na daljnjem unaprjeđenju kvalitete doživljaja i raznolikosti ponude, kako bi se očuvala baza lojalnih gostiju i stvorili novi razlozi za povratak.

## 4.2.5. Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima

Pokazatelj se odnosi na dostupnost informacija o turističkim atrakcijama, kulturnim događanjima, povijesnim znamenitostima i prirodnim vrijednostima namijenjenih posjetiteljima. Svrha pokazatelja je utvrditi u kojoj mjeri destinacija osigurava kvalitetne, pravodobne i razumljive informacije ključne za doživljaj posjetitelja, usmjeravanje turističkih tokova i održivo upravljanje atrakcijama.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **DA** | |

U destinaciji su javno dostupne informacije o turističkim atrakcijama kroz turističko-informativne centre, višejezične brošure, mrežnu stranicu i društvene mreže turističke zajednice, kao i kroz mrežu lokalnih dionika. U prostoru su postavljeni info punktovi, turistička signalizacija i interpretacijske ploče, što potvrđuje da sustav informiranja funkcionira i da su osnovne informacije široko dostupne. Istodobno, tijekom terenskog uvida i fokus grupa uočeno je da su NP Paklenica, a osobito PP Velebit, nedovoljno vizualno prisutni u samom mjestu te da postoji prostor za jačanje interpretacije i komunikacije u javnom prostoru. Dosljednije isticanje zaštićenih područja kroz signalizaciju, urbanu opremu i informativne sadržaje moglo bi dodatno ojačati identitet destinacije i potaknuti interes za atrakcije izvan obalnog pojasa. Dodatni prostor za unapređenje postoji i u prilagodbi informacija osobama s posebnim potrebama.

## 4.2.6. Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima

Pokazatelj prikazuje ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih lokalnim policijskim postajama po mjesecima tijekom godine. Razina sigurnosti važan je element doživljaja destinacije za posjetitelje i lokalno stanovništvo te jedan od temeljnih preduvjeta kvalitete života i turističke konkurentnosti. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje rizika i promjena koje mogu utjecati na percepciju destinacije kao sigurnog mjesta za boravak.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **35** | |

Prema podacima PU zadarske, na području Općine u 2024. evidentirano je **25 kaznenih djela i 10 prekršaja** narušavanja javnog reda i mira, pa vrijednost pokazatelja iznosi 35. Riječ je o relativno niskoj razini prijava, osobito s obzirom na sezonski porast broja posjetitelja, te pokazatelj ne upućuje na izražen sigurnosni rizik za lokalno stanovništvo i goste. Ipak, važno ga je kontinuirano pratiti jer veća koncentracija ljudi i intenzivnije korištenje prostora u vrhuncu sezone mogu povećati rizik od incidenata. Pokazatelj stoga potvrđuje povoljno sigurnosno stanje, ali i potrebu za pravodobnim preventivnim i organizacijskim mjerama radi očuvanja sigurnosti i pozitivne percepcije destinacije.

## 4.2.7. Remećenja javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću

Pokazatelj obuhvaća broj prekršajnih postupaka evidentiranih putem policijskih prekršajnih naloga ili optužnih prijedloga oštećenih osoba, s posebnim naglaskom na razdoblja najintenzivnijeg turističkog prometa. Praćenje ovog pokazatelja važno je za procjenu društvene održivosti turizma, jer narušavanje javnog reda i mira izravno utječe na kvalitetu života lokalnog stanovništva i percepciju destinacije kao sigurnog i ugodnog mjesta za boravak.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **KOLOVOZ: 0,13<br>SIJEČANJ: 0,03** | |

Podaci MUP-a potvrđuju povezanost intenziteta turističke aktivnosti i učestalosti prekršaja protiv javnog reda i mira. **Prosječan dnevni broj prekršaja u kolovozu iznosi 0,13, a u siječnju 0,03, pri čemu ukupan broj prekršaja ostaje nizak.** U 2024. godini evidentirano ih je ukupno 10, od čega 7 u razdoblju od lipnja do rujna, što pokazuje da su prekršaji koncentrirani u mjesecima pojačane turističke aktivnosti. Takav obrazac uobičajen je za sezonske destinacije i ne upućuje na ozbiljno narušavanje društvenog reda, ali potvrđuje potrebu za preventivnim djelovanjem u vrhuncu sezone. Upravljački fokus zato treba biti na dobroj organizaciji javnog prostora, jasnoj komunikaciji pravila ponašanja, informiranju posjetitelja i koordinaciji s nadležnim službama radi očuvanja Općine kao mirne i sigurne destinacije.

## 4.2.8. Udio otpadnih voda od noćenja turista u smještajnoj djelatnosti

Pokazatelj prati ukupne količine otpadnih voda koje nastaju po turističkom noćenju u smještajnim objektima destinacije, uključujući komercijalni i nekomercijalni smještaj. Opterećenje sustava odvodnje u razdobljima većeg broja noćenja može izravno utjecati na kvalitetu mora, stanje okoliša i percepciju destinacije, pa je njegovo praćenje važno za planiranje infrastrukturnih ulaganja i mjera očuvanja okolišnih vrijednosti.

| Učestalost mjerenja | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **n/p** | |

Za ovaj pokazatelj **nije moguće izračunati vrijednost** jer na području Općine **ne postoji sustav odvodnje**, pa nema ni pouzdanih podataka o količinama otpadnih voda povezanima s turističkim noćenjima. Sama nemogućnost izračuna pritom je važan nalaz jer upućuje na ozbiljan strukturni infrastrukturni nedostatak. U destinaciji koja se oslanja na očuvan okoliš, kvalitetu mora i percepciju netaknute prirode, izostanak sustava odvodnje predstavlja jedan od ključnih rizika održivosti turističkog razvoja. U uvjetima izražene sezonalnosti i ljetnog rasta noćenja takvo stanje povećava okolišne rizike i može imati dugoročne posljedice za prostor, more i reputaciju destinacije. Pokazatelj zato jasno potvrđuje da je rješavanje sustava odvodnje jedno od prioritetnih razvojnih pitanja za turizam, gospodarstvo i kvalitetu života u Općini.

## 4.2.9. Propisi za postavljanje, održavanje i ispitivanje ispusta iz septičkih jama i sustava za pročišćavanje otpadnih voda i dokazi o njihovoj provedbi

Pokazatelj obuhvaća lokalne provedbene akte kojima se uređuju način odvodnje otpadnih voda, uvjeti ispuštanja, postupanje s otpadnim i opasnim tvarima, nadzor i kaznene odredbe. Postojanje i provedba takvih akata ključni su za učinkovito upravljanje otpadnim vodama, osobito u destinacijama s izraženim turističkim opterećenjem, jer omogućuju kontrolu mogućih izvora onečišćenja i smanjenje rizika za okoliš, vodne resurse i more.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **NE** | |

Na području Općine **ne postoji** uspostavljen provedbeni okvir ni važeća odluka kojom bi se sustavno uredila pitanja septičkih jama, njihovih ispusta, održavanja i nadzora, niti postoje dokazi o provedbi takvog sustava kontrole. To predstavlja osobito velik izazov jer Općina nema izgrađen sustav javne odvodnje, pa se velik dio zbrinjavanja otpadnih voda oslanja na individualna rješenja, ponajprije septičke i sabirne jame. Nedostatak sustavne kontrole u takvim okolnostima može otežati pravodobno uočavanje mogućih nepravilnosti u zbrinjavanju otpadnih voda, osobito u razdobljima pojačane turističke aktivnosti kada je opterećenje prostora veće. Budući da su more i očuvani prirodni resursi među ključnim motivima dolaska posjetitelja, taj rizik izravno utječe na okoliš, dugoročnu održivost turizma i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Potrebno je žurno uspostaviti lokalni provedbeni okvir kojim bi se uredila pitanja septičkih jama i ispusta otpadnih voda, kao prijelazno rješenje do izgradnje sustava javne odvodnje.

## 4.2.10. Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)

Pokazatelj prikazuje udio otpada koji je na razini destinacije izdvojen i upućen u postupke recikliranja i pripreme za ponovnu uporabu u odnosu na ukupnu količinu proizvedenog komunalnog otpada. Time se dobiva uvid u učinkovitost sustava odvojenog prikupljanja otpada te u razinu usklađenosti destinacije s načelima kružnog gospodarstva i održivog upravljanja resursima. Praćenje pokazatelja važno je u kontekstu ciljeva gospodarenja otpadom, ali i kao element kvalitete prostora i okoliša.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **7,77 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 7,77 % upućuje na **nisku razinu recikliranja otpada i ograničenu učinkovitost sustava odvojenog prikupljanja**. Većina komunalnog otpada i dalje se zbrinjava bez prethodne oporabe, što dodatno opterećuje sustav, osobito u razdobljima pojačane turističke aktivnosti. Nisku stopu recikliranja djelomično objašnjava i postojeća organizacija odvoza, pri čemu se miješani komunalni otpad prikuplja znatno češće od odvojeno prikupljenih frakcija, uz još nedovoljno razvijene navike odvajanja. Uvođenje novog modela naplate početkom 2026. godine moglo bi srednjoročno potaknuti racionalnije postupanje s otpadom i povećati odvajanje, osobito bude li praćeno infrastrukturnim poboljšanjima i edukativnim aktivnostima. Istodobno, bez odgovarajuće kontrole postoji i rizik nepropisnog odlaganja otpada u okoliš. Pokazatelj stoga potvrđuje da gospodarenje otpadom predstavlja važno razvojno pitanje i jasno područje za unapređenje.

## 4.2.11. Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje

Pokazateljem se prati je li na razini destinacije donesen Plan gospodarenja otpadom kojim

su definirani ciljevi, mjere, aktivnosti i rokovi za provođenje istih, kao i planiranje potrebnih financijskih sredstava za provođenje mjera iz Plana.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **DA** | |

Sukladno Zakonu o gospodarenju otpadom (Narodne novine 84/21, 142/23), Zadarska županija ima izrađen Plan gospodarenja otpadom za razdoblje 2024. – 2029. godine. Jedinice lokalne samouprave nisu u obvezi izrađivati Plan gospodarenja otpadom ali imaju obvezu izrade godišnjeg Izvješća o provedbi Plana gospodarenja otpadom Republike Hrvatske.

## 4.2.12. Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta

Pokazatelj obuhvaća mjere i aktivnosti usmjerene na očuvanje, zaštitu i promicanje prirodne i kulturne baštine u destinaciji. Svrha mu je očuvanje autentičnosti i vrijednosti prostora te smanjenje negativnih učinaka turizma. U destinacijama visoke prirodne i kulturne vrijednosti takav sustav zaštite temelj je održivog razvoja i dugoročnog očuvanja turističke atraktivnosti.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Podatak** | Početna vrijednost (2025.) |
| **1.** | **DA** |
| **2.** | **DA** |

Na području Općine postoje jasno uspostavljene mjere zaštite prirodne i kulturne baštine jer se cijelo područje nalazi unutar PP Velebit, a njegov značajan dio i unutar NP Paklenica. Time je osiguran snažan institucionalni i zakonodavni okvir koji značajno doprinosi očuvanju prostora i njegovih temeljnih vrijednosti. Takav sustav zaštite istodobno postavlja visoke zahtjeve u usklađivanju turističkog razvoja s ciljevima očuvanja, ali ga ne treba promatrati kao ograničenje, nego kao važnu razvojnu prednost. Upravo očuvana priroda i zaštićeni prostor čine temelj identiteta i turističke prepoznatljivosti destinacije. Upravljački izazov zato nije u samom postojanju mjera zaštite, nego u njihovoj boljoj integraciji u turističko planiranje, interpretaciju i komunikaciju prema posjetiteljima, uz jačanje suradnje između Općine, TZ-a i uprava zaštićenih područja.

## 4.2.13. Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji

Pokazatelj je definiran kao skup pravila i preporuka koje su dostupne turistima i posjetiteljima, a koje objašnjavaju prihvatljive obrasce ponašanja i interakcije unutar turističke destinacije.

| **Učestalost mjerenja** | Svake dvije godine |
|---|---|
| **Podatak** | Početna vrijednost (2025.) |
| **1.** | **DA** |
| **2.** | **DA** |

Pokazatelj potvrđuje da u destinaciji **postoje izrađene i javno dostupne smjernice ponašanja posjetitelja** te dokazi o provedenim informativnim kampanjama. Smjernice su najjasnije definirane u okviru NP Paklenica i PP Velebit, gdje su pravila ponašanja formalno usvojena i javno komunicirana putem web stranica, ulaza i ključnih punktova. Obuhvaćaju zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti, sprječavanje onečišćenja i požara, kontrolu kretanja i odgovorno korištenje prostora. Uz to, dostupne su i smjernice vezane uz odlaganje otpada te upozorenja o opasnosti od požara. Istodobno, u samom naselju ne postoje šire formalizirana i javno komunicirana pravila ponašanja, no sadašnje stanje ne upućuje na potrebu restriktivnijih mjera. Prostor za unapređenje postoji ponajprije u jačem i sustavnijem komuniciranju osnovnih načela odgovornog ponašanja radi dugoročnog očuvanja kvalitete prostora i jačanja svijesti posjetitelja.

## 4.2.14. Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište (javna/privatna i vrsta)

Pokazatelj prikazuje udio turista i jednodnevnih posjetitelja prema primarnom prijevoznom sredstvu koje koriste za dolazak u destinaciju, s posebnim naglaskom na korištenje javnog i održivijeg prijevoza. Praćenjem strukture dolazaka dobiva se uvid u dostupnost destinacije, razinu ovisnosti o individualnom automobilskom prometu te potencijalne pritiske na prometnu infrastrukturu i prostor.

| **Učestalost mjerenja** | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| 1. Udio turista koji su primarno koristili automobil u dolasku u odredište = 77,5 %<br>2. Udio turista koji su primarno koristili zrakoplov u dolasku u odredište = 5,5 %<br>3. Udio turista koji su primarno koristili autobus u dolasku u odredište = 13,5 %<br>4. Udio turista koji su primarno koristili željeznicu u dolasku u odredište = 0 %<br>5. Udio turista koji su primarno koristili brod u dolasku u odredište = 1 %<br>6. Udio turista koji su primarno koristili neko drugo sredstvo u dolasku u odredište (uključeni i oni koji su koristili motocikl i bicikl) = 2,5 % | |

Struktura dolazaka pokazuje da je **automobil uvjerljivo dominantno prijevozno sredstvo**, s udjelom od **77,5 %**, što je očekivano s obzirom na dobru cestovnu dostupnost Općine i blizinu autoceste. Automobil će stoga i ubuduće vjerojatno ostati glavni oblik dolaska. Istodobno, **udio dolazaka zrakoplovom iznosi 5,5 %**, što upućuje na neiskorišten potencijal s obzirom na blizinu Zračne luke Zadar, pri čemu treba imati na umu da u tu brojku nisu uključeni gosti Hotela Alan koji dominantno dolaze charter letovima. **Autobus koristi 13,5 % turista**, što potvrđuje određeni potencijal javnog prijevoza, ali i potrebu za boljom povezanošću s regionalnim središtem i širom regijom. Dolasci motociklom i biciklom imaju manji udio, ali su relevantni za identitet destinacije i predstavljaju segment s prostorom za rast. Udio dolazaka brodom ostaje vrlo nizak, što je razumljivo s obzirom na nedostatak odgovarajuće infrastrukture. Pokazatelj upućuje na prostor za ciljane mjere kojima bi se potaknulo korištenje javnog i zračnog prijevoza, osobito kroz bolju prometnu povezanost, transfere iz zračne luke i integrirane pakete prijevoza i smještaja.

## 4.2.15. Stopa popunjenosti u komercijalnim smještajnim kapacitetima po mjesecu i prosjek za godinu

Pokazatelj prikazuje stopu popunjenosti, odnosno iskorištenja komercijalnih smještajnih kapaciteta u destinaciji na mjesečnoj i godišnjoj razini, čije praćenje omogućuje donošenje informiranih odluka o potrebi daljnjeg razvoja smještajnih kapaciteta, ali i o mjerama usmjerenima na produljenje sezone, diversifikaciju ponude i jačanje cjelogodišnjeg turizma.

| **Učestalost mjerenja** | Godišnje i mjesečno |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Godišnja stopa: 0.012**<br>**siječanj - 0.001, veljača 0.002, ožujak - 0.011, travanj - 0.036, svibanj - 0.115, lipanj - 0.233, srpanj - 0.507, kolovoz - 0.530, rujan - 0.207, listopad - 0.077, studeni - 0.007, prosinac - 0.002** | |

Godišnja stopa popunjenosti komercijalnih smještajnih kapaciteta od 0,012 upućuje na **vrlo nisku prosječnu iskorištenost tijekom godine** i jasno potvrđuje izraženu sezonalnost turističke potražnje. Dok je u zimskim mjesecima popunjenost gotovo zanemariva, značajniji rast počinje u travnju i svibnju, jača u lipnju, a vrhunac doseže u srpnju i kolovozu, kada se koristi približno polovica raspoloživih kapaciteta. Nakon toga slijedi nagli pad, pa velik dio smještajnih kapaciteta ostaje neiskorišten veći dio godine. Pokazatelj stoga upućuje na to da problem nije primarno u manjku kapaciteta, nego u njihovoj slaboj iskorištenosti izvan glavne sezone. U tom smislu potvrđuje visoku sezonalnost destinacije i naglašava potrebu usmjeravanja razvojnih politika prema produljenju sezone te jačanju sadržaja i motiva dolaska izvan ljetnih mjeseci.

## 4.2.16. Bruto dodana vrijednost ostvarena u području I *Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja*

Pokazatelj mjeri iznos novostvorene vrijednosti koju gospodarski subjekti u ovoj djelatnosti ostvaruju kroz svoje poslovanje, a izračunava se kao razlika između ukupne vrijednosti proizvedenih dobara i usluga (outputa) i vrijednosti potrošenih inputa u proizvodnom procesu (intermedijarne potrošnje), prije obračuna amortizacije.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2024.)** | |
| **975.847,00** | |

Prema raspoloživim podacima FINA-e, u 2024. godini u Općini u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja ostvarena je **bruto dodana vrijednost u iznosu od 975.847,00 EUR**. Ostvareni iznos potvrđuje značaj turističkog sektora kao jednog od ključnih generatora novostvorene ekonomske vrijednosti u lokalnom gospodarstvu, osobito s obzirom na strukturu gospodarskih aktivnosti i dominantnu ulogu turizma u razvoju Općine. Istodobno, visina ostvarenog iznosa odražava i strukturna obilježja turističkog razvoja, uključujući izraženu sezonalnost potražnje, prevladavanje manjih poslovnih subjekata te ograničenja u pogledu intenzivnijeg širenja djelatnosti, osobito u kontekstu prostornog i okolišnog okvira destinacije. Pokazatelj ne predstavlja samo mjeru trenutne ekonomske aktivnosti, već sugerira i potencijal za povećanje bruto dodane vrijednosti kroz podizanje kvalitete ponude, produljenje turističke sezone i razvoj usluga veće dodane vrijednosti.

## 4.2.18. Udio poslovnih subjekata u području I *Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane koji su u pretežitom domaćem vlasništvu*

Mjeri se kao omjer broja gospodarskih subjekata u kojima većinski vlasnički udio imaju domaće fizičke ili pravne osobe i ukupnog broja poslovnih subjekata registriranih u toj djelatnosti. Pokazatelj omogućuje uvid u razinu lokalnog ili nacionalnog vlasničkog udjela u turističkom sektoru i predstavlja osnovu za procjenu zadržavanja ekonomske vrijednosti unutar domaćeg gospodarstva.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2024.)** | |
| **83,33 %** | |

Vrijednost pokazatelja od 83,33 % upućuje na **izrazitu dominaciju poslovnih subjekata u pretežitom domaćem vlasništvu** u djelatnosti smještaja te pripreme i usluživanja hrane na području Općine. Takva vlasnička struktura znači da se veći dio prihoda i dobiti ostvarenih kroz turizam zadržava unutar lokalnog i nacionalnog gospodarstva, što pozitivno doprinosi ekonomskoj otpornosti destinacije. Istodobno, manji udio stranog vlasništva može značiti i slabiji priljev kapitala, znanja i poslovnih mreža. Pokazatelj stoga upućuje na relativno stabilnu i lokalno ukorijenjenu gospodarsku strukturu, pri čemu daljnji razvoj ponajprije ovisi o sposobnosti domaćih poduzetnika da ulažu u kvalitetu, profesionalizaciju i veću dodanu vrijednost turističke ponude.

## 4.2.19. Broj ugostiteljskih objekata koji poslužuju hranu aktivnih na 30. 1. i 30. 7. u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj mjeri odnos između ugostiteljskih objekata koji pružaju usluge prehrane i broja stanovnika u destinaciji, i to u razdoblju izvan glavne turističke sezone te na njezinom vrhuncu. Time se omogućuje uvid u sezonsku dinamiku ugostiteljske ponude i njezinu prilagođenost različitim razinama turističke potražnje tijekom godine.

| **Učestalost mjerenja** | 2 puta godišnje |
|---|---|
| | Početna vrijednost (2025.) |
| **30.01.** | **0,23** |
| **30.07.** | **2,08** |

Vrijednost pokazatelja **30. siječnja iznosi 0,23, a 30. srpnja 2,08,** što jasno potvrđuje izraženu sezonalnost ugostiteljske ponude. Znatni dio objekata posluje gotovo isključivo u razdoblju ljetne potražnje, dok je dostupnost ugostiteljskih i drugih vanpansionskih sadržaja izvan sezone vrlo ograničena. To smanjuje privlačnost destinacije izvan ljetnih mjeseci i potvrđuje začarani krug sezonalnosti: gosti izvan sezone ne dolaze jer nema dovoljno sadržaja, a ponuda se ne razvija jer nema dovoljno gostiju. Problem dodatno pojačava nedostatak kvalificirane i pouzdane radne snage, koji otežava produljenje poslovanja i kada za to postoji interes. Pokazatelj zato ne odražava samo sezonalnost potražnje, nego i šire strukturne prepreke razvoju cjelogodišnje ponude.

## 4.2.20. Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi

Pokazatelj izražava odnos između nekretnina namijenjenih povremenom boravku i onih koje služe kao stalno stanovanje u destinaciji. Važan je jer omogućuje rano prepoznavanje procesa u kojima nekretnine za odmor počinju dominirati u odnosu na objekte za stalno stanovanje, što može imati dugoročne posljedice na demografsku strukturu, dostupnost stanovanja i funkcioniranje zajednice.

| **Učestalost mjerenja** | U jedinicama lokalne samouprave koje prikupljaju porez na kuće za odmor – svake godine. U ostalim jedinicama lokalne samouprave – svake tri godine. |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **160,24** | |

Vrijednost pokazatelja 160,24 znači da **na svakih 100 stalno nastanjenih objekata dolazi više od 160 kuća i stanova za odmor**, što upućuje na izraženu turistifikaciju prostora. Takav omjer tipičan je za izrazito turističke i sezonalne destinacije, ali nosi i važne rizike: slabiju dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo, rast cijena nekretnina, demografske promjene i jačanje razlike između rezidentne i povremene populacije. Istodobno pojačava sezonske oscilacije u korištenju infrastrukture, javnih usluga i lokalne ponude, uz snažan pritisak u sezoni i slabu iskorištenost dijela stambenog fonda izvan nje. Pokazatelj stoga ne upućuje nužno na trenutačni problem, ali jasno signalizira potrebu za pažljivim praćenjem daljnjih trendova.

### 4.2.21. Smjernice, propisi i/ili politike koje se odnose na održivo korištenje prostora

Pokazatelj se odnosi na postojanje službenih dokumenata kojima se regulira način korištenja zemljišta i prirodnih resursa s ciljem njihove dugoročne zaštite i očuvanja. Svrha pokazatelja jest utvrditi postoji li institucionalni i planski okvir koji omogućuje uravnotežen odnos između razvojnih potreba i očuvanja prostora, kao jednog od ključnih resursa destinacije.

| Učestalost mjerenja | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **NE** | |

Ne postoje formalno usvojeni lokalni dokumenti izričito usmjereni na održivo korištenje prostora, što upućuje na nedostatak integriranog okvira za upravljanje prostornim razvojem. Iako se korištenje prostora dijelom uređuje kroz šire planske i zakonske okvire, izostanak jasno artikulirane lokalne politike otežava usklađivanje razvojnih inicijativa s ciljevima očuvanja prostora i proaktivno upravljanje kumulativnim učincima razvoja. Pokazatelj stoga upućuje na potrebu izrade smjernica ili dokumenata koji bi jasno definirali principe održivog korištenja prostora i dugoročno usmjeravali razvoj u skladu s prihvatnim kapacitetom i okolišnim ograničenjima.

### 4.2.22. Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom s ciljem zaštite resursa

Pokazatelj obuhvaća prostorno-plansku dokumentaciju i povezane instrumente kojima se usmjerava razvoj, određuju dopuštene namjene prostora te postavljaju ograničenja radi očuvanja okolišnih, prirodnih i kulturnih vrijednosti. Svrha pokazatelja jest utvrditi u kojoj mjeri destinacija raspolaže operativnim alatima za usklađivanje turističkog i prostornog razvoja s nosivim kapacitetima prostora te za aktivno upravljanje razvojnim pritiscima.

| Učestalost mjerenja | Jednom godišnje |
|---|---|
| **Početna vrijednost (2025.)** | |
| **Prostorni plan – DA, Urbanistički planovi – DA** | |

Općina raspolaže prostornim planom, generalnim urbanističkim planom i nizom urbanističkih planova uređenja koji detaljnije reguliraju korištenje prostora u pojedinim zonama i naseljima. Time su formalno uspostavljeni osnovni preduvjeti za sustavno upravljanje prostorom, usmjeravanje razvoja i zaštitu osjetljivih područja. Prostorno-planska dokumentacija pritom ima ključnu ulogu u reguliranju intenziteta i strukture izgradnje te sprječavanju neusklađenih zahvata u prostoru. Sljedeći važan korak predstavlja digitalizacija planova u skladu s novim zakonskim izmjenama, koja može povećati transparentnost, dostupnost i učinkovitost provedbe planskih odredbi.

## 4.3. Sažetak analize pokazatelja održivosti

Analiza obveznih i specifičnih pokazatelja održivosti očekivano ukazuje na izrazito snažnu turističku orijentaciju Općine, uz istodobnu visoku razinu sezonalnosti i značajan infrastrukturni pritisak u razdoblju vrhunca turističke sezone. Rezultat koji destinacija dijeli sa većinom, ako ne i svim, turističkim destinacijama diljem Hrvatske. Općina raspolaže iznimno vrijednim prirodnim i kulturnim resursima, ali dugoročna održivost ovisit će o sposobnosti upravljanja intenzitetom turističkih tokova, infrastrukturnim ograničenjima i prostornim pritiscima.

#### Intenzitet turizma i sezonalnost

Pokazatelji turističkog prometa jasno potvrđuju visoku koncentraciju turističke aktivnosti u kolovozu. Broj noćenja na sto stanovnika u vrhuncu sezone te broj dolazaka u najopterećenijem mjesecu upućuju na snažan sezonski pritisak na prostor, infrastrukturu i svakodnevni život lokalne zajednice. Istodobno, godišnja stopa popunjenosti komercijalnih kapaciteta pokazuje izrazitu neravnomjernost korištenja smještaja tijekom godine, s vrlo niskom iskorištenošću izvan ljetnih mjeseci. Ovakva struktura potvrđuje da temeljni izazov destinacije nije nedostatak

kapaciteta, već njihova vremenska koncentracija. Dugoročna održivost zahtijeva produljenje sezone i ravnomjerniju distribuciju turističke potražnje, kako bi se smanjili vršni pritisci, a povećala godišnja učinkovitost.

### Društvena održivost i percepcija lokalne zajednice

Pokazatelji društvene održivosti daju relativno uravnoteženu sliku. Iako je opće zadovoljstvo turizmom među lokalnim stanovništvom relativno nisko, velik udio stanovnika pozitivno percipira utjecaj turizma na kvalitetu života, a razina stresa povezanog s turizmom ostaje niska. Percepcija utjecaja turizma na identitet mjesta pokazuje umjerenu ravnotežu između pozitivnih, neutralnih i negativnih stavova. Rezultati upućuju na to da turizam još uvijek ima društvenu prihvaćenost, pri čemu postoji osjetljiva skupina stanovništva čija percepcija može evoluirati ovisno o daljnjem razvoju. Očuvanje društvene ravnoteže zahtijeva snažnije uključivanje lokalne zajednice u procese planiranja, kontrolu intenziteta razvoja te jačanje lokalne dodane vrijednosti.

### Okolišni pritisci i infrastrukturna ograničenja

Okolišni pokazatelji ukazuju na snažne sezonske pritiske na vodne resurse, sustav gospodarenja otpadom i prostor. Omjer potrošnje vode po noćenju, kao i omjer nastalog otpada, potvrđuju da kumulativni učinak velikog broja turista stvara značajno opterećenje, iako pojedinačna potrošnja nije ekstremna. Posebno je izražen infrastrukturni izazov vezan uz nepostojanje sustava javne odvodnje i nepostojanje lokalnog provedbenog okvira za nadzor tzv. crnih jama. Nemogućnost izračuna pokazatelja vezanog uz otpadne vode sama po sebi predstavlja signal ozbiljnog strukturnog nedostatka. U destinaciji koja svoju konkurentnost temelji na očuvanoj prirodi i kvaliteti mora, rješavanje pitanja odvodnje predstavlja prioritet održivosti. Stopa recikliranja otpada je niska, što dodatno naglašava potrebu za jačanjem sustava odvojenog prikupljanja, kontrole i edukacije korisnika.

### Prostorna održivost i turistifikacija

Pokazatelji vezani uz korištenje prostora ukazuju na visoku koncentraciju noćenja po hektaru izgrađenog područja te izrazitu dominaciju kuća i stanova za odmor u odnosu na stalno nastanjene objekte. Ovakva struktura potvrđuje snažan proces turistifikacije i sezonalne oscilacije u korištenju infrastrukture. Istodobno, činjenica da se cijelo područje Općine nalazi unutar zaštićenih prirodnih područja predstavlja snažnu razvojnu prednost, ali i ograničenje. Postoji formalni prostorno-planski okvir, no ne postoje zasebne, integrirane smjernice održivog korištenja prostora. Dugoročna ravnoteža zahtijeva upravljanje postojećim kapacitetima i promjenu strukture smještaja.

### Ekonomska održivost i struktura gospodarstva

Turizam je ključni generator prihoda i bruto dodane vrijednosti. Visok udio domaćeg vlasništva u turističkim djelatnostima upućuje na to da se ekonomska korist u velikoj mjeri zadržava unutar lokalnog i nacionalnog gospodarstva. Istodobno, broj zaposlenih u sektoru smještaja i ugostiteljstva relativno je nizak, a izražena sezonalnost poslovanja otežava stabilnost radnih mjesta. Ugostiteljska ponuda pokazuje snažnu sezonsku fluktuaciju, što dodatno potvrđuje strukturnu ovisnost o ljetnom razdoblju.

### Upravljanje, sigurnost i mobilnost

Sigurnosni pokazatelji upućuju na nisku razinu kaznenih djela i prekršaja, uz blago povećanje tijekom vrhunca sezone, što je očekivano u turističkim destinacijama. Postoje smjernice ponašanja u zaštićenim područjima i sustav javno dostupnih informacija, uz postojanje prostora za jače vizualno i interpretacijsko pozicioniranje ključnih prirodnih resursa unutar samog mjesta. Struktura dolazaka pokazuje izrazitu ovisnost o individualnom automobilskom prometu, što generira dodatne sezonske pritiske na prometnu infrastrukturu.

### Ocjena održivosti

Destinacija se 2025. stoga nalazi u fazi visoke turističke intenzivnosti uz još uvijek očuvanu društvenu ravnotežu i snažnu prirodnu osnovu. U ovom trenutku, najveći rizici održivosti proizlaze iz:

- izražene sezonalnosti i koncentracije turističkog prometa u kratkom ljetnom periodu (srpanj-kolovoz);
- infrastrukturnih ograničenja (prvenstveno izostanka sustava odvodnje na području cijele Općine, ali i vodoopskrbnog sustava na SZ području Općine);
- pritisaka na vodne resurse i sustav gospodarenja otpadom;
- snažne turistifikacije stambenog fonda;
- nedostatka integriranih lokalnih politika održivog korištenja prostora.

Ukupno gledano, pokazatelji ne upućuju na stanje prekomjerne degradacije, ali jasno signaliziraju da se destinacija nalazi u osjetljivoj razvojnoj fazi koja ima potencijal značajno odrediti razvoj narednih deset godina. Budući razvoj mora biti usmjeren na kvalitetu, učinkovitost i ravnotežu, a ne na kvantitativni rast, kako bi se dugoročno očuvala nepobitno postojeća konkurentnost (destinacija je jasno diverzificirana i prepoznata u regiji), okolišne vrijednosti (NP Paklenica, PP Velebit, Natura 2000, UNESCO zaštita) i kvaliteta života lokalne zajednice (u čijoj funkciji bi turizam kao gospodarska djelatnost i morao djelovati).

# PRIHVATNI KAPACITET DESTINACIJE

05

Procjena prihvatnog kapaciteta predstavlja ključni alat za odgovorno i dugoročno upravljanje turističkim razvojem destinacije. Riječ je o analitičkom okviru kojim se utvrđuje razina turističke aktivnosti koju prostor, infrastruktura, okoliš i lokalna zajednica mogu podnijeti bez narušavanja svojih temeljnih vrijednosti i kvalitete života. Prihvatni kapacitet ne odnosi se isključivo na broj posjetitelja, već obuhvaća širi skup međusobno povezanih čimbenika koji određuju granice održivog razvoja turizma.

U kontekstu Općine Starigrad, procjena prihvatnih kapaciteta ima posebnu važnost zbog snažne oslonjenosti destinacije na očuvane prirodne resurse, NP Paklenica i PP Velebit. Takav razvojni okvir zahtijeva pažljivo uravnotežen pristup između rasta turističke aktivnosti i zaštite prostora, uz kontinuirano praćenje opterećenja i percepcije lokalne zajednice. Prihvatni kapacitet promatra se kroz više međusobno povezanih dimenzija: ekološku, infrastrukturnu, društvenu, perceptivnu i ekonomsku. Stvarna razina kapaciteta proizlazi iz njihove kombinacije, pri čemu ograničenje u jednoj dimenziji može predstavljati ključnu razvojnu barijeru. U postupku prostorno-funkcionalnog zoniranja razmotrene su moguće razlike između triju naselja na području Općine. S obzirom na malu površinu Općine, njihovu prostornu i funkcionalnu povezanost te nepostojanje dovoljno izraženih razlika u intenzitetu turističke aktivnosti, sezonalnosti, turističkoj infrastrukturi i strukturi turističke ponude, cijelo područje Općine utvrđeno je kao jedna prostorno-funkcionalna zona. Zbog toga se pokazatelji prihvatnog kapaciteta izračunavaju i interpretiraju za područje Općine u cjelini.

Analiza za Općinu temelji se primarno na podacima za razdoblje 2020.- 2024. kada govorimo o sekundarnim izvorima (statistička i druga izvješća), te na podacima za 2025. kada govorimo o rezultatima primarnih istraživanja među lokalnim stanovništvom, turistima i posjetiteljima. Razdoblje obuhvaća i godine obilježene pandemijom COVID-19. U interpretaciji rezultata uzima se u obzir da su 2020. i 2021. godina bile opterećene izvanrednim okolnostima, no istodobno je Općina, kao destinacija aktivnog odmora s velikim udjelom sadržaja na otvorenom, bila komparativno manje pogođena u odnosu na urbanije i zatvorenije turističke sustave. Pri definiranju prihvatljivih razina pojedinih pokazatelja primijenjeni su diferencirani pragovi, ovisno o prirodi pokazatelja. Kod pokazatelja percepcije lokalnog stanovništva prag od 50 % predstavlja minimalnu razinu društvene prihvatljivosti, odnosno situaciju u kojoj pozitivan stav prevladava nad negativnim. Kod pokazatelja zadovoljstva posjetitelja primjenjuje se viši prag (70 %), sukladno praksi upravljanja kvalitetom u turizmu, budući da razina zadovoljstva ispod te vrijednosti može upućivati na smanjenu konkurentnost i reputacijski rizik destinacije. Za svaki pokazatelj razmatraju se tri međusobno povezane vrijednosti: prihvatljivi standard, ciljana vrijednost i početna, odnosno aktualna vrijednost pokazatelja u Općini Starigrad. Prihvatljivi standard predstavlja referentnu granicu prema kojoj se procjenjuje nalazi li se pokazatelj u prihvatljivom ili problematičnom rasponu. Ciljana vrijednost predstavlja realno ostvariv rezultat koji destinacija želi dosegnuti ili zadržati tijekom planskog razdoblja, uzimajući u obzir postojeće stanje i mogućnosti djelovanja. Ona se stoga ne mora podudarati s prihvatljivim standardom, osobito kada početna vrijednost od njega znatno odstupa. Početna vrijednost pokazuje aktualno stanje u Općini i predstavlja osnovu za buduće praćenje promjena. Međusobna usporedba tih triju vrijednosti pokazuje gdje se destinacija trenutačno nalazi u odnosu na prihvatljivi standard, u kojem se smjeru želi kretati i koliki je pomak realno moguće ostvariti tijekom planskog razdoblja.

Procjena prihvatnih kapaciteta predstavlja presjek stanja u određenom vremenskom okviru. Kapaciteti se mogu mijenjati i optimizirati kroz infrastrukturna ulaganja, unapređenje upravljanja i razvoj održivih turističkih proizvoda. Sustavno praćenje pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje područja najvećeg opterećenja te donošenje odluka usmjerenih na očuvanje okolišnih vrijednosti, stabilnost lokalne zajednice i dugoročnu konkurentnost destinacije. U nastavku su prikazani obvezni, a potom i dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta, razvrstani po tematskim kategorijama. Uz svaki pokazatelj navode se početna vrijednost, prihvatljivi standard i ciljana vrijednost te interpretacija njihova međusobnog odnosa u kontekstu Općine Starigrad.

# 5.1. Obvezni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

## 5.1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika

Pokazatelj mjeri udio lokalnih stanovnika koji turizam doživljavaju kao pozitivan čimbenik ukupne kvalitete života u destinaciji. Praćenje pokazatelja omogućuje pravovremeno prepoznavanje promjena u stavovima lokalnog stanovništva te predstavlja ključnu osnovu za održivo upravljanje destinacijom.

| | |
|---|---|
| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
| **Vrijednosti:** | |
| **2025.** | |
| **83,17%** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | S obzirom da ne postoji zakonski propisan prag, potrebno je definirati operativni društveni standard prihvatljivosti. S obzirom na teoriju društvene razmjene i praksu upravljanja destinacijama, postavlja se sljedeća interpretativna skala:<br>≥ 70 % – visoka razina društvene podrške turizmu (stabilan društveni kapacitet)<br>50 - 69 % – umjerena podrška (potencijalni rizik polarizacije stavova)<br>< 50 % – niska podrška (prelazak u zonu društvenog konflikta i ograničenog prihvatnog kapaciteta)<br>Razina od 70 % može se smatrati pragom stabilne društvene prihvatljivosti turizma, jer znači da kvalificirana većina stanovništva turizam doživljava kao neto pozitivan faktor. |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 70 %** |

Vrijednost pokazatelja od **83,17 %** upućuje na vrlo visoku razinu pozitivne percepcije turizma među lokalnim stanovništvom. Rezultat potvrđuje da velika većina ispitanika turizam doživljava kao čimbenik koji doprinosi kvaliteti života u destinaciji, odnosno da percipirane koristi (još uvijek) nadmašuju potencijalne negativne učinke. S obzirom na prihvatljivi standard od 70 %, ostvarena vrijednost značajno ga nadmašuje te pokazuje da većina stanovnika prepoznaje koristi koje turizam donosi lokalnoj zajednici. Međutim, rezultat treba promatrati zajedno s općim zadovoljstvom stanovnika razvojem turizma, koje iznosi 36,14 %. Visoka percepcija doprinosa turizma blagostanju stoga ne znači nužno da stanovnici podržavaju daljnje povećanje njegova intenziteta niti da ne prepoznaju pojedina opterećenja povezana s turizmom. Rezultat potvrđuje postojanje pozitivne društvene osnove za turizam, ali ne omogućuje zaključak da postoji neograničen društveni prostor za njegov daljnji rast. Budući je riječ o prvoj godini mjerenja, ova vrijednost predstavlja referentnu točku za buduće praćenje. Eventualni pad ispod razine stabilne podrške u narednim godinama mogao bi signalizirati rast društvenog pritiska i približavanje granicama društvenog prihvatnog kapaciteta. Trenutno društveni prihvatni kapacitet u segmentu percepcije blagostanja pokazuje visok stupanj stabilnosti.

## 5.1.2. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj definira odnos ukupnog broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u odnosu na 100 stalnih stanovnika destinacije. Pokazatelj cilja procijeniti intenzitet turističke izgrađenosti i razinu potencijalnog opterećenja koje smještajni kapaciteti stvaraju za lokalno stanovništvo, osobito tijekom vrhunca sezone.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **804,37** | **830,47** | **840,57** | **828,15** | **873,94** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Prihvatljivi standard za ovaj pokazatelj temelji se na konceptu Tourism Function Indexa (TFI) prema Defertu (1967.), koji omjer broja turističkih kreveta i broja stanovnika koristi kao pokazatelj intenziteta turističke funkcije prostora. Viša vrijednost indeksa upućuje na snažniju i dominantniju ulogu turizma. Prema Boyerovoj klasifikaciji turističke funkcije, vrijednosti TFI-a interpretiraju se na sljedeći način:<br>● TFI ≤ 4 – gotovo bez turističke aktivnosti;<br>● 4 < TFI ≤ 10 - mala turistička aktivnost;<br>● 10 < TFI ≤ 40 - važna, ali ne i primarna turistička funkcija;<br>● 40 < TFI ≤ 100 - dominantna turistička destinacija;<br>● 100 < TFI ≤ 500 - veliko turističko središte;<br>● TFI > 500 – „hiperturističko“ mjesto.<br>TFI primarno odražava strukturni kapacitet, odnosno potencijalnu mogućnost prihvata turista, a ne stvarno dnevno opterećenje. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **zadržati postojeći omjer** | | | |

Vrijednosti pokazatelja u razdoblju 2020.–2024. kreću se **od 804,37 do 873,94 kreveta na 100 stanovnika,** uz vidljiv rast i najvišu vrijednost u 2024. godini. Time Općina višestruko premašuje prag od 500, koji prema Boyerovoj klasifikaciji označava hiperturističko mjesto, pa pokazatelj potvrđuje da turizam predstavlja dominantnu funkciju prostora. Broj smještajnih kapaciteta višestruko nadmašuje broj stalnih stanovnika, što upućuje na izrazitu turističku izgrađenost i snažan utjecaj turizma na prostornu organizaciju, infrastrukturne potrebe i gospodarsku strukturu. Budući da pokazatelj ne obuhvaća popunjenost, duljinu boravka ni sezonske vršne pritiske, treba ga tumačiti zajedno s infrastrukturnim, okolišnim i društvenim pokazateljima. Ipak, ovako visoke vrijednosti i njihov daljnji rast jasno upućuju na potrebu velikog opreza u planiranju novih kapaciteta. Upravljački fokus zato treba biti na očuvanju funkcionalnosti prostora, stabilnosti infrastrukturnih sustava i kvalitete života lokalnog stanovništva, a ne na daljnjem povećanju smještajnog volumena.

## 5.1.3. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika

Pokazatelj definira odnos broja kreveta u kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stalnih stanovnika destinacije. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu sekundarnog stanovanja i potencijalno opterećenje koje takvi kapaciteti stvaraju tijekom glavne turističke sezone. Visok omjer upućuje na snažnu prisutnost nekomercijalnog smještaja u odnosu na broj stanovnika te može utjecati na infrastrukturne i prostorne pritiske.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **217,11** | **226,76** | **233,93** | **230,92** | **237,14** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Prihvatljivi standard i za ovaj pokazatelj se temelji na konceptu Tourism Function Indexa (TFI) prema Defertu (1967.), koji omjer broja turističkih kreveta i broja stanovnika koristi kao pokazatelj intenziteta turističke funkcije prostora. Viša vrijednost indeksa upućuje na snažniju i dominantniju ulogu turizma. Prema Boyerovoj klasifikaciji turističke funkcije, vrijednosti TFI-a interpretiraju se na sljedeći način:<br>● TFI ≤ 4 – gotovo bez turističke aktivnosti;<br>● 4 < TFI ≤ 10 - mala turistička aktivnost;<br>● 10 < TFI ≤ 40 - važna, ali ne i primarna turistička funkcija;<br>● 40 < TFI ≤ 100 - dominantna turistička destinacija;<br>● 100 < TFI ≤ 500 - veliko turističko središte;<br>● TFI > 500 – „hiperturističko“ mjesto.<br>TFI primarno odražava strukturni kapacitet, odnosno potencijalnu mogućnost prihvata turista, a ne stvarno dnevno opterećenje. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **zadržati postojeći omjer ili ≤ 350 (?)** | | | |

Vrijednosti pokazatelja u razdoblju 2020.–2024. kreću se **od 217,11 do 237,14 kreveta u nekomercijalnom smještaju na 100 stanovnika**, uz postupan rast i najvišu vrijednost u 2024. godini. To znači da na svakog stalnog stanovnika dolazi više od dva kreveta u kućama i stanovima za odmor, što predstavlja jasan faktor rizika. Prema Boyerovoj klasifikaciji Tourism Function Indexa, vrijednosti od 100 do 500 svrstavaju destinaciju u kategoriju velikog turističkog središta, pa pokazatelj potvrđuje da i sekundarno stanovanje ima snažnu turističku funkciju. Iako nije dosegnut hiperturistički prag, razina pokazatelja upućuje na znatan utjecaj nekomercijalnog smještaja na sezonsku dinamiku naseljenosti, opterećenje komunalne infrastrukture i dugoročnu društvenu strukturu prostora. U kombinaciji s visokim udjelom komercijalnog smještaja, rezultat potvrđuje da je turistička funkcija Općine snažno oblikovana i tržišnim i sekundarnim smještajem. Upravljački fokus zato treba biti na uravnoteženju odnosa između rezidentne i povremene populacije te očuvanju funkcionalnosti prostora i kvalitete života lokalnog stanovništva.

## 5.1.4. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje

Pokazatelj definira odnos broja smještajnih objekata za iznajmljivanje u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje u destinaciji. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu turističke transformacije stambenog fonda i utjecaj sekundarnog stanovanja na strukturu naselja.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **1,78** | **1,82** | **1,84** | **1,89** | **2,1** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za pokazatelj ne postoji međunarodno standardizirana klasifikacija. Vrijednost 1,0 predstavlja točku u kojoj je broj turističkih i sekundarnih stambenih objekata jednak broju stanova za stalno stanovanje. Sve iznad te razine znači da turistička i povremena stambena funkcija nadmašuje rezidentnu. Operativno bi se moglo definirati:<br>● ≤ 1,0 – ravnoteža između turističke i rezidentne funkcije;<br>● 1,0 – 1,5 – izražena turistička funkcija<br>● 1,5 – 2,0 – dominantna turistička funkcija<br>● > 2,0 – strukturna dominacija turističkog i sekundarnog stanovanja nad stalnim stanovanjem<br>U tom okviru, vrijednost iznad 2,0 upućuje na situaciju u kojoj broj objekata namijenjenih turizmu ili povremenom boravku više nego dvostruko nadmašuje broj stanova za stalno stanovanje. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **zadržati postojeći omjer** | | | |

Vrijednost pokazatelja od **2,10** u 2024. znači da na svaki stan za stalno stanovanje dolazi više od dva objekta turističke ili povremene namjene. Takav omjer potvrđuje izraženu turističku transformaciju stambenog fonda Općine i predstavlja **faktor rizika**. Rast od 2020. do 2024. pokazuje jačanje ovog procesa, pri čemu je 2024. označila prelazak u zonu strukturne dominacije turističkog i sekundarnog stanovanja, vjerojatno i pod utjecajem najava zakonskih izmjena koje su povećale broj registriranih objekata za najam diljem Hrvatske. To upućuje na promjenu karaktera naselja, u kojima turistička i povremena populacija sve više utječe na prostornu organizaciju, sezonsku dinamiku života i korištenje infrastrukture. Takva struktura može dugoročno utjecati na dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo, demografsku održivost, kontinuitet društvenog života izvan sezone i funkcioniranje javnih usluga. Istodobno, pokazatelj ne mjeri stvarnu popunjenost ni intenzitet korištenja objekata, nego strukturnu raspodjelu stambenog fonda, pa ga treba tumačiti zajedno s demografskim, društvenim i infrastrukturnim pokazateljima. U kombinaciji s prethodno analiziranim vrlo visokim TFI-om, rezultat potvrđuje da turistička funkcija u Općini ne dominira samo brojem kreveta, nego i strukturom stambenog fonda, što dodatno naglašava potrebu očuvanja ravnoteže između rezidentne i turističke funkcije prostora.

## 5.1.5. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja naselja

Pokazatelj definira ukupan broj registriranih stalnih kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u odnosu na 100 m² izgrađenog građevinskog područja naselja. Svrha pokazatelja jest procijeniti prostornu gustoću turističkih kapaciteta i razinu pritiska na već izgrađeni dio naselja.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **0,64** | **0,65** | **0,65** | **0,67** | **0,7** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za ovaj pokazatelj ne postoji međunarodno normirana klasifikacija niti univerzalno prihvaćeni prag, budući da optimalna gustoća smještajnih kapaciteta ovisi o prostornoj strukturi, tipu izgradnje, infrastrukturnoj opremljenosti i morfologiji naselja. Prihvatljivi standard za Općinu stoga se ne definira kroz unaprijed zadanu numeričku granicu, već kroz načelo prostorne održivosti, odnosno sposobnost izgrađenog područja da podnese koncentraciju turističkih kapaciteta bez prekomjernog infrastrukturnog opterećenja, narušavanja funkcije stanovanja, degradacije kvalitete prostora i krajobraza te smanjenja kvalitete života lokalnog stanovništva. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **zadržati postojeći omjer** | | | |

Vrijednost pokazatelja od **0,70 kreveta na 100 m²** izgrađenog građevinskog područja u 2024. ukazuje na kontinuirano povećanje prostorne koncentracije turističkih kapaciteta unutar postojećeg naselja. Rast s 0,64 na 0,70 u razdoblju od pet godina potvrđuje trend postupnog intenziviranja turističke funkcije unutar već izgrađenog prostora. Za izračun su korišteni podaci iz eVisitora o broju turističkih kreveta u komercijalnom smještaju, procijenjeni broj kreveta u kućama i stanovima za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam (prema podacima Porezne uprave umanjenima za objekte registrirane za komercijalni najam te pomnoženima s četiri kreveta po objektu) te podatak o površini izgrađenog dijela zona stambene i mješovite namjene. Time je obuhvaćen isključivo pritisak na već formirano urbano tkivo, dok planirana, ali neizgrađena područja nisu uključena u analizu. Pokazatelj ne mjeri stvarno dnevno opterećenje niti kvalitetu prostora, već gustoću turističkih kapaciteta unutar postojećeg naselja. U kombinaciji s vrlo visokim TFI-om i izraženim udjelom sekundarnog stanovanja, rezultat potvrđuje rast prostorne koncentracije turističkih kapaciteta unutar izgrađenog područja. Budući da za ovaj pokazatelj nije utvrđen prostorni prag saturacije, sama vrijednost ne omogućuje zaključak da je izgrađeno područje već snažno saturirano. Fokus upravljanja treba biti na praćenju daljnjeg povećanja gustoće, očuvanju prostorne ravnoteže i unapređenju kvalitete prostora.

## 5.1.6. Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima

Pokazatelj prikazuje postotni udio stalnih kreveta prema vrstama komercijalnih smještajnih objekata (hoteli, kampovi, objekti u domaćinstvu i ostali oblici smještaja) te kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam u ukupnom broju raspoloživih stalnih kreveta u destinaciji. Svrha pokazatelja jest analizirati strukturu smještajne ponude i utvrditi stupanj njezine razvijenosti i diverzifikacije.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | | |
| | **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **HOT**[43] | **4,84 %** | **4,21 %** | **4,17 %** | **4,11 %** | **3,9 %** |
| **KMP**[24] | **18,27 %** | **18 %** | **17,8 %** | **17,54 %** | **16,61 %** |
| **DOM**[24] | **34,42 %** | **34,2 %** | **34,09 %** | **34,20 %** | **33,38 %** |
| **PKS**[24] | **4,42 %** | **4,45 %** | **4,64 %** | **4,7 %** | **4,78 %** |
| **KKO**[24] | **38,05 %** | **39,14 %** | **39,3 %** | **39,45 %** | **41,33%** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za pokazatelj ne postoji univerzalni numerički prag, već se prihvatljivost procjenjuje kroz razinu diverzifikacije i uravnoteženosti strukture smještaja. Općenito bi se moglo smatrati da je:<br>● uravnotežena struktura ona u kojoj postoji razumna zastupljenost institucionalnih oblika smještaja (hoteli, kampovi) uz kontrolirani udio privatnog i sekundarnog smještaja, te da je<br>● rizična struktura ona u kojoj dominantan udio preuzimaju objekti u domaćinstvu i kuće/stanovi za odmor, osobito ako institucionalni smještaj ostaje marginalan.<br>Kritična razina može se smatrati dosegnutom u trenutku kada udio sekundarnog i individualnog smještaja trajno prelazi dvije trećine ukupnog kapaciteta, uz istodobno smanjenje udjela hotelskog i drugih organiziranih oblika smještaja. | | | | |
| Ciljana vrijednost: | **HOT** | **KMP** | **DOM** | **PKS** | **KKO** |
| | **≥ 5%** | **≥ 18%** | **≤ 33%** | **≤ 4%** | **≤ 40%** |

Struktura smještajnih kapaciteta u Općini pokazuje izraženu dominaciju nekomercijalnog smještaja i objekata u domaćinstvu, koji u 2024. godini zajedno čine gotovo **75 % ukupnih kreveta**, pri čemu sam nekomercijalni smještaj sudjeluje **s više od 41 %**. Istodobno raste udio kuća i stanova za odmor koji se ne koriste za kratkoročni najam, dok udio hotela **pada s 4,84 % u 2020. na 3,9 % u 2024.**, a kampovi bilježe blagi pad. To potvrđuje jačanje turizma temeljenog na individualnom i sekundarnom smještaju, uz slabljenje organiziranih oblika. Dominacija individualnog i sekundarnog smještaja može otežati koordinirano upravljanje kvalitetom ponude i povećati izloženost destinacije sezonalnosti. U kombinaciji s vrlo visokim TFI-om i gustoćom smještajnih kapaciteta, pokazatelj potvrđuje da je turistički razvoj Općine snažno oslonjen na individualni i sekundarni model, uz nizak udio hotelskog segmenta. Prostor za unapređenje zato se nalazi ponajprije u podizanju kvalitete postojećih kapaciteta i postupnom jačanju manjih organiziranih oblika smještaja, osobito obiteljskih hotela, koji mogu pridonijeti produljenju sezone, većoj potrošnji i ukupnoj kvaliteti destinacije.

43 Ministarstvo turizma i sporta, Smjernice i upute za izradu Plana upravljanja destinacijom, 2024., str. 9

## 5.1.7. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone

Pokazatelj definira odnos prosječnog dnevnog broja turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju prema ukupnom broju stalnih stanovnika u vršnim danima turističke sezone. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu stvarnog, dnevnog opterećenja koje smještajni turizam stvara za lokalno stanovništvo, prostor i infrastrukturu tijekom razdoblja najveće turističke aktivnosti.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **3,56** | **4,31** | **4,27** | **3,92** | **3,97** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za procjenu prihvatljive razine intenziteta stacionarnog turizma koristi se referentni okvir turističkog pritiska razvijen u okviru europskih prostornih analiza (ESPON – Tourism Pressure). Pristup se temelji na omjeru broja turista i broja stanovnika u vršnim danima sezone. U okviru ESPON-a intenzitet pritiska interpretira se na sljedeći način:<br>● < 1 turist po stanovniku – niska turistička intenzivnost<br>● 1 – 2 turista po stanovniku – umjerena intenzivnost<br>● 2 – 3 turista po stanovniku – visoka intenzivnost<br>● 3 – 4 turista po stanovniku – vrlo visoka sezonska koncentracija<br>● 4 turista po stanovniku – ekstremna sezonska koncentracija<br>Važno je naglasiti da se navedene razine ne definiraju kao normativni pragovi, već kao analitičke kategorije koje omogućuju usporedbu razine turističkog pritiska među EU destinacijama. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 4** | | | |

Vrijednosti pokazatelja intenziteta stacionarnog turizma u razdoblju 2020.–2024. kreću se **od 3,56 do 4,31** turista po stanovniku u vršnim danima sezone. U 2024. godini omjer iznosi 3,97, što znači da na jednog stalnog stanovnika dolaze gotovo četiri turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju. Vrijednosti iznad 3 upućuju na vrlo visoku sezonsku koncentraciju, a one iznad 4 na ekstremni sezonski pritisak, pa promatrano razdoblje potvrđuje da se Općina trajno nalazi u zoni vrlo visokog opterećenja, a u pojedinim godinama i na pragu ekstremne koncentracije. To znači da turistička populacija u vršnim danima višestruko nadmašuje rezidentnu, s izravnim pritiskom na promet, komunalne sustave, potrošnju vode i energije, gospodarenje otpadom te svakodnevno funkcioniranje naselja. Nakon najviših vrijednosti u 2021. i 2022. godini vidljiva je blaga stabilizacija, ali pokazatelj i dalje potvrđuje da je prostor za dodatno povećanje vršnog opterećenja vrlo ograničen. Upravljački fokus zato treba biti na prostornoj i vremenskoj disperziji potražnje, produljenju sezone i jačanju otpornosti infrastrukture u razdobljima najveće koncentracije.

## 5.1.8. Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama

Pokazatelj definira udio (%) turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su izrazili nezadovoljstvo gužvama na javnim prostorima destinacije, uključujući ulice, trgove i atrakcije. Svrha pokazatelja jest procijeniti utjecaj prostorne koncentracije posjetitelja na kvalitetu doživljaja boravka.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednosti:** | |
| **2025.** | |
| **8,5 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Smjernice UNWTO-a te European Tourism Indicator System (ETIS), naglašavaju važnost mjerenja udjela nezadovoljnih posjetitelja kao indikatora potencijalne preopterećenosti destinacije. Međutim, ne propisuju univerzalne granične vrijednosti prihvatljivosti, budući da razina tolerancije na gužvu ovisi o tipu destinacije, prostornoj strukturi, sezonalnosti i očekivanjima posjetitelja. Za potrebe sustavnog praćenja i upravljanja u Općini, analitički pragovi definiraju se u skladu s uobičajenim interpretacijama u istraživanjima zadovoljstva i literaturi upravljanja kvalitetom destinacije, kako slijedi:<br>● ≤ 10 % nezadovoljnih – niska razina percepcije gužve<br>● 10 – 20 % – umjerena percepcija gužve<br>● 20 – 30 % – izražen problem preopterećenosti<br>● 30 % – ozbiljan negativan utjecaj na doživljaj destinacije<br>Ovi pragovi ne predstavljaju normativne ili zakonske standarde, već operativni okvir za praćenje trendova i pravodobno upravljanje posjetiteljskim tokovima. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 10** |

U 2025. udio posjetitelja koji su izrazili nezadovoljstvo gužvama na javnim prostorima iznosi **8,5 %**, što prema definiranom analitičkom okviru predstavlja nisku razinu percepcije preopterećenosti. Posebno je važno istaknuti da se ovaj rezultat ostvaruje unatoč vrlo visokom objektivnom intenzitetu stacionarnog turizma u vršnim danima sezone, kada broj turista višestruko nadmašuje broj stanovnika. Iako destinacija bilježi visok omjer turista po stanovniku (3,97 u 2024.), subjektivni doživljaj gužve među posjetiteljima ostaje nizak. Takav nesrazmjer između sezonskog pritiska i subjektivne percepcije može se objasniti prostornom disperzijom atrakcija, velikim udjelom otvorenih prirodnih prostora te karakterom destinacije kao outdoor odredišta, gdje koncentracija posjetitelja nije nužno linearno povezana s doživljajem prenapučenosti. Budući da je 2025. prva godina mjerenja, rezultat predstavlja referentnu vrijednost za budućnost. Ključno je zadržati udio nezadovoljnih unutar zone niske percepcije te pravodobno reagirati u slučaju rasta nezadovoljstva. U kontekstu cjelokupne analize prihvatnog kapaciteta, pokazatelj potvrđuje da visoka razina turističke aktivnosti u vrhuncu sezone zasad nije rezultirala značajnim narušavanjem doživljaja boravka.

## 5.1.9. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj mjeri prostornu koncentraciju materijalnih turističkih atrakcija unutar odabranih područja odnosno definiranih zona destinacije. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu prostorne distribucije atrakcija i njihov utjecaj na dinamiku posjetiteljskih tokova.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2024.** | |
| **0,00047 materijalnih atrakcija/ha** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Ne definira se kvantitativni prihvatljivi standard u smislu povećanja ili smanjenja broja atrakcija. Temeljni upravljački cilj jest očuvanje postojećih 9 normativno zaštićenih atrakcija i njihova statusa zaštite, sprječavanje degradacije pod turističkim pritiskom te osiguravanje ravnoteže između valorizacije i zaštite. Dugoročna održivost destinacije ne ovisi o povećanju gustoće atrakcija, već o odgovornom upravljanju postojećim resursima i pažljivoj kontroli prostorne koncentracije posjetitelja unutar najosjetljivijih zona. |
| Ciljana vrijednost: | **očuvanje postojećeg broja normativno zaštićenih atrakcija i njihova statusa zaštite** |

Vrijednost pokazatelja iznosi **0,00047 materijalnih atrakcija po hektaru**, što na prvi pogled upućuje na vrlo nisku prostornu koncentraciju atrakcija, odnosno njihovu izraženu disperziju na teritoriju Općine. Numerički gledano, riječ je o maloj gustoći atrakcija u odnosu na ukupnu površinu Općine, što bi u uobičajenim okolnostima moglo sugerirati ravnomjerniju raspodjelu turističkih resursa i manji rizik od prostorne preopterećenosti. Međutim, u slučaju Općine ovakav zaključak treba interpretirati s oprezom. Razlog tome je specifična struktura atrakcijske osnove: među ukupno 9 normativno zaštićenih materijalnih atrakcija nalaze se NP Paklenica i PP Velebit, pri čemu PP Velebit obuhvaća cjelokupno područje Općine, a NP Paklenica njezin veći dio. Budući da se oba područja u okviru ovog pokazatelja evidentiraju kao po jedna atrakcija, njihova velika prostorna rasprostranjenost statistički „razvodnjava" pokazatelj gustoće. Drugim riječima, niska vrijednost od 0,00047 atrakcija/ha ne znači da su atrakcije ravnomjerno raspoređene ili da ne postoji rizik koncentracije posjetitelja. Upravo suprotno, unutar prostorno opsežnih zaštićenih područja (prvenstveno NP Paklenica) dolazi do koncentracije posjetiteljskih tokova na ograničen broj ulaznih točaka, staza i najatraktivnijih lokaliteta. Stoga pokazatelj na razini ukupne površine Općine ne odražava stvarne mikro-prostorne pritiske unutar pojedinih zona. Za Plan upravljanja destinacijom to znači da se interpretacija pokazatelja mora temeljiti na razumijevanju prostorne strukture atrakcija, a ne samo na numeričkoj vrijednosti. Iako brojčano niska gustoća upućuje na disperziju na makro-razini, upravljački fokus treba biti usmjeren na one dijelove teritorija gdje dolazi do stvarne koncentracije posjetitelja, osobito unutar granica NP Paklenica i na kulturnim lokalitetima smještenima u naseljima.

## 5.1.10. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Pokazatelj mjeri koncentraciju ugostiteljskih objekata u destinaciji kroz dnevni broj usluženih osoba po sjedalu u vršnim danima turističke sezone. Svrha pokazatelja jest procijeniti intenzitet korištenja ugostiteljskih kapaciteta i njihov utjecaj na prostornu dinamiku destinacije.

**Podaci za izračun pokazatelja nisu dostupni**

## 5.1.11. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine

Pokazatelj predstavlja godišnju ocjenu kakvoće mora za kupanje tijekom službene sezone kupanja (lipanj – rujan) na lokacijama unutar destinacije. Pokazatelj omogućuje praćenje stanja okoliša na plažama i procjenu utjecaja turističke aktivnosti na kvalitetu mora i voda za rekreaciju.

| **Učestalost mjerenja** | Godišnje (sezona lipanj - rujan) | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti[44]:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **izvrsno** | **izvrsno** | **izvrsno** | **izvrsno** | **izvrsno** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Prihvatljivi standard temelji se na važećim nacionalnim propisima i Uredbi o kakvoći mora za kupanje, prema kojoj je cilj održavanje kakvoće mora u kategorijama izvrsno ili dobro, uz sprječavanje pojave ocjena zadovoljavajuće i osobito nezadovoljavajuće. S obzirom na turistički profil destinacije, koji se u velikoj mjeri oslanja na ljetni odmorišni turizam i kupališnu funkciju mora, očuvanje najviše razine kakvoće predstavlja temeljni okolišni standard održivosti. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **Izvrsna kakvoća mora za kupanje** | | | |

Rezultati za razdoblje 2020.–2024. pokazuju potpunu **stabilnost i najvišu razinu kakvoće mora za kupanje na svim ocjenjivanim plažama**. Kontinuirana izvrsna ocjena kroz pet uzastopnih godina potvrđuje očuvanost morskog ekosustava te izostanak mjerljivih negativnih učinaka turističkog opterećenja na kvalitetu mora. U 2024. godini nije zabilježena niti jedna lokacija s nezadovoljavajućom ocjenom, čime se potvrđuje stabilnost okolišnih uvjeta unatoč visokom sezonskom intenzitetu turizma i unatoč neizgrađenom sustavu javne odvodnje. U takvim okolnostima očuvanje izvrsne kakvoće mora ukazuje na trenutačnu otpornost okoliša, ali

44 Provedbeni program Općine Starigrad 2025. 2029., dostupno na poveznici, pristupljeno 18.1.2025.

istodobno naglašava ranjivost sustava u slučaju daljnjeg povećanja opterećenja ili izvanrednih situacija. Pozitivni rezultati kakvoće mora ne smiju se tumačiti kao trajno zajamčeno stanje, već kao stanje koje zahtijeva oprezno upravljanje i infrastrukturno unapređenje. Pokazatelj potvrđuje da sadašnja razina turističke aktivnosti (u Općini ali i okolnim destinacijama koje dijele morsko područje) nije rezultirala degradacijom jednog od ključnih prirodnih resursa destinacije. Međutim, s obzirom na izostanak sustava odvodnje i visoku sezonsku koncentraciju, očuvanje kakvoće mora predstavlja strateški prioritet te dodatno naglašava važnost planiranja i infrastrukturnih ulaganja u sustav odvodnje. S obzirom da je kvaliteta mora temelj konkurentnosti ljetnog odmorišnog turizma i jedan od najvažnijih elemenata reputacije destinacije, njezino dugoročno očuvanje izravno je povezano s održivošću budućeg razvoja Općine.

## 5.1.12. Raspoloživa površina plaže po kupaču u danima vršne turističke sezone

Pokazatelj predstavlja procjenu raspoložive ukupne površine kupališnog prostora po potencijalnom kupaču u vršnim danima turističke sezone. Svrha pokazatelja jest procijeniti prostornu dostupnost kupališnih površina u odnosu na broj korisnika te identificirati potencijalne rizike preopterećenosti obalnog prostora. Dostatan prostor po kupaču važan je za očuvanje kvalitete doživljaja, sigurnosti i okolišne održivosti destinacije, osobito u razdoblju najveće sezonske koncentracije.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **4,94** | **4,94** | **5** | **4,88** | **5,14** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za procjenu pokazatelja koristi se koncept nosivosti rekreacijskog prostora, razvijen u okviru analiza prihvatnog kapaciteta (Cifuentes, 1992). U mediteranskoj praksi planiranja kupališta i studijama nosivosti plaža, osobito u španjolskim istraživanjima (npr. Yepes, 2002; Roig-Munar, 2003), kao i u praksama prostornog planiranja kupališnih zona, koriste se sljedeći orijentacijski rasponi:<br>● ≥ 8 m² po kupaču – visoka razina komfora i niska gustoća korištenja<br>● 5 – 8 m² po kupaču – zadovoljavajuća razina korištenja prostora<br>● 3 – 5 m² po kupaču – visoka gustoća korisnika<br>● < 3 m² po kupaču – preopterećenost i smanjena kvaliteta doživljaja<br>Navedene vrijednosti ne predstavljaju univerzalno propisane ili zakonske standarde, već analitičke orijentire koji se koriste u procjeni komfora, sigurnosti i funkcionalne nosivosti kupališnih prostora. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 5 m²** | | | |

Vrijednosti pokazatelja[45] raspoložive površine plaže po kupaču u vršnim danima sezone u razdoblju 2020.–2024. kreću se u uskom rasponu **od 4,88 do 5,14 m²**, uz najvišu vrijednost zabilježenu 2024. godine (**5,14 m²**). Rezultati upućuju na stabilno stanje kroz promatrano razdoblje, bez većih oscilacija, što znači da se odnos između dostupnog kupališnog prostora i broja potencijalnih korisnika u vrhuncu sezone bitno ne mijenja. U odnosu na prihvatljivi standard, vrijednosti oko 5 m² po kupaču nalaze se na prijelazu između zone visoke gustoće korisnika (3–5 m²) i zone zadovoljavajuće razine korištenja prostora (5–8 m²). To znači da u vršnim danima sezone kupališni prostori funkcioniraju uz relativno visoku razinu zauzetosti, pri čemu je komfor osjetljiv i na manja povećanja broja korisnika ili lokalne koncentracije na najpopularnijim lokacijama. S aspekta prihvatnog kapaciteta, pokazatelj potvrđuje da kupališni prostor predstavlja jednu od osjetljivijih komponenti nosivosti destinacije. Iako vrijednosti ne upućuju na preopterećenost u smislu zone < 3 m² po kupaču, prostor za dodatno povećanje vršnog broja korisnika bez ulaska u zonu visoke gustoće je ograničen. To posebno dobiva na važnosti u kontekstu vrlo visokog intenziteta stacionarnog turizma u vrhuncu sezone, jer i mali rast vršne turističke populacije može disproporcionalno povećati pritisak na plaže i obalni pojas. Upravljanje ovim aspektom prihvatnog kapaciteta stoga bi trebalo biti usmjereno na smanjenje lokalnih zagušenja kroz bolju prostornu distribuciju kupača, unaprjeđenje pristupa i informiranja o alternativnim kupališnim lokacijama te razvoj sadržaja koji rasterećuju najopterećenije plaže. Ujedno, očuvanje kvalitete mora i obalnog prostora ostaje ključan

45 Izvor: Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027.

preduvjet održivosti, budući da je kupališna funkcija jedan od temeljnih elemenata konkurentnosti ljetnog turizma u Općini.

### 5.1.13. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine

Pokazatelj predstavlja službenu ocjenu kvalitete zraka na području jedinice lokalne ili područne samouprave, s ciljem zaštite zdravlja ljudi, očuvanja okoliša i informiranja javnosti. Kategorija se utvrđuje na temelju izmjerenih koncentracija relevantnih onečišćujućih tvari, a podaci o mjernim postajama i rezultatima javno su dostupni putem nacionalnog sustava praćenja kvalitete zraka.

| **Učestalost mjerenja** | Jednom godišnje | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednosti[46]:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **I kategorija za lebdeće čestice<br>II kategorija za prizemni ozon** | **I kategorija za lebdeće čestice<br>II kategorija za prizemni ozon** | **I kategorija za lebdeće čestice<br>I kategorija za prizemni ozon** | **I kategorija za lebdeće čestice<br>I kategorija za prizemni ozon** | **I kategorija za lebdeće čestice<br>I kategorija za prizemni ozon** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Prihvatljiva razina kvalitete zraka definirana je važećim zakonodavnim okvirom Republike Hrvatske. Sukladno Zakonu o zaštiti zraka i pripadajućim uredbama, I. kategorija kvalitete zraka označava čist ili neznatno onečišćen zrak, odnosno stanje u kojem nisu prekoračene granične i ciljne vrijednosti propisane za relevantne onečišćujuće tvari. II. kategorija kvalitete zraka označava onečišćen zrak, odnosno situaciju u kojoj dolazi do prekoračenja propisanih vrijednosti. S aspekta prihvatnog kapaciteta i održivosti destinacije, prihvatljiv standard predstavlja zadržavanje I. kategorije kvalitete zraka, budući da ona osigurava zaštitu zdravlja stanovništva i posjetitelja te očuvanje okolišne kvalitete prostora. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **I. kategorija kvalitete zraka (čist ili neznatno onečišćen zrak)** | | | |

Područje Općine pripada zoni HR 5 – Dalmacija. U razdoblju 2022.–2024. kvaliteta zraka na području Zadarske županije ocijenjena je **I. kategorijom**, što znači da nisu zabilježena prekoračenja graničnih i ciljnih vrijednosti za relevantne onečišćujuće tvari, uključujući prizemni ozon. Time je potvrđeno stabilno stanje čistoće zraka u novijem razdoblju. U 2020. i 2021. godini kvaliteta zraka bila je ocijenjena I. kategorijom za lebdeće čestice (PM10 i PM2,5), dok je za prizemni ozon zabilježena II. kategorija, što upućuje na povremena prekoračenja ciljnih vrijednosti za ovu onečišćujuću tvar. Takva odstupanja nisu neuobičajena u mediteranskim područjima, gdje meteorološki uvjeti i fotokemijske reakcije tijekom ljetnih mjeseci mogu uzrokovati povišene koncentracije ozona. U kontekstu vrlo visokog intenziteta turističke funkcije destinacije, očuvana kvaliteta zraka upućuje na to da turistička aktivnost, unatoč sezonskim opterećenjima, zasad ne generira mjerljive negativne učinke. To je osobito važno za destinaciju koja se pozicionira kao prostor očuvane prirode, aktivnog odmora i boravka na otvorenom. Daljnje praćenje kvalitete zraka ostaje važno kako bi se pravodobno identificirali trendovi pogoršanja, osobito u kontekstu rasta mobilnosti i intenziteta turističkih tokova. Konačno, u sklopu provedbe projekta AllerShield, na području gradova Biograd na Moru i Nin te općine Starigrad, prethodno su instalirane nove senzorske stanice za mjerenje kakvoće zraka. Ovakav tip mjernih stanica po prvi je put postavljen na ovim lokacijama u Zadarskoj županiji, čime se značajno podiže razina praćenja kvalitete zraka u regiji.[47]

[46] Projekt ukupnog razvoja – i projekti gospodarskog razvoja za Općinu, dostupno na: poveznica pristupljeno: 1.4.2025.

[47] Provedbeni program Općine Starigrad za razdoblje 2025. – 2029. godine, dostupno na: poveznica, preuzeto: 1.3.2026.

## 5.1.14. Utjecaj turizma na izgled destinacije

Pokazatelj mjeri udio (%) stalnih stanovnika koji smatraju da turistički razvoj pozitivno utječe na izgled destinacije. Praćenje pokazatelja omogućuje procjenu u kojoj mjeri stanovništvo turističke promjene doživljava kao unapređenje ili narušavanje prostora.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **62,38 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Smjernice UNWTO i ETIS ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za percepciju utjecaja turizma na izgled destinacije, već naglašavaju važnost kontinuiranog praćenja stavova lokalnog stanovništva. Za potrebe analitičkog praćenja definiraju se orijentacijski pragovi, u skladu s uobičajenim pristupom u istraživanjima zadovoljstva i quality management literaturi:<br>● ≥ 70% – vrlo visoka razina pozitivne percepcije<br>● 50 -70% – umjereno pozitivna percepcija<br>● 30 - 50% – podijeljeni stavovi<br>● < 30% – dominantno negativna percepcija<br>Prihvatljivim standardom smatra se udio iznad 50 %, jer takva razina upućuje na prevladavajuće pozitivno vrednovanje učinaka turizma na izgled prostora. |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 50%** |

U 2025. godini, koja je ujedno prva godina provedbe istraživanja, **62,38 %** stalnih stanovnika izjavilo je da turistički razvoj pozitivno utječe na izgled destinacije. Rezultat se nalazi u zoni umjereno pozitivne percepcije, što znači da većina stanovništva turističke promjene u prostoru doživljava pozitivno, ali uz postojanje značajnog udjela onih koji nisu u potpunosti uvjereni u pozitivne učinke. Dobivena vrijednost sugerira da turizam u percepciji lokalne zajednice doprinosi uređenju mjesta, vizualnom standardu i infrastrukturnim poboljšanjima, no istodobno ostavlja prostor za unaprjeđenje prostornog planiranja, arhitektonske kvalitete i zaštite identiteta prostora. U kontekstu vrlo visoke turističke funkcije destinacije, održavanje i jačanje pozitivne percepcije izgleda prostora predstavlja važan element društvene prihvatljivosti turizma. Budući da je riječ o prvoj godini mjerenja, dobivena vrijednost predstavlja početnu referentnu točku za buduće praćenje trendova. Daljnje kretanje pokazatelja omogućit će preciznije procjene u kojoj mjeri turistički razvoj dugoročno doprinosi estetskoj i prostornoj kvaliteti destinacije te u kojoj mjeri eventualna zasićenost prostora može utjecati na percepciju lokalnog stanovništva.

## 5.1.15. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora

Pokazatelj mjeri udio (%) stalnih stanovnika koji smatraju da turistički razvoj pozitivno utječe na korištenje javnog prostora. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje uvid u društvenu prihvatljivost turističkog razvoja te pravodobno prepoznavanje potrebe za prilagodbama u upravljanju prostorom.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednosti:** | |
| **2025.** | |
| **40,1%** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Kao i kod ostalih pokazatelja percepcije lokalnog stanovništva, UNWTO i ETIS okvir ne propisuju univerzalne granične vrijednosti, već naglašavaju važnost kontinuiranog praćenja stavova zajednice. Za potrebe analitičkog praćenja definiraju se orijentacijski pragovi, u skladu s pristupima u istraživanjima zadovoljstva i quality management literaturi:<br>● ≥ 70 % – vrlo visoka razina pozitivne percepcije<br>● 50 - 70 % – umjereno pozitivna percepcija<br>● 30 - 50 % – podijeljeni stavovi<br>● < 30 % – dominantno negativna percepcija<br>Prihvatljivom razinom smatra se vrijednost iznad 50 %, jer upućuje na prevladavajuće pozitivan stav lokalne zajednice. |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 50%** |

U 2025. godini, kao prvoj godini provedbe istraživanja, **40,1 %** stalnih stanovnika izjavilo je da turistički razvoj pozitivno utječe na korištenje javnog prostora. Dobivena vrijednost nalazi se u zoni podijeljenih stavova (30–50 %), što znači da percepcija učinaka turizma na javne površine

nije jednoznačno pozitivna te predstavlja **faktor rizika**. Rezultat sugerira da značajan dio stanovništva ne doživljava turistički razvoj kao unapređenje dostupnosti i kvalitete javnog prostora, što može upućivati na percepciju zagušenja, prenamjene prostora ili smanjene dostupnosti tijekom vrhunca sezone. U kontekstu vrlo visokog intenziteta turističke funkcije destinacije i izraženog sezonskog opterećenja, javni prostori predstavljaju jednu od osjetljivijih točaka prihvatnog kapaciteta. Budući da je riječ o početnoj vrijednosti, rezultat predstavlja referentnu točku za buduće praćenje. Daljnje kretanje pokazatelja bit će važan signal o tome uspijeva li destinacija upravljati korištenjem javnog prostora na način koji zadržava ravnotežu između potreba lokalnog stanovništva i posjetitelja.

## 5.1.16. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija

Pokazatelj mjeri udio (%) turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni ljepotom i uređenošću mjesta u kojem borave. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje procjenu kako turistički razvoj i upravljanje prostorom utječu na doživljaj destinacije te predstavlja važan alat za kontinuirano unapređenje kvalitete turističkog proizvoda.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **Posjetitelji zadovoljni ljepotom mjesta - 62 %**<br>**Posjetitelji zadovoljni uređenošću mjesta - 53,75 %**<br>**Posjetitelji zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija - 53 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS okvir preporučuju praćenje zadovoljstva posjetitelja, ali ne propisuju univerzalne granične vrijednosti. Za potrebe analitičkog praćenja u okviru Plana upravljanja primjenjuju se orijentacijski pragovi uobičajeni u istraživanjima zadovoljstva i quality management literaturi:<br>● ≥ 85 % – vrlo visoka razina zadovoljstva<br>● 70 – 85 % – visoka razina zadovoljstva<br>● 50 – 70 % – umjerena razina zadovoljstva<br>● < 50 % – niska razina zadovoljstva<br>Prihvatljivom razinom smatra se vrijednost iznad 70 %, dok se raspon 50–70 % smatra signalom potrebe za unaprjeđenjem pojedinih elemenata ponude. |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 70%** |

U 2025. godini, kao prvoj godini provedbe istraživanja, **62 % posjetitelja iskazalo je zadovoljstvo ljepotom mjesta, 53,75 % zadovoljstvo uređenošću mjesta, a 53 % zadovoljstvo uređenošću glavnih atrakcija**. Sve tri vrijednosti nalaze se u rasponu umjerene razine zadovoljstva (50–70 %) te predstavljaju potencijalni **faktor rizika**. Rezultati pokazuju da većina posjetitelja pozitivno vrednuje estetske i prostorne karakteristike destinacije. Istodobno, relativno niže vrijednosti zadovoljstva uređenošću mjesta i glavnih atrakcija upućuju na prostor za unapređenje, osobito u segmentima komunalnog standarda, održavanja javnih površina, signalizacije i interpretacije atrakcija. U kontekstu izrazito visokog intenziteta turističke funkcije i velikog sezonskog opterećenja prostora, ovi rezultati su značajni jer pokazuju da percepcija kvalitete prostora još uvijek ostaje stabilna, ali ne doseže razinu visoke ili vrlo visoke izvrsnosti što bi za destinaciju ovog profila bilo važno. Budući da su ljepota krajolika i doživljaj prostora ključni elementi identiteta destinacije, daljnje podizanje standarda uređenosti i prezentacije atrakcija predstavlja važan smjer upravljanja kako bi se povećalo zadovoljstvo posjetitelja i dugoročna konkurentnost destinacije.

## 5.1.17. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći

Pokazatelj prati razinu buke u vanjskom prostoru tijekom vršnih dana turističke sezone u odnosu na ostatak godine, osobito u zonama mješovite namjene koje su značajne za turističke aktivnosti. Cilj je procijeniti utjecaj sezonskog intenziteta turizma na akustičko opterećenje prostora i kvalitetu života lokalnog stanovništva.

**Budući da destinacija nema izrađene karte buke, podatak nije dostupan.**

## 5.1.18. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone

Pokazatelj mjeri udio (%) stalnih stanovnika koji su tijekom turističke sezone uznemireni bukom, u odnosu na ukupan broj ispitanih stanovnika destinacije. Praćenje pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje potencijalnih konflikata između turističkih aktivnosti i svakodnevnog života zajednice te predstavlja važan element društvene dimenzije prihvatnog kapaciteta.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **12,88 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS okvir ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za pokazatelje uznemirenosti stanovništva, već naglašavaju važnost kontinuiranog praćenja negativnih učinaka turizma na kvalitetu života lokalne zajednice. Za potrebe analitičkog praćenja definiraju se orijentacijski pragovi, u skladu s praksom istraživanja percepcije i društvene održivosti:<br>● ≤ 15 % – niska razina uznemirenosti<br>● 15 – 30 % – umjerena razina uznemirenosti<br>● 30 % – visoka razina uznemirenosti<br>Prihvatljivom razinom za outdoor destinaciju profila Općine smatra se vrijednost ispod 15 %, koja upućuje da buka ne predstavlja značajan izvor konflikta između turizma i zajednice. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 15 %** |

U 2025. godini, kao prvoj godini provedbe istraživanja, **12,88 %** stalnih stanovnika izjavilo je da su tijekom turističke sezone uznemireni bukom. Dobivena vrijednost nalazi se u zoni niske razine uznemirenosti, što znači da većina stanovništva buku ne percipira kao značajan problem. Rezultat je posebno značajan u kontekstu vrlo visokog intenziteta turističke funkcije destinacije i snažne sezonske koncentracije posjetitelja. Unatoč izraženom turističkom opterećenju u vršnim danima, percepcija buke kao negativnog čimbenika ostaje relativno ograničena. To upućuje na to da struktura turističke ponude, prostorna organizacija naselja i profil destinacije – dominantno usmjeren na boravak u prirodi i aktivnosti na otvorenom – zasad ne generiraju izražene akustičke konflikte. Budući da je riječ o početnoj vrijednosti, rezultat predstavlja referentnu točku za daljnje praćenje. U slučaju rasta turističkog prometa, povećanja broja događanja ili širenja ugostiteljskih sadržaja, ovaj pokazatelj može postati osjetljiv indikator promjene društvene prihvatljivosti turizma.

## 5.1.19. Utjecaj buke na kvalitetu boravka

Pokazatelj mjeri udio (%) turista u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju te jednodnevnih posjetitelja koji su nezadovoljni utjecajem buke na kvalitetu boravka. Praćenje pokazatelja omogućuje prepoznavanje potencijalnih negativnih eksternalija turističke aktivnosti te predstavlja važan alat za uravnoteženo upravljanje destinacijom te očuvanje kvalitete boravka i reputacije mjesta.

| **Učestalost mjerenja** | Svake 4 godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **9 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS okvir ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za pokazatelje nezadovoljstva posjetitelja, već naglašavaju važnost kontinuiranog praćenja negativnih utjecaja turizma na kvalitetu boravka. Za potrebe analitičkog praćenja definiraju se sljedeći orijentacijski pragovi:<br>● ≤ 15 % – niska razina nezadovoljstva<br>● 15 – 30 % – umjerena razina nezadovoljstva<br>● > 30 % – visoka razina nezadovoljstva<br>Prihvatljivom razinom smatra se udio ispod 15 %, jer takva vrijednost upućuje na to da buka ne predstavlja značajan negativan čimbenik u doživljaju destinacije. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 15 %** |

U 2025., kao prvoj godini provedbe istraživanja, **9 %** posjetitelja iskazalo je nezadovoljstvo utjecajem buke na kvalitetu boravka. Dobivena vrijednost nalazi se u zoni niske razine nezadovoljstva, što znači da velika većina gostiju buku ne percipira kao problem koji značajno narušava njihov boravak. Unatoč snažnoj sezonskoj koncentraciji posjetitelja, buka zasad ne

generira izražen negativan doživljaj kod gostiju. To je u skladu i sa profilom destinacije, koja je primarno usmjerena na boravak u prirodi i aktivnosti na otvorenom, a ne na intenzivne noćne ili zabavne sadržaje.

## 5.1.20. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica

Pokazateljem se procjenjuje struktura stambenog fonda i razina zastupljenosti nekretnina koje se ne koriste za stalno stanovanje. Praćenje pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje procesa sekundarizacije stanovanja i potencijalne transformacije destinacije u pretežito turističko naselje.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **138,74** | **140,04** | **141,43** | **145,69** | **149,86 %** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za potrebe praćenja u okviru Plana upravljanja primjenjuju se sljedeći orijentacijski rasponi:<br>● ≤ 50 % – uravnotežena struktura stanovanja<br>● 50 – 100 % – izražena sekundarizacija stanovanja<br>● > 100 % – dominacija kuća i stanova za odmor nad stalnim stanovanjem<br>Vrijednosti iznad 100 % znače da broj kuća i stanova za odmor premašuje broj stanova za stalno stanovanje, što upućuje na strukturnu transformaciju naselja u izrazito turističku zonu. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **zadržati postojeće stanje (≤ 150%)** | | | |

Vrijednost pokazatelja u razdoblju 2020.–2024. kontinuirano raste, sa 138,74 % u 2020. godini na **149,86 % u 2024. godini**. Time je potvrđeno da kuće i stanovi za odmor brojčano znatno nadmašuju objekte za stalno stanovanje, a trend pokazuje daljnje jačanje te strukture što predstavlja potencijalni **faktor rizika**. U izračunu je obuhvaćen cjelokupan relevantni fond objekata koji se koriste za turistički ili povremeni boravak u odnosu na stalno stanovanje. Omjer od gotovo 150 % znači da na svakih 100 stanova za stalno stanovanje dolazi približno 150 kuća i stanova za odmor. Takva struktura jasno upućuje na dominantnu turističku funkciju prostora i visoku razinu sekundarizacije stanovanja. U kontekstu ostalih pokazatelja prihvatnog kapaciteta, osobito vrlo visokog omjera kreveta na 100 stanovnika, ovaj rezultat potvrđuje snažnu turističku orijentaciju destinacije. Ovakav omjer ne predstavlja nužno problem sam po sebi, ali povećava osjetljivost prostora na sezonske oscilacije, depopulaciju izvan sezone i promjene u društvenoj strukturi naselja. Dugoročno, nastavak rasta ovog pokazatelja mogao bi pridonijeti daljnjim promjenama u strukturi stanovanja, uz moguće učinke na cjelogodišnje funkcioniranje naselja i organizaciju pojedinih usluga na području Općine. Rezultat stoga potvrđuje potrebu za uravnoteženim pristupom upravljanju stambenim fondom, uz pažljivo planiranje daljnjeg razvoja smještajnih kapaciteta i očuvanje prostora za stalno stanovanje.

## 5.1.21. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene

Pokazatelj predstavlja procjenu najvećeg mogućeg broja stambenih jedinica koje se mogu realizirati unutar važećih građevinskih područja naselja. Svrha pokazatelja jest procijeniti razvojni potencijal prostora te razumjeti koliki je maksimalni kapacitet stambene izgradnje predviđen postojećim planskim okvirom.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2024.** | |
| **34.711,32 stambenih jedinica** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Prihvatljivost se u ovom slučaju ne definira kroz apsolutnu brojku, već kroz odnos između maksimalno planiranog kapaciteta i postojećeg stanja te kroz sposobnost destinacije da eventualni rast prati infrastrukturno, okolišno i društveno održivo. Kritična razina smatrat će se dostignutom u trenutku kada realizacija značajnog dijela planiranog potencijala uzrokuje mjerljive negativne učinke u drugim dimenzijama prihvatnog kapaciteta (infrastruktura, stanovanje, okoliš, percepcija lokalne zajednice). |
| Ciljana vrijednost: | **n/p** |

Sukladno važećem Prostornom planu Općine, **maksimalni teorijski potencijal izgradnje iznosi 34.711,32 stambenih jedinica**. Trenutno je na području Općine evidentirano 3.075 stambenih jedinica, od čega je 1.023 za stalno stanovanje (Popis stanovništva 2021.). To znači da je realiziran tek manji dio ukupno planiranog kapaciteta, dok preostali dio predstavlja dugoročni razvojni potencijal. Izračun se temelji na površini izgrađenog dijela građevinskog područja naselja (202,86 ha odnosno 2.028.600 m²), minimalnoj površini građevne čestice od 350 m² te mogućnosti izgradnje do tri stambene jedinice na takvoj čestici. Time je dobiven potencijal od 14.779,8 stambenih jedinica u izgrađenom dijelu naselja. Uz to je pridodan potencijal nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene, u iznosu od 19.931,52 jedinica, što ukupno daje 34.711,32 stambenih jedinica kao maksimalni planski kapacitet. Razlika između postojećeg stanja (3.075 jedinica) i maksimalno mogućeg potencijala (34.711,32 jedinica) izrazito je velika i ukazuje na to da prostorni plan omogućuje višestruko povećanje stambenog fonda u odnosu na današnje stanje. U kontekstu već utvrđene dominacije kuća i stanova za odmor te visokog intenziteta turističke funkcije, realizacija i dijela ovog potencijala mogla bi značajno promijeniti prostornu, demografsku i infrastrukturnu ravnotežu destinacije. Pokazatelj stoga predstavlja važan strateški signal: iako trenutačno stanje ne odražava preizgrađenost u odnosu na planski maksimum, dugoročni razvojni okvir dopušta kapacitet koji višestruko nadmašuje postojeći stambeni fond. Upravljanje realizacijom tog potencijala postaje ključno pitanje održivosti, osobito u pogledu zaštite prostora, infrastrukturnih kapaciteta, dostupnosti stanovanja za stalne stanovnike i očuvanja identiteta destinacije.

## 5.1.22. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja

Pokazatelj predstavlja procjenu najvećeg mogućeg broja stambenih jedinica koje se mogu realizirati na planiranim, ali još neizgrađenim dijelovima građevinskih područja. Omogućuje se sagledavanje budućeg prostornog i demografskog opterećenja te potencijalnog utjecaja nove stambene izgradnje na infrastrukturu, okoliš i strukturu destinacije.

| Vrijednost: | |
|---|---|
| 2024. | |
| 19.931,52 stambenih jedinica | |
| Prihvatljivi standard: | |
| Objašnjenje: | Prihvatljivost se kod ovog pokazatelja, kao i kod prethodnog, ne definira kroz apsolutni broj planiranih jedinica, već kroz sposobnost destinacije da eventualnu realizaciju tog potencijala uskladi s infrastrukturnim kapacitetima, zaštitom prostora, demografskom održivošću i strateškim razvojnim ciljevima. Kritična razina doseže se u trenutku kada realizacija planiranog kapaciteta počne narušavati ravnotežu u drugim dimenzijama prihvatnog kapaciteta. |
| Ciljana vrijednost: | **n/p** |

Sukladno važećem Prostornom planu, na neizgrađenim dijelovima građevinskih područja stambene i mješovite namjene moguće je formirati 6.643,84 novih građevinskih čestica, uz pretpostavku minimalne površine čestice od 350 m². Uzimajući u obzir dopuštenu gradnju do tri stambene jedinice na takvoj čestici (stambena zgrada tipa A), **maksimalni potencijal nove stambene izgradnje iznosi 19.931,52 stambenih jedinica**. Izračun se temelji na ukupnoj površini neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene od 273,57 ha (2.735.700 m²), podijeljenoj s minimalnom površinom građevne čestice te pomnoženoj s najvećim dopuštenim brojem stambenih jedinica po čestici. Također, uzeto je da je 85% površine naselja izgradivo, a da 15% otpada na infrastrukturu. Rezultat ukazuje na izrazito velik planski potencijal urbanizacije prostora. U kontekstu postojećeg broja stambenih jedinica i već snažno izražene turističke funkcije destinacije, realizacija i dijela ovog potencijala mogla bi višestruko povećati stambeni fond te dodatno pojačati pritisak na komunalnu infrastrukturu, okoliš i prostornu ravnotežu. Iako se radi o teorijskom maksimumu koji se u praksi rijetko u cijelosti realizira, prostorni plan omogućuje razvojni okvir koji višestruko nadmašuje sadašnje stanje. Upravljanje tempom i strukturom buduće izgradnje predstavlja ključni element dugoročne održivosti destinacije.

## 5.1.23. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji

Pokazatelj mjeri udio (%) stalnih stanovnika koji imaju negativan stav prema procesu apartmanizacije, odnosno prenamjeni stanova i kuća u turističke smještajne jedinice, u odnosu na ukupan broj ispitanih stanovnika destinacije. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje procjenu društvene prihvatljivosti daljnjeg širenja turističkog smještaja u stambenim zonama te predstavlja važan element društvene dimenzije prihvatnog kapaciteta destinacije.

| Učestalost mjerenja | Svake četiri godine |
|---|---|
| Vrijednost: | |
| 2025. | |
| 32,18% | |
| Prihvatljivi standard: | |
| Objašnjenje: | UNWTO i ETIS ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za pokazatelje negativne percepcije apartmanizacije. Za potrebe analitičkog praćenja primjenjuju se orijentacijski pragovi, usklađeni s pristupom korištenim kod ostalih pokazatelja negativne percepcije:<br>● ≤ 15 % – niska razina negativne percepcije<br>● 15 – 30 % – umjerena razina negativne percepcije<br>● > 30 % – izražena razina negativne percepcije<br>Prihvatljivom razinom smatrala bi se vrijednost ispod 15 %, jer upućuje na to da proces apartmanizacije ne generira značajnije društvene napetosti niti percepciju gubitka stambene ravnoteže. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 30** |

U 2025. godini, kao prvoj godini provedbe istraživanja, **32,18 % (trećina)** stalnih stanovnika iskazalo je negativnu percepciju apartmanizacije. Dobivena vrijednost blago prelazi prag od 30 % te se ipak nalazi u zoni izražene negativne percepcije, što upućuje na to da proces prenamjene stanova i kuća u turističke smještajne jedinice kod značajnog dijela stanovništva izaziva zabrinutost. Iako će tek sljedeća istraživanja potvrditi radi li se o uzlaznom ili silaznom trendu, postojeće stanje je ipak **faktor rizika**. Rezultat je osobito važan u kontekstu već utvrđene izraženije zastupljenosti kuća i stanova za odmor u strukturi stambenog fonda te visokog omjera kreveta na 100 stanovnika. Iako turizam generira značajne ekonomske koristi, dio stanovništva očito pokazuje određenu osjetljivost prema promjenama koje prate turistički razvoj, osobito u pogledu stanovanja, tržišta nekretnina i promjena u načinu korištenja prostora. Ako bi vrijednost ovog pokazatelja u budućnosti rasla, to bi moglo upućivati na potrebu pažljivijeg praćenja odnosa između turističke i rezidencijalne funkcije naselja, dok bi njegovo smanjenje moglo signalizirati uravnoteženije usklađivanje turističkog razvoja s očekivanjima lokalne zajednice.

## 5.1.24. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - voda

Pokazatelj predstavlja procjenu udjela turističkih objekata u ukupnom vršnom opterećenju vodovodne mreže tijekom razdoblja najveće potrošnje. Praćenje pokazatelja omogućuje procjenu ovisnosti vršnog opterećenja sustava o turističkoj aktivnosti te predstavlja važan alat za planiranje infrastrukturnih ulaganja, racionalno upravljanje vodnim resursima i usklađivanje turističkog razvoja s kapacitetima vodoopskrbnog sustava.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **146,34 %** | **133,99 %** | **149,45 %** | **440,84 %** | **341,90 %** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Ne postoje univerzalno propisane granične vrijednosti za udio turističkih objekata u vršnom opterećenju vodovodne mreže, već se naglasak stavlja na odnos između sezonskog povećanja potrošnje i kapaciteta sustava. Prihvatljivom razinom za destinaciju osjetljivog prirodnog okruženja smatra se ona pri kojoj sustav može osigurati kontinuiranu i stabilnu opskrbu vodom bez redukcija, izvanrednih mjera ili ugrožavanja sigurnosti stanovništva i turista. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **nesmetana opskrba vodom** | | | |

Vrijednosti pokazatelja ukazuju na izrazito snažno sezonsko opterećenje vodovodnog sustava uzrokovano turističkom aktivnošću. U 2024. godini udio turističkih objekata u vršnom opterećenju vodovodne mreže iznosio je **341,90 %**, što znači da je potrošnja vode u vršnom mjesecu bila više od tri puta veća u odnosu na referentno razdoblje minimalne potrošnje. U 2023. godini zabilježena je još viša vrijednost od 440,84 %, dok su vrijednosti u 2022. (149,45 %), 2021. (133,99 %) i 2020. (146,34 %) bile znatno niže. Važno je pritom naglasiti da su 2020. i 2021. bile pandemijske godine, obilježene smanjenim turističkim prometom, pa niže vrijednosti u tom razdoblju ne odražavaju strukturno smanjenje pritiska, već izvanredne okolnosti. Porast u 2022., a osobito u 2023. i 2024. godini, treba tumačiti kao povratak i intenziviranje turističke aktivnosti, odnosno stvarni sezonski kapacitet opterećenja sustava. U odnosu na definirani standard – nesmetanu opskrbu vodom – važno je pratiti može li sustav u vršnim danima odgovoriti na povećanu potrošnju bez poremećaja u opskrbi. Sama visoka postotna vrijednost ne znači da je standard narušen, ali pokazuje da je sustav snažno izložen sezonskim oscilacijama. U kontekstu klimatskih promjena, sušnih razdoblja i povećane ljetne potrošnje, ovakve razine vršnog opterećenja upućuju na potrebu pažljivog planiranja i praćenja kapaciteta vodoopskrbe. Pokazatelj potvrđuje da turizam u vršnom dijelu sezone višestruko povećava potrebe za vodom u odnosu na razdoblja slabije potrošnje. Zbog toga je upravljanje vodnim resursima važno pitanje održivog razvoja destinacije. Daljnji rast turističkog prometa potrebno je usklađivati s kapacitetima sustava vodoopskrbe, uz mjere racionalne potrošnje, smanjenja gubitaka u mreži i jačanja otpornosti sustava na sezonske i klimatske pritiske.

## 5.1.25. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija

Pokazatelj je omjer potrošnje električne energije povezane s turističkim noćenjima u odnosu na potrošnju stanovništva, uzimajući u obzir sezonalnost potrošnje. Rezultati služe kao podloga za planiranje mjera energetske učinkovitosti, racionalizacije potrošnje i postupnog uvođenja OIE u destinaciji.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **n/p** | **n/p** | **69,07 %** | **69,56 %** | **34,31 %** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Ne postoje univerzalno propisane granične vrijednosti za omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju stalnog stanovništva. Prihvatljivom razinom smatra se stanje u kojem mreža može stabilno funkcionirati tijekom vršnih opterećenja, bez redukcija, prekida u opskrbi i izvanrednih intervencija, uz mogućnost daljnje integracije mjera energetske učinkovitosti i OIE. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **nesmetana opskrba električnom energijom** | | | |

Vrijednosti pokazatelja iznose **69,07 % u 2022., 69,56 % u 2023. te 34,31 % u 2024**. Uočljiva je značajna oscilacija između godina, osobito pad vrijednosti u 2024. godini. Potrebno je pritom naglasiti da su zaprimljeni podaci nepotpuni. Zbog toga dobivene vrijednosti, kao i njihove međugodišnje razlike, treba tumačiti s oprezom. Unatoč metodološkim ograničenjima, pokazatelj potvrđuje izraženu sezonalnost potrošnje električne energije, što je u skladu s ostalim infrastrukturnim pokazateljima. Turistička aktivnost tijekom vrhunca sezone generira znatno dodatno opterećenje elektroenergetske mreže u odnosu na razinu potrošnje stalnog stanovništva. Važno je istaknuti da na području Općine nema zabilježenih redukcija niti prekida u opskrbi električnom energijom, što upućuje na to da sustav trenutno funkcionira stabilno i unutar operativnih kapaciteta. Međutim, s obzirom na visoku razinu turističke funkcije destinacije i opterećenost ostalih infrastrukturnih sustava, daljnji razvoj treba planirati oprezno. U tom kontekstu, prioritet upravljanja ne odnosi se na poticanje rasta potrošnje, već na povećanje energetske učinkovitosti, racionalizaciju sezonskih vršnih opterećenja te postupno uključivanje obnovljivih izvora energije. Ovakav pristup omogućuje zadržavanje stabilne opskrbe uz istodobno usklađivanje turističkog razvoja s načelima održivosti i dugoročne otpornosti infrastrukture.

## 5.1.26. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m² javnih površina koje se održavaju

Pokazatelj definira omjer broja zaposlenih radnika angažiranih na održavanju javnih površina i ukupne površine javnih prostora (m²) u destinaciji. Svrha pokazatelja jest procijeniti kapacitet destinacije za održavanje čistoće, funkcionalnosti, sigurnosti i estetske kvalitete javnog prostora.

| **Učestalost mjerenja** | Svake tri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** | **2025.** |
| **5.876,12** | **4.700,89** | **4.700,89** | **3.917,41** | **3.357,78** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Ne postoje univerzalno propisane granične vrijednosti, budući da optimalan omjer radnika i površine javnih prostora ovisi o strukturi naselja, tipu javnih površina, intenzitetu korištenja te razini turističkog opterećenja. U praksi komunalnog upravljanja prihvatljivom se razinom smatra ona pri kojoj sustav održavanja može osigurati urednost, sigurnost i funkcionalnost javnih površina bez vidljivog pogoršanja standarda čistoće u vršnim razdobljima. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **nesmetano održavanje javnih površina** | | | |

Za razliku od većine ostalih pokazatelja, ovdje su bili dostupni i podaci za 2025. godinu, zbog čega je kao analitički okvir uzeto razdoblje 2021. – 2025., umjesto standardnog petogodišnjeg niza 2020. – 2024. Potrebno je pritom imati na umu da je 2021. godina još uvijek bila obilježena pandemijskim okolnostima, što je utjecalo na intenzitet turističkog prometa i opterećenje javnih površina. Vrijednosti pokazatelja pokazuju kontinuirano smanjenje broja kvadratnih metara

javnih površina po jednom zaposlenom radniku, s 5.876,12 m² u 2021. na **3.357,78 m² u 2025. godini**. Takav trend reflektira rast broja zaposlenih u komunalnom poduzeću koji je doveo do postupnog rasterećivanja sustava održavanja u odnosu na obuhvaćene površine po zaposlenom. Pokazatelj je izuzetno važan u kontekstu visoke turističke funkcije destinacije i izražene sezonalnosti. Pokazatelj ne treba promatrati izolirano, već u korelaciji s intenzitetom turističkog prometa, širenjem građevinskih područja i ukupnim pritiskom na prostor. Kontinuirano praćenje odnosa između površine javnog prostora i raspoloživih kapaciteta održavanja ključno je za pravodobno planiranje komunalnih resursa i očuvanje standarda uređenosti u uvjetima potencijalnog daljnjeg rasta opterećenja.

## 5.1.27. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada

Pokazatelj definira količinu otpada koju je moguće prikupiti i zbrinuti u destinaciji s postojećim ljudskim i tehničkim kapacitetima sustava gospodarenja otpadom. Svrha pokazatelja jest procijeniti operativnu sposobnost sustava da odgovori na sezonska povećanja količine otpada, osobito u razdoblju vršnog turističkog opterećenja.

**Zbog nedostatka i nedostupnosti podataka pokazatelj nije moguće izračunati.**

## 5.1.28. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone

Pokazatelj mjeri udio stalnih stanovnika koji su tijekom turističke sezone uznemireni neprimjerenim odlaganjem otpada u destinaciji. Svrha pokazatelja jest identificirati potencijalne negativne učinke turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva, osobito u segmentu vizualne urednosti prostora, učinkovitosti sustava prikupljanja otpada i percepcije sanitarne sigurnosti.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **45,55 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS okvir ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za razinu uznemirenosti stanovništva pojedinim negativnim učincima turizma. Za potrebe analitičkog praćenja definiraju se orijentacijski pragovi kao i kod prethodnih sličnih pokazatelja:<br>● ≤ 15 % – niska razina uznemirenosti<br>● 15 - 30 % – umjerena razina uznemirenosti<br>● > 30 % – izražena razina uznemirenosti<br>Prihvatljivom razinom za destinaciju koja teži očuvanju visoke kvalitete života lokalnog stanovništva smatrat će se vrijednost ≤ 15 %, dok sve vrijednosti iznad 30 % upućuju na potrebu sustavnih intervencija u upravljanju problemom. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 30%** |

Rezultat za 2025. godinu pokazuje da je **45,55 %** stalnih stanovnika uznemireno neprimjerenim odlaganjem otpada tijekom turističke sezone. Budući da je riječ o prvoj godini provedbe istraživanja, nije moguće analizirati trend, no sama vrijednost pokazatelja smješta destinaciju u zonu visoke razine uznemirenosti prema definiranom standardu. Takav udio upućuje na izražen perceptivni problem, neovisno o stvarnim operativnim kapacitetima sustava gospodarenja otpadom. Čak i ako sustav tehnički funkcionira, percepcija gotovo polovice stanovništva da je odlaganje otpada neprimjereno predstavlja snažan signal upravljačkog izazova. Rezultat treba promatrati u kontekstu sezonskog povećanja količina otpada, visoke turističke funkcije destinacije te već identificiranih izazova u segmentu recikliranja i infrastrukture. Ovakva razina uznemirenosti može dugoročno utjecati na društvenu prihvatljivost turizma, osobito ako se problem percipira kao kroničan i nedovoljno adresiran. Pokazatelj stoga ukazuje na potrebu dodatnog jačanja organizacijskih i komunikacijskih mjera, uključujući bolju distribuciju spremnika, učinkovitiju kontrolu nepropisnog odlaganja, edukaciju stanovništva i posjetitelja te jasniju vidljivost sustava odvojenog prikupljanja otpada, kako bi se smanjio perceptivni i stvarni pritisak na prostor tijekom vrhunca sezone.

## 5.1.29. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone

Pokazatelj prati razinu opterećenja glavne cestovne mreže unutar destinacije te pristupnih prometnica (državnih, županijskih, lokalnih i nerazvrstanih cesta) koje su ključne za turističke tokove. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu usluge prometne infrastrukture, identificirati potencijalna uska grla i zagušenja te utvrditi u kojoj mjeri postojeća mreža može podnijeti sezonske vršne intenzitete prometa.

**Zbog nedostatka i nedostupnosti podataka za Općinu, pokazatelj nije moguće izračunati.**

## 5.1.30. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone

Pokazatelj definira odnos između raspoloživih kapaciteta parkirališne infrastrukture i stvarne prometne potražnje za parkiranjem, osobito u danima vršnog turističkog opterećenja. Svrha pokazatelja jest procijeniti razinu usluge parkirališnog sustava u razdobljima najvećeg opterećenja te identificirati eventualni manjak ili višak kapaciteta.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **90 - 100%** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Za pokazatelj odnosa parkirališne ponude i potražnje ne postoje univerzalno propisane granične vrijednosti, već se u prometnom planiranju razina usluge najčešće procjenjuje prema stupnju zauzetosti kapaciteta. U stručnoj praksi[48] smatra se da:<br>● ≤ 85 % zauzetosti – zadovoljavajuća razina usluge (postoji operativna rezerva kapaciteta)<br>● 85 – 95 % – visoka razina opterećenja (smanjena fleksibilnost sustava)<br>● > 95 % – kritična razina opterećenja (rizik zagušenja i narušavanja funkcionalnosti)<br>Prihvatljivom razinom za destinaciju s izraženom sezonalnošću poput Općine smatrala bi se zauzetost koja ne prelazi 85 %, jer omogućuje određenu rezervu kapaciteta i smanjuje rizik prometnih konflikata. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 85 %** |

Procjena zauzetosti parkirališnih kapaciteta u vršnim danima turističke sezone (08.00 do 22.00) pokazuje **razinu iznad 90 %, a u pojedinim danima i gotovo 100 %**. Iako se radi o procjeni temeljenoj na primarnom terenskom opažanju – uz ograničenje da dio parkirališnih površina nije jasno označen niti je ukupni kapacitet precizno definiran – dobiveni rezultati upućuju na stanje vrlo visokog do kritičnog opterećenja prema prometno-inženjerskim standardima[49]. Važno je naglasiti da je Općina primarno auto-destinacija, što potvrđuju i prethodno analizirani pokazatelji strukture dolazaka. Dominacija dolazaka osobnim vozilima znači da dostupnost i funkcionalnost parkirališta izravno utječu na ukupno iskustvo gostiju. U uvjetima gotovo potpune popunjenosti parkirališnih kapaciteta povećava se vrijeme traženja slobodnog mjesta, dolazi do nepropisnog parkiranja, dodatnog prometnog zagušenja i narušavanja doživljaja boravka. Posljedično, problem parkiranja ne utječe samo na zadovoljstvo posjetitelja, već i na percepciju lokalnog stanovništva o utjecaju turizma na svakodnevni život. U kombinaciji s ostalim pokazateljima prihvatnog kapaciteta (visokom turističkom funkcijom, izraženim intenzitetom stacionarnog turizma i infrastrukturnim pritiscima) parkirališni sustav predstavlja strukturno osjetljivu točku destinacije. Daljnje pogoršanje ovog pokazatelja moglo bi imati multiplicirajuće učinke na prometnu protočnost, kvalitetu boravka, razinu zadovoljstva gostiju i društvenu prihvatljivost turizma.

[48] Državni hidrometeorološki zavod, dostupno na: poveznica, pristupljeno 01.05.2025.

[49] Izvor: Državni zavod za statistiku

## 5.1.31. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone

Pokazatelj mjeri udio stalnih stanovnika koji su tijekom turističke sezone uznemireni gužvom u prometu, odnosno percepciju lokalne zajednice o prometnom opterećenju uzrokovanom turističkim tokovima. Praćenje ovog pokazatelja omogućuje pravodobno prepoznavanje potrebe za prilagodbama u upravljanju prometom, planiranju infrastrukture i regulaciji turističkih tokova, s ciljem očuvanja društvene prihvatljivosti turizma.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **30,7 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS okvir ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za razinu uznemirenosti stanovništva prometnim gužvama. Za potrebe analitičkog praćenja primjenjuju se sljedeći orijentacijski pragovi:<br>● ≤ 15 % – niska razina uznemirenosti<br>● 15 – 30 % – umjerena razina uznemirenosti<br>● > 30 % – izražena razina uznemirenosti<br>Prihvatljivom razinom za destinaciju koja teži održavanju visoke kvalitete života stanovništva smatrale bi se vrijednost ≤ 15 %, dok bi vrijednosti iznad 30 % upućivale na potrebu sustavnih intervencija u području prometnog upravljanja. |
| Ciljana vrijednost: | **n/p** |

Rezultat za 2025. godinu pokazuje da je **30,7 % stalnih stanovnika uznemireno gužvom** u prometu tijekom turističke sezone. Budući da je riječ o prvoj godini provedbe istraživanja, trend nije moguće analizirati, no dobivena vrijednost smješta destinaciju na granicu umjerene i izražene razine uznemirenosti, odnosno neposredno iznad praga od 30 %. Prometno opterećenje tijekom vrhunca sezone prepoznaje se kao jedan od osjetljivijih elemenata prihvatnog kapaciteta destinacije, osobito u kontekstu činjenice da je destinacija primarno auto-destinacija s visokim udjelom dolazaka osobnim vozilima. Stoga bi se postojeće stanje moglo okarakterizirati kao stanje **umjerenog rizika**. Sezonski porast prometa izravno utječe na svakodnevnu mobilnost lokalnog stanovništva, vrijeme putovanja i percepciju funkcionalnosti prostora. Istodobno, važno je naglasiti da je izgradnja autoceste značajno rasteretila promet na Jadranskoj magistrali, koja je ranije predstavljala glavnu tranzitnu i pristupnu prometnicu. Preusmjeravanje dijela tranzitnog prometa na autocestu neminovno je doprinijelo smanjenju ukupnog prometnog pritiska i dojma gužve u odnosu na razdoblja prije njezine izgradnje. Unatoč tome, sezonski intenzitet dolazaka i koncentracija vozila unutar samog naselja i pristupnih zona i dalje generiraju perceptivno i stvarno opterećenje. U kombinaciji s visokom zauzetošću parkirališnih kapaciteta i snažnom turističkom funkcijom destinacije, ovaj pokazatelj upućuje na potrebu kontinuiranog upravljanja prometnim tokovima, optimizacije regulacije prometa i daljnjeg promišljanja rješenja koja mogu ublažiti sezonske vršne pritiske. Iako promet ne predstavlja kritičnu točku destabilizacije, razina uznemirenosti stanovništva ukazuje da je riječ o segmentu koji zahtijeva sustavno i dugoročno planiranje u okviru ukupnog upravljanja prihvatnim kapacitetom.

## 5.1.32. Zadovoljstvo prometom u mjestu

Pokazatelj mjeri udio turista i jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni prometom u destinaciji, uključujući protočnost prometa, dostupnost i organizaciju parkirališta te opću funkcionalnost prometnog sustava tijekom boravka. Svrha pokazatelja jest procijeniti kako prometna infrastruktura i upravljanje prometom utječu na ukupno iskustvo posjetitelja.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **40.25%** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | U praksi upravljanja kvalitetom i istraživanja zadovoljstva primjenjuju se sljedeći orijentacijski rasponi:<br>● ≥ 70 % – visoka razina zadovoljstva<br>● 50 – 70 % – umjerena razina zadovoljstva<br>● < 50 % – niska razina zadovoljstva<br>Prihvatljivom razinom za elemente koji izravno utječu na svakodnevno iskustvo boravka, poput prometa, smatra se vrijednost ≥ 70 %, dok vrijednosti ispod 50 % upućuju na potrebu sustavnih unaprjeđenja. |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 50** |

Rezultat za 2025. godinu pokazuje da je svega **40,25 % posjetitelja zadovoljno prometom u mjest**u, što prema definiranom standardu predstavlja nisku razinu zadovoljstva. Budući je riječ o prvoj godini mjerenja, trend ni ovdje nije moguće analizirati, no sama vrijednost ukazuje na izražen prostor za unaprjeđenje prometne organizacije i upravljanja mobilnošću u vršnim razdobljima. Posebno je zanimljivo da se ovaj rezultat promatra u kombinaciji s prethodnim pokazateljem, prema kojem je 30,7 % lokalnog stanovništva uznemireno gužvom u prometu. Drugim riječima, razina nezadovoljstva prometom među posjetiteljima viša je nego razina uznemirenosti gužvom među stanovnicima. To upućuje na važnu razliku u percepciji: dok lokalno stanovništvo primarno reagira na gužve kao smetnju svakodnevnom funkcioniranju, posjetitelji promet doživljavaju šire – kroz dostupnost parkirališta, organizaciju prometa unutar mjesta, signalizaciju i ukupnu protočnost. S obzirom na to da je Općina primarno auto-destinacija, promet predstavlja jedan od ključnih elemenata prvog i svakodnevnog dojma o organiziranosti mjesta. Nezadovoljstvo prometom može negativno utjecati na ukupno iskustvo boravka, percepciju kvalitete destinacije i spremnost na ponovni dolazak. U kombinaciji s visokom zauzetošću parkirališnih kapaciteta i izraženom sezonalnošću turističkog prometa, ovaj pokazatelj potvrđuje da prometna dimenzija prihvatnog kapaciteta predstavlja jednu od osjetljivijih točaka daljnjeg razvoja destinacije. Sustavno unapređenje upravljanja prometom, parkirališnom politikom i regulacijom vršnih tokova može imati višestruke pozitivne učinke – na zadovoljstvo gostiju, percepciju lokalne zajednice i ukupnu održivost turizma na području Općine.

## 5.1.33. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju

Pokazatelj mjeri promjenu broja stanovnika u destinaciji unutar desetogodišnjeg razdoblja, izraženu kao razlika između broja stanovnika na početku i na kraju promatranog razdoblja. Svrha pokazatelja jest sagledati demografsku dinamiku destinacije u kontekstu turističkog razvoja te omogućiti usporedbu kretanja stanovništva s drugim relevantnim pokazateljima, poput rasta smještajnih kapaciteta, zaposlenosti ili intenziteta turističke aktivnosti.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **-1,04** | **-1,12** | **-1,48** | **-1,05** | **-1,05** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | U regionalnim analizama demografskih kretanja (Eurostat, ESPON) promjena broja stanovnika unutar desetogodišnjeg razdoblja interpretira se okvirno na sljedeći način:<br>● ±5 % – demografska stabilnost<br>● -5 % do -10 % – umjeren demografski pad<br>● < -10 % – izražena depopulacija<br>Ovakva tipologija koristi se u analizama demografskih trendova europskih regija i ruralnih područja te omogućuje usporediv i metodološki utemeljen okvir interpretacije. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **≥ - 1,02%** | | | |

Godišnje stope promjene broja stanovnika u razdoblju 2020. – 2024. kreću se **između -1,04 % i -1,48 %**. Iako pojedinačne godišnje vrijednosti upućuju na relativno blag pad, **kumulativni učinak u petogodišnjem razdoblju iznosi približno -5,63 %**, čime destinacija blago prelazi prag demografske stabilnosti i ulazi u zonu umjerenog demografskog pada prema Eurostat/ESPON tipologiji (granica ±5 %). Time je aktualno stanje svakako **faktor rizika**. Kako bi se u narednom petogodišnjem razdoblju zadržala demografska stabilnost i spriječio daljnji ulazak u zonu umjerenog pada, potrebno je ublažiti godišnju stopu depopulacije i održavati je na razini ≤ -1,02 % godišnje. Takva razina omogućila bi da kumulativni pad u pet godina ostane ispod 5 %, što je prema ESPON klasifikaciji granica demografske stabilnosti. U kontekstu snažne turističke funkcije destinacije, visokog udjela sekundarnog stanovanja i pritiska na tržište nekretnina, demografski pokazatelj dobiva dodatnu stratešku dimenziju. Dugoročno održavanje ili ublažavanje depopulacijskog trenda ključno je za očuvanje društvene ravnoteže, funkcionalnosti javnih usluga i održivosti lokalne zajednice. Demografska dinamika stoga jasno ukazuje na potrebu aktivne politike zadržavanja i privlačenja stanovništva kako bi turistički razvoj ostao usklađen s društvenom održivošću destinacije.

## 5.1.34. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama

Pokazatelj mjeri udio stalnih stanovnika koji su tijekom turističke sezone uznemireni gužvom na ulicama i drugim javnim površinama u destinaciji. Svrha pokazatelja jest utvrditi u kojoj mjeri koncentracija turista na javnim prostorima utječe na kvalitetu života stanovništva.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **22,78 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | UNWTO i ETIS ne propisuju univerzalne granične vrijednosti za pokazatelje društvene iritacije. Za potrebe analitičkog praćenja ovog pokazatelja definiraju se orijentacijski pragovi, u skladu s praksom istraživanja percepcije i društvenih učinaka turizma:<br>● ≤ 15 % – niska razina uznemirenosti<br>● 15 – 30 % – umjerena razina uznemirenosti<br>● 30 % – izražena razina uznemirenosti<br>Prihvatljivom razinom za destinaciju profila Općine smatrat će se vrijednost unutar zone niske do umjerene razine uznemirenosti, uz izbjegavanje prelaska praga od 30 %, koji bi upućivao na značajnije narušavanje kvalitete života lokalne zajednice. |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 30** |

Vrijednost pokazatelja za 2025. godinu iznosi **22,78 %,** što ukazuje na umjerenu razinu uznemirenosti stanovništva gužvom na ulicama i javnim površinama tijekom turističke sezone. Budući da je riječ o prvoj godini provedbe ankete, rezultat predstavlja početnu referentnu točku za buduće praćenje trenda. Dobivena vrijednost sugerira da gužve u javnom prostoru jesu primjetne i utječu na dio lokalnog stanovništva, ali još uvijek ne prelaze prag izražene društvene iritacije. U kontekstu ostalih pokazatelja prihvatnog kapaciteta – posebice visokog intenziteta stacionarnog turizma i izražene turističke funkcije destinacije – ovakav rezultat upućuje na relativno stabilnu razinu društvene tolerancije prema turističkim tokovima. Istodobno, vrijednost blizu sredine raspona umjerene razine uznemirenosti signalizira potrebu pažljivog upravljanja prostornom koncentracijom posjetitelja, osobito u vršnim danima sezone. Daljnji rast turističkih kapaciteta ili povećanje sezonske koncentracije bez odgovarajućih upravljačkih mjera mogao bi ovu percepciju pogoršati. U tom smislu, pokazatelj predstavlja važan rani signal za planiranje mjera usmjerenih na prostornu disperziju posjetitelja, unapređenje organizacije javnih površina i ravnomjerniju raspodjelu turističkih tokova tijekom sezone, kako bi se očuvala društvena prihvatljivost turizma u Općini.

## 5.1.35. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)

Pokazatelj definira indeks priuštivosti stanovanja kao omjer medijalne cijene stana ili apartmana po m² na području jedinice lokalne samouprave i prosječnog godišnjeg prijavljenog ostvarenog neto dohotka po zaposlenom. Vrijednost indeksa pokazuje koliko je godišnjih neto dohodaka potrebno za kupnju jednog četvornog metra stambenog prostora, odnosno koliko je stanovanje dostupno lokalnom stanovništvu u odnosu na razinu njihovih prihoda.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2020.** | **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** |
| **19,4** | **16,6** | **26,5** | **n/p** | **n/p** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Ne postoji jedinstvena, zakonski propisana granična vrijednost indeksa priuštivosti stanovanja u kontekstu turizma, no u međunarodnoj praksi (OECD, Eurostat) dostupnost stanovanja promatra se kroz odnos cijena i dohotka kućanstava. U pravilu se smatra da rast indeksa – odnosno povećanje broja godišnjih dohodaka potrebnih za kupnju jedinice stambenog prostora – upućuje na pogoršanje priuštivosti i povećani rizik za društvenu održivost destinacije. Za potrebe analitičkog praćenja ovog pokazatelja definirani su sljedeći rasponi:<br>● vrijednosti ispod 15 – relativno povoljna dostupnost stanovanja<br>● 15 – 25 – smanjena dostupnost, ali još uvijek podnošljiva razina opterećenja<br>● iznad 25 – izražena nepriuštivost i povećani rizik za dugoročnu stambenu održivost<br>Prihvatljivim standardom za destinaciju poput Općine smatralo bi se zadržavanje indeksa ispod razine 25, uz težnju smanjenju vrijednosti kroz stabilizaciju tržišta i usklađivanje turističkog razvoja s demografskim ciljevima. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **≤ 25** | | | |

Vrijednosti indeksa priuštivosti stanovanja za Općinu iznosile su **19,4 u 2020., 16,6 u 2021. te 26,5 u 2022. godini**. Podaci za 2023. i 2024. godinu nisu bili dostupni, što ograničava mogućnost preciznog sagledavanja aktualnog trenda i onemogućuje donošenje čvrstih zaključaka o recentnim kretanjima. Razdoblje 2020. i 2021. bilo je obilježeno pandemijom, poremećajima na tržištu nekretnina i specifičnim makroekonomskim okolnostima, što je vjerojatno utjecalo na relativno niže vrijednosti indeksa u tim godinama. Nagli rast na 26,5 u 2022. godini upućuje na značajno pogoršanje priuštivosti stanovanja, odnosno na povećanje odnosa cijena nekretnina i dohodaka lokalnog stanovništva. Vrijednost iznad 25 ulazi u zonu izražene nepriuštivosti prema definiranim analitičkim pragovima, što predstavlja potencijalni rizik za dugoročnu društvenu održivost destinacije. Iako nedostatak podataka za 2023. i 2024. onemogućuje potvrdu nastavka trenda, kretanja na nacionalnoj razini i u usporedivim jadranskim destinacijama pokazuju kontinuirani rast cijena nekretnina potaknut snažnom investicijskom potražnjom, rastom kratkoročnog najma i percepcijom obalnih područja kao sigurnih investicijskih zona. U tom kontekstu opravdano je pretpostaviti da indeks priuštivosti u Općini nije zabilježio značajno poboljšanje, već je vjerojatnije nastavio negativan trend. U kombinaciji s pokazateljima visokog udjela kuća i stanova za odmor, izraženim Tourism Function Indexom i negativnim demografskim trendom, rast indeksa priuštivosti može dodatno otežati zadržavanje

i privlačenje stalnog stanovništva. Pokazatelj stoga predstavlja važan signal upozorenja da turistički razvoj, osobito u segmentu nekretnina, mora biti usklađen s politikama stanovanja i demografskim ciljevima kako bi se očuvala dugoročna funkcionalnost i društvena ravnoteža destinacije. U tom smislu, postojeće stanje svakako predstavlja **faktor rizika**.

## 5.1.36. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti)

Pokazatelj iskazuje raspoloživu dodatnu radnu snagu u destinaciji kroz broj nezaposlenih osoba evidentiranih u mjesecu s najvećim ostvarenim brojem turističkih noćenja. Pokazatelj je osobito važan za destinacije poput Starigrada, gdje turizam čini dominantnu gospodarsku aktivnost i gdje sezonske fluktuacije mogu stvoriti neravnotežu između potražnje za radom i lokalno raspoložive radne snage.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Vrijednost:** | | | | |
| **2021.** | **2022.** | **2023.** | **2024.** | **2025.** |
| **33** | **36** | **39** | **38** | **30** |
| **Prihvatljivi standard:** | | | | |
| **Objašnjenje:** | Za pokazatelj ne postoje univerzalno propisane granične vrijednosti jer raspoloživost radne snage snažno ovisi o strukturi lokalnog gospodarstva, demografskim obilježjima i sezonalnosti destinacije. Stoga se pokazatelj promatra analitički – u odnosu na trend kretanja kroz godine te u korelaciji s drugim pokazateljima (intenzitet turizma, demografski trendovi, struktura smještaja). Prihvatljivim stanjem bi se mogla smatrati razina nezaposlenosti koja omogućuje popunjavanje sezonskih potreba bez ozbiljnih poremećaja na tržištu rada, izbjegavanje prekomjernog oslanjanja na uvoz radne snage te stabilnost kvalitete usluge tijekom vrhunca sezone. Kritičnom razinom bi se pak moglo smatrati situacija u kojoj je broj nezaposlenih u mjesecu vrhunca izrazito nizak u odnosu na sezonsku potražnju za radom, što rezultira kroničnim nedostatkom radnika, rastom troškova rada i padom kvalitete usluge. | | | |
| Ciljana vrijednost: | **Zadržati postojeću razinu raspoloživosti radne snage i ne dopustiti njezino daljnje pogoršanje.** | | | |

U promatranom razdoblju broj nezaposlenih osoba u mjesecu vrhunca turističke sezone oscilira između **30 i 39**, bez jasnog dugoročnog trenda, ali unutar relativno niskih vrijednosti. Relativno malen broj evidentiranih nezaposlenih pokazuje da je lokalni bazen potencijalno raspoložive radne snage ograničen. Međutim, broj nezaposlenih sam po sebi ne dokazuje da na lokalnom tržištu postoji manjak radnika niti pokazuje može li raspoloživa radna snaga odgovoriti potrebama turističkog sektora. Za takvu su procjenu potrebni podaci o potražnji poslodavaca, nepopunjenim radnim mjestima, zanimanjima nezaposlenih, sezonskom zapošljavanju i angažiranju radnika izvan Općine. Pokazatelj zato trenutačno opisuje raspoloživost evidentiranih nezaposlenih osoba, ali ne i stvarnu ravnotežu ponude i potražnje na tržištu rada. Pokazatelj moguće upućuje na važnost mjera usmjerenih na privlačenje nove radne snage, širenje bazena raspoloživih radnika te dodatnu edukaciju i osposobljavanje u skladu s potrebama destinacije.

# 5.2. Dodatni pokazatelji prihvatnog kapaciteta

## 5.2.1. Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama

Događanja i večernji zabavni sadržaji važan su dio turističke ponude destinacije, ali mogu imati i značajan utjecaj na kvalitetu života lokalnog stanovništva te boravak turista. Stoga je potrebno pratiti njihovu prostornu koncentraciju i intenzitet kroz stručnu procjenu, s ciljem uravnoteženja turističke ponude i minimiziranja negativnih učinaka na prostor i druge gospodarske aktivnosti.

| | |
|---|---|
| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **Travanj: 2 događanja<br>Svibanj: 1 događanje<br>Lipanj: 5 događanja<br>Srpanj: 20 događanja<br>Kolovoz: 24 događanja<br>Rujan: 4 događanja<br>Listopad: 2 događanja<br>Ukupno: 58 događanja<br>(omjer 75,86 u SRP i KOL : 24,14 % u svim ostalim mjesecima)** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Ne definira se kruti kvantitativni standard, već se polazi od načela uravnotežene vremenske i prostorne distribucije događanja. Cilj je osigurati da događanja doprinose atraktivnosti destinacije, ali bez stvaranja prekomjernih pritisaka na prostor i zajednicu. Standard se definira u skladu s ciljevima koji uključuju produljenje turističke sezone i snažniju aktivaciju predsezone i posezone. U tom kontekstu, poželjno je postupno povećavati udio događanja izvan vrhunca sezone, uz zadržavanje kvalitete i primjerenog intenziteta programa. Pri definiranju prihvatljive razine ne polazi se od univerzalnih pragova, već od konteksta destinacije, rezultata drugih pokazatelja održivosti te razvojnih prioriteta i ciljeva turističke zajednice:<br>Niska disperzija: < 30 % događanja u pred i posezoni<br>Umjerena disperzija: 30 – 45 % događanja u pred i posezoni<br>Dobra disperzija: 45 – 60 % događanja u pred i posezoni<br>Vrlo dobra disperzija: 60 % događanja u pred i posezoni |
| Ciljana vrijednost: | Umjerena disperzija: 30 – 45 % događanja u pred i posezoni |

Vrijednost pokazatelja od ukupno **58 događanja**, uz omjer od približno **75 % događanja u srpnju i kolovozu u odnosu na 25 % u ostatku godine**, jasno upućuje na visoku koncentraciju događanja u vrhuncu turističke sezone. Takva distribucija u velikoj je mjeri očekivana, s obzirom na to da se upravo u tom razdoblju ostvaruje i najveći turistički promet te postoji najveća potražnja za sadržajima. Istodobno, ovakav omjer potvrđuje izraženu sezonalnost događanja, pri čemu predsezona i posezona ostaju znatno slabije aktivirane. Iako će srpanj i kolovoz i dalje zadržati ulogu mjeseci s najvećim brojem događanja, ovakva koncentracija ukazuje na prostor za postupno jačanje programskih aktivnosti izvan vrhunca sezone. U tom kontekstu, događanja predstavljaju jedan od alata za upravljanje turističkim tokovima i poticanje disperzije potražnje. Sustavnijim planiranjem i jačanjem programa u lipnju i rujnu, osobito kroz sadržaje povezane s aktivnim odmorom i outdoor ponudom, moguće je ostvariti postupne, ali značajne pomake prema produljenju sezone i ravnomjernijoj raspodjeli turističke aktivnosti. Važno je naglasiti da u destinaciji već postoji dobra osnova za takav pristup. Tijekom predsezone i posezone već se kontinuirano održavaju prepoznatljiva sportska događanja poput Međunarodnog susreta penjača u Nacionalnom parku Paklenica, Velebit Traila, Highlander Velebita te novijeg Epic Rides događanja. Ovakvi programi jasno su usklađeni s identitetom destinacije kao outdoor odredišta i predstavljaju snažan temelj za daljnje jačanje tog segmenta ponude izvan glavne sezone. S druge strane, program u srpnju i kolovozu dominantno je usmjeren na kulturne i zabavne sadržaje, uključujući obilježavanje blagdana, ljetno open-air kino, dječje predstave, koncerte i ribarske večeri, što odgovara strukturi i očekivanjima najvećeg broja posjetitelja u tom razdoblju. Upravo kombinacija postojećih obrazaca (snažnih outdoor događanja izvan sezone i bogatog zabavnog programa u vrhuncu sezone) pruža osnovu za daljnje uravnoteženje distribucije događanja. Ključni izazov i razvojni smjer odnosi se na postupno povećanje udjela događanja u predsezoni i posezoni, uz zadržavanje kvalitete i identitetske usklađenosti programa, čime bi se doprinijelo smanjenju sezonskih pritisaka i jačanju ukupne održivosti destinacije.

## 5.2.2. Potencijal povećanja građevinskih područja

Pokazatelj iskazuje površinu planiranih ili prostorno mogućih proširenja građevinskih područja na području destinacije, razvrstanih prema namjeni. Svrha pokazatelja jest procijeniti koliki razvojni potencijal u pogledu nove izgradnje još postoji u prostornim planovima te u kojoj mjeri taj potencijal može utjecati na buduće povećanje smještajnih, stambenih ili drugih kapaciteta.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **Planirane površine po namjenama:**<br>**Naselje Seline:**<br>**ugostiteljsko-turistička namjena - 48,0 ha (4400 kreveta)**<br>**proizvodna namjena - 11,8 ha**<br>**sportsko-rekreacijska namjena - 9,5 ha**<br>**Naselje Starigrad:**<br>**ugostiteljsko-turistička namjena - 20,0 ha (1400 kreveta)**<br>**sportsko-rekreacijska namjena - 4,4 ha**<br>**Naselje Tribanj:**<br>**ugostiteljsko-turistička namjena - 3,0 ha (300 kreveta)** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Za ovaj pokazatelj ne definira se kvantitativni standard u smislu ciljanog povećanja građevinskih područja, već se standard temelji na načelu kontroliranog i odgovornog upravljanja postojećim prostorno-planskim potencijalom. Sukladno važećem zakonodavnom okviru, osobito članku 45. Zakona o prostornom uređenju, proširenje građevinskih područja nije moguće dok unutar postojećih zona postoje neizgrađene i infrastrukturno neopremljene površine. U tom smislu, standard ne podrazumijeva povećanje građevinskih područja, već racionalno i fazno korištenje već planiranih zona. |
| Ciljana vrijednost: | zadržavanje planiranih zona |

Pokazatelj ukazuje na postojanje značajnog prostorno-planskog potencijala za daljnji razvoj, osobito u segmentu ugostiteljsko-turističke namjene, s najvećom koncentracijom planiranih kapaciteta u naselju Seline, te manjim, ali relevantnim zonama u Starigradu i Tribnju. Istodobno, usporedba Digitalne ortofoto karte s kartografskim prikazom građevinskih područja jasno pokazuje da je postojeća razina izgrađenosti relativno niska, dok infrastrukturna opremljenost prostora još uvijek nije u potpunosti razvijena. U tom kontekstu, ključan je i zakonski okvir koji ograničava daljnje širenje građevinskih područja dok se ne iskoriste i infrastrukturno opreme već planirane zone. To znači da budući razvoj destinacije neće biti obilježen prostornim širenjem, već prvenstveno aktivacijom postojećih planiranih površina. Upravo ta činjenica dodatno naglašava važnost ovog pokazatelja, jer ukazuje da „rezervni prostor" za razvoj već postoji, ali njegova realizacija izravno ovisi o upravljačkim odlukama i infrastrukturnim ulaganjima. U kontekstu ostalih pokazatelja održivosti, osobito onih koji ukazuju na sezonalnost, opterećenje infrastrukture i ograničenost resursa, ovaj razvojni potencijal zahtijeva izrazito oprezan pristup. Nekontrolirana ili prebrza aktivacija planiranih zona mogla bi dodatno pojačati postojeće pritiske na prostor i sustave. Stoga se razvoj treba temeljiti na faznom i selektivnom pristupu, uz jasne prioritete: a. prvo opremanje i aktivacija postojećih, već planiranih zona; b. usklađivanje dinamike razvoja s razvojem komunalne i prometne infrastrukture; c. usmjeravanje prema kvaliteti i dodanoj vrijednosti; d. izbjegavanje istovremene aktivacije većeg broja razvojnih zona. Pokazatelj ne upućuje na potrebu za novim prostornim širenjem, već na potrebu za pažljivim upravljanjem postojećim razvojnim potencijalom. Održivost destinacije u tom će kontekstu ovisiti o sposobnosti da se taj potencijal aktivira postupno, kontrolirano i u skladu s realnim kapacitetima prostora i infrastrukturnim mogućnostima.

## 5.2.3. Mogućnosti proširivanja plažnog prostora

Pokazatelj iskazuje površinu i/ili duljinu obalne linije na kojoj je, sukladno prostorno-planskoj dokumentaciji i prirodnim obilježjima prostora, moguće realizirati dodatne plažne prostore. Svrha pokazatelja jest procijeniti koliki potencijal postoji za povećanje kapaciteta kupališnih prostora bez narušavanja okolišnih vrijednosti i funkcionalnosti obale.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **površina zone - uređena morska plaža (R3) - 1.290.999,52 m² = 129,1 ha<br>površina zone - prirodna morska plaža (R3) - 553.742,84 m² = 55,37 ha<br>obalna linija UKUPNO - 35.755,48 m = 35,76 km<br>obalna linija UREĐENE plaže - 19.111,61 m = 19,11 km<br>obalna linija PRIRODNE plaže - 7.734,05 m = 7,73 km** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | Za pokazatelj se ne definira kvantitativni standard u smislu povećanja površine plažnog prostora, već se standard temelji na načelu očuvanja prirodnih obilježja obale i kontroliranog uređenja postojećih plažnih zona. Sukladno prostorno-planskoj dokumentaciji, jasno se razlikuju uređene i prirodne plaže. Dok je u zonama uređenih plaža (R3) moguće provoditi zahvate u svrhu poboljšanja funkcionalnosti i pristupačnosti (uređenje, dohranjivanje, opremanje), prirodne plaže definirane su kao prostori koji se zadržavaju u zatečenom stanju, bez mogućnosti intervencija u prirodnu osnovu. |
| Ciljana vrijednost: | ograničeno i planski kontrolirano unapređenje postojećih uređenih plažnih prostora, uz istodobno očuvanje prirodnih plaža u njihovom izvornom obliku bez daljnjeg širenja na neizgrađene dijelove obale. |

Pokazatelj ukazuje na značajnu duljinu i površinu obalnog područja koje je prostorno-planskom dokumentacijom definirano za kupališnu funkciju, uz jasno razlikovanje između uređenih i prirodnih plaža. Međutim, normativna klasifikacija plaža ne odražava nužno njihovu stvarnu razinu uređenosti i funkcionalnosti iz perspektive turističke ponude. Iako se značajan dio obalne linije vodi kao uređena plaža, turističko-ugostiteljska praksa i terenski uvid upućuju na drugačiju sliku. Procjena turističke zajednice jest da je jedina plaža koja u punom smislu zadovoljava standarde uređene i javno dostupne plaže – s osiguranim pristupom, parkiralištem, ugostiteljskom ponudom i komunalnom opremljenošću – plaža Jaz. Kod većine ostalih plaža evidentiran je niži stupanj uređenosti i opremljenosti, što je potvrđeno i kroz analitičku podlogu te SWOT analizu. U tom smislu, iskazana površina i duljina plažnih zona predstavljaju prije svega teorijski, prostorno-planerski potencijal, dok je stvarni funkcionalni kapacitet obale u ovom trenutku osjetno manji. Razlika između planske i stvarne razine uređenosti važna je za razumijevanje realnog opterećenja prostora, osobito u vršnim danima turističke sezone. Istodobno, prostorno-planski okvir jasno ograničava mogućnosti intervencija. Dok su u zonama uređenih plaža dopušteni zahvati u svrhu uređenja i opremanja, prirodne plaže definirane su kao prostori koji se zadržavaju u postojećem stanju, bez mogućnosti zahvata u prirodnu osnovu. Time se potencijal povećanja kapaciteta kupališnih prostora ne temelji na širenju obale, već isključivo na transformaciji i aktivaciji već definiranih zona. Pokazatelj upućuje na postojanje značajnog planskog kapaciteta obalnog prostora, ali i na izražen jaz između planiranog i stvarnog stanja. Budući razvoj i opterećenje obale ovisit će prvenstveno o stupnju aktivacije postojećih zona uređenih plaža, dok će prirodne plaže dugoročno ostati ograničavajući, ali i zaštitni element prihvatnog kapaciteta.

## 5.2.4. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja

Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i koji su zadovoljni kvalitetom smještaja u destinaciji. Sustavno praćenje ovog pokazatelja omogućuje uvid u razinu kvalitete smještajne ponude te identificiranje potreba za unapređenjem standarda, kategorizacije, dodatnih usluga i upravljanja kvalitetom u komercijalnom sektoru.

| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
|---|---|
| **Vrijednost:** | |
| **2025.** | |
| **57,5 %** | |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | U međunarodnoj literaturi o upravljanju kvalitetom usluga (Oliver, 1997; Parasuraman et al., 1988) te u benchmarking praksama modela poput ECSI, razine zadovoljstva ispod 60 % u pravilu se smatraju razvojnim rizikom, dok razine iznad 70 % upućuju na stabilnu i konkurentnu percepciju kvalitete. Za potrebe praćenja pokazatelja u Općini orijentacijski pragovi su definirani kao:<br>● ≥ 75 % – visoka razina zadovoljstva (stabilna i konkurentna kvaliteta)<br>● 60 – 74 % – zadovoljavajuća, ali razvojno osjetljiva razina<br>● 45 – 59 % – umjerena razina zadovoljstva, potrebna unaprjeđenja<br>● < 45 % – niska razina zadovoljstva, rizik za konkurentnost |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 75** |

Rezultat iz 2025. godine pokazuje da je **57,5 % turista koji borave u komercijalnom smještaju zadovoljno kvalitetom smještaja**. Budući da se radi o prvoj godini mjerenja, nije moguće pratiti trend, no dobivena vrijednost ukazuje na srednju razinu zadovoljstva koja se nalazi ispod razine koja se u literaturi o upravljanju kvalitetom usluga smatra stabilnom i konkurentnom (≈ 70 % i više). Rezultat upućuje na postojanje prostora za sustavno unapređenje kvalitete smještajne ponude. Važno je naglasiti da istraživanje nije radilo diferencijaciju zadovoljstva prema tipu smještaja (npr. hoteli, kampovi, objekti u domaćinstvu), što ograničava analitičku preciznost interpretacije. S obzirom na izraženu strukturalnu raznolikost smještajne ponude u destinaciji, moguće je da među pojedinim segmentima postoje značajne razlike u razini zadovoljstva, ali ih ovakav agregirani podatak ne može identificirati. U kontekstu destinacije s visokim udjelom objekata u domaćinstvu i kuća za odmor, kvaliteta smještaja predstavlja jedan od ključnih elemenata ukupnog doživljaja boravka, ali i važan faktor reputacije destinacije. U tom smislu, manje od 60% turista zadovoljnih smještajem svakako predstavlja **faktor rizika** za konkurentnost i održivi razvoj destinacije. Ako se razina zadovoljstva ne poveća, postoji rizik slabljenja konkurentnosti, osobito u segmentu gostiju koji očekuju višu razinu standardizacije, opremljenosti i uslužne kvalitete. Stoga pokazatelj upućuje na potrebu daljnjeg praćenja, segmentacije podataka po vrstama smještaja, provedbu dodatnog istraživanja o glavnim razlozima nezadovoljstva smještajem te potencijalnog razvoja programa podizanja kvalitete (edukacije, standardizacija, poticaji za modernizaciju), kako bi se razina zadovoljstva dugoročno približila ili premašila prag od 70 %, koji se u praksi upravljanja kvalitetom smatra stabilnom razinom destinacijske konkurentnosti.

### 5.2.5. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem; gastronomskom ponudom u mjestu; događanjima i manifestacijama

Pokazatelji mjere zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja trima različitim, ali međusobno povezanim elementima turističkog proizvoda destinacije: atmosferom i općim ugođajem mjesta, gastronomskom ponudom te događanjima i manifestacijama. Iako svaki od njih obuhvaća zaseban segment ponude, zajedno pružaju cjelovit uvid u doživljaj destinacije iz perspektive posjetitelja. Zajedničko promatranje pokazatelja omogućuje dublje razumijevanje ukupne atraktivnosti destinacije te pruža osnovu za ciljano unapređenje pojedinih segmenata turističke ponude.

| **Pokazatelji** | **5.2.5. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem<br>5.2.6. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu<br>5.2.7. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama** |
|---|---|
| **Učestalost mjerenja** | Svake četiri godine |
| **Vrijednost:** | |
| | **2025.** |
| **Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem** | **63,25 %** |
| Zadovoljstvo gastronomskom ponudom | **53,25 %** |
| Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama | **49,75 %** |
| **Prihvatljivi standard:** | |
| **Objašnjenje:** | U međunarodnoj literaturi o upravljanju kvalitetom usluga (Oliver, 1997; Parasuraman et al., 1988) te u benchmarking praksama modela poput ECSI, razine zadovoljstva ispod 60 % u pravilu se smatraju razvojnim rizikom, dok razine iznad 70 % upućuju na stabilnu i konkurentnu percepciju kvalitete. Za potrebe praćenja pokazatelja u Općini orijentacijski pragovi su definirani kao:<br>● ≥ 75 % – visoka razina zadovoljstva (stabilna i konkurentna kvaliteta)<br>● 60 – 74 % – zadovoljavajuća, ali razvojno osjetljiva razina<br>● 45 – 59 % – umjerena razina zadovoljstva, potrebna unaprjeđenja<br>● < 45 % – niska razina zadovoljstva, rizik za konkurentnost |
| Ciljana vrijednost: | **≥ 75 % (za sva tri pokazatelja)** |

Ostvarena vrijednost kod **zadovoljstva atmosferom i ugođajem** smješta se u kategoriju **zadovoljavajuće** s rezultatom **63,25%**, ali u razvojno osjetljivu razinu (60 – 74 %). Rezultat potvrđuje da većina posjetitelja pozitivno percipira opći dojam mjesta, što je u skladu s profilom Općine kao destinacije očuvane prirode, aktivnog odmora i relativno mirnog ambijenta. Ipak, činjenica da gotovo 37 % ispitanika nije izrazilo visoku razinu zadovoljstva upućuje na prostor za dodatno oblikovanje javnog prostora, večernje atmosfere i interpretacijskih elemenata koji mogu pojačati emocionalni doživljaj destinacije. Vrijednost zadovoljstva gastronomskom ponudom (**53,25%**) pak ulazi u raspon **umjerene razine zadovoljstva** (45 – 59 %), što signalizira potrebu za unaprjeđenjem. Gastronomija predstavlja jedan od ključnih elemenata diferencijacije destinacija, osobito u mediteranskom kontekstu, te rezultat ukazuje da trenutačna ponuda ne ostvaruje puni potencijal u percepciji gostiju te se može smatrati **faktorom rizika** pogotovo ako sljedeća mjerenja pokažu negativan trend. U svjetlu ranijih analiza koje su istaknule sezonalnost i ograničenu ponudu izvan vrhunca sezone, ovaj pokazatelj sugerira da se gastronomski segment može ojačati kako kroz jačanje autentičnosti i kvalitete, tako i kroz bolju prezentaciju lokalnih proizvoda. Konačno, vrijednost **zadovoljstva događanjima i manifestacijama** se također nalazi u kategoriji umjerene razine zadovoljstva (49,75%), ali je blizu donje granice raspona. To sugerira da program događanja i manifestacija trenutačno vjerojatno ne predstavlja snažan motiv dolaska niti značajan element doživljaja za većinu posjetitelja s obzirom da su gosti podijeljeni 50:50 oko dojmova. U destinaciji koja se primarno profilira kao outdoor i prirodna, manifestacije mogu imati važnu ulogu u produljenju boravka i smanjenju sezonalnosti, osobito u pred i posezoni. Rezultat stoga upućuje da je postojeća situacija **faktor rizika** te na potrebu strateškog promišljanja koncepta događanja – njihovog sadržaja, termina održavanja, ciljanih segmenata i komunikacije prema tržištu. Važno je primijetiti da su rezultati za atmosferu viši od rezultata za gastronomiju i događanja, što upućuje na to da je temeljni doživljaj prostora i prirodnog okruženja pozitivno ocijenjen, dok su elementi ponude koji zahtijevaju aktivno oblikovanje i upravljanje (gastronomija, manifestacije) slabije vrednovani. U kontekstu održivog upravljanja destinacijom, ovi pokazatelji predstavljaju važan signal da je osnovna atraktivnost prostora očuvana, ali da konkurentnost i diferencijacija u budućnosti ovise o jačanju kvalitete pratećih sadržaja.

## 5.3. Objedinjena procjena prihvatnog kapaciteta i preporučeni razvojni smjer

Analiza pokazatelja prihvatnog kapaciteta i održivosti pokazuje da je Općina Starigrad turistički snažno razvijena destinacija u kojoj turizam ima važnu gospodarsku i društvenu ulogu. Većina stanovnika prepoznaje njegov doprinos blagostanju lokalne zajednice, dok rezultati povezani s kakvoćom mora, kvalitetom zraka, bukom i percepcijom gužvi među posjetiteljima pokazuju da visoka turistička aktivnost zasad nije dovela do općeg narušavanja ključnih obilježja kvalitete boravka. Očuvana prirodna osnova, prostor Nacionalnog parka Paklenica i Parka prirode Velebit

te usmjerenost destinacije prema aktivnom odmoru dodatno pridonose raspodjeli posjetitelja i ublažavanju dijela pritisaka karakterističnih za intenzivno razvijene obalne destinacije.

Istodobno, rezultati upozoravaju na izraženu koncentraciju turističke aktivnosti tijekom glavnog dijela ljetne sezone. Visoke vrijednosti intenziteta turizma i turističke funkcionalnosti potvrđuju da broj turista i smještajnih kapaciteta višestruko nadmašuje broj stalnih stanovnika. Posebno je izražena zastupljenost smještaja u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor, zbog čega turističko i sekundarno stanovanje imaju sve veći utjecaj na strukturu stambenog fonda, korištenje prostora i funkcioniranje naselja. Nastavak takvih trendova mogao bi dodatno povećavati pritisak na dostupnost stanovanja, komunalnu infrastrukturu i kvalitetu prostora.

Među osjetljivijim područjima prihvatnog kapaciteta posebno se izdvajaju promet i parkiranje. Iritacija stanovnika prometnim gužvama nalazi se neposredno iznad utvrđenog praga, dok procijenjena popunjenost parkirališnih kapaciteta tijekom vršnog razdoblja pokazuje da je raspoloživi prostor gotovo u cijelosti iskorišten. Takvo stanje povezano je s dominantnim dolaskom osobnim vozilima, linearnom strukturom obalnih naselja i položajem državne ceste D8, koja prolazi kroz njihove središnje dijelove. Prometni sustav još uvijek omogućuje funkcioniranje destinacije, ali raspolaže ograničenom rezervom za prihvat dodatnog vršnog opterećenja bez odgovarajućih zahvata u organizaciji prometa, parkirališnoj infrastrukturi i sigurnosti kretanja.

Značajna sezonska opterećenja vidljiva su i u potrošnji vode. Potrošnja u vršnom razdoblju višestruko je veća od potrošnje u razdoblju najmanjeg opterećenja, što potvrđuje potrebu kontinuiranog praćenja pouzdanosti opskrbe i raspoloživih infrastrukturnih kapaciteta. Dodatno ograničenje predstavlja nedovoljno razvijena infrastruktura odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda. Iako raspoloživi podaci o kakvoći mora ne pokazuju negativne promjene, daljnji razvoj turističkih, stambenih i drugih kapaciteta potrebno je usklađivati s razvojem vodoopskrbne, odvodne, prometne i ostale komunalne infrastrukture. Među izraženijim problemima izdvaja se i neprimjereno odlaganje otpada tijekom turističke sezone, kojim je uznemireno gotovo 46 % stanovnika. Unapređenje organizacije prikupljanja otpada, dostupnosti spremnika, odvojenog prikupljanja i nadzora nad nepropisnim odlaganjem zato predstavlja jedno od važnijih područja upravljanja prihvatnim kapacitetom.

Rezultati društvenih pokazatelja daju složeniju sliku odnosa lokalne zajednice prema turizmu. Stanovnici u velikoj mjeri prepoznaju njegove gospodarske i razvojne koristi, ali je njihovo opće zadovoljstvo razvojem turizma osjetno niže. To pokazuje da pozitivan odnos prema turizmu nije istovjetan podršci svakom obliku njegova daljnjeg razvoja. Posebnu pozornost zato treba posvetiti problemima koji izravno utječu na svakodnevni život stanovnika, osobito prometnim gužvama, dostupnosti stanovanja, opterećenju infrastrukture, uređenju javnih prostora i očuvanju identiteta naselja.

Procjena u cjelini ne upućuje na potrebu zaustavljanja turističkog razvoja, nego na potrebu promjene njegova težišta. U sljedećem razdoblju razvoj bi se prvenstveno trebao temeljiti na povećanju kvalitete i vrijednosti postojeće ponude, boljoj iskorištenosti postojećih kapaciteta, produljenju sezone te ravnomjernijoj vremenskoj i prostornoj raspodjeli turističke aktivnosti. Poseban potencijal imaju sadržaji aktivnog, kulturnog, ruralnog i gastronomskog turizma koji mogu povećati potrošnju i kvalitetu doživljaja, povezati obalni prostor sa zaleđem te smanjiti ovisnost destinacije o vršnim ljetnim mjesecima.

Daljnje povećanje smještajnih i drugih kapaciteta potrebno je provoditi postupno i usklađeno s dokazanim mogućnostima vodoopskrbnog, prometnog i ostalih infrastrukturnih sustava. Prednost treba davati zahvatima koji unapređuju kvalitetu postojećeg smještaja, javnih prostora, usluga i turističkih proizvoda, umjesto oslanjanju na povećanje broja kreveta i posjetitelja kao osnovnog pokazatelja razvoja. Takav pristup omogućuje nastavak turističkog razvoja uz smanjivanje pritisaka u vršnim razdobljima uz očuvanje kvalitete života stanovnika, iskustva posjetitelja i prirodnih i prostornih vrijednosti na kojima se temelji konkurentnost destinacije.

# RAZVOJNI SMJER S MJERAMA, AKTIVNOSTIMA I PROJEKTIMA

06

# 6.1. Vizija razvoja destinacije

| | |
|---|---|
| **Vizija:** | Općina Starigrad jedna je od vodećih hrvatskih destinacija aktivnog turizma, prostor u kojem se planina i more nadopunjuju u cjelovit doživljaj očuvane prirode i podvelebitske autentičnosti, uz uravnotežen razvoj koji uvažava potrebe lokalne zajednice i dugoročno očuvanje prostora. |

## Jedna od vodećih hrvatskih destinacija aktivnog turizma

Aktivni turizam definiran je kao temeljni nosivi proizvod destinacije, s vrlo visokim razvojnim i tržišnim potencijalom. Prostorni kontakt planine i mora, prisutnost NP Paklenica te cjelokupno područje u PP Velebit stvaraju jedinstvene uvjete za razvoj planinarenja, penjanja, trail trčanja, biciklizma i drugih oblika aktivnog boravka. U kontekstu nacionalnog tržišta, malo je destinacija koje na tako kompaktnom prostoru omogućuju intenzivno iskustvo planinskog i obalnog ambijenta. Dodatnu razvojnu snagu predstavlja geografska pozicija Općine u neposrednoj blizini više nacionalnih i parkova prirode u široj regiji. Ta pozicija omogućuje destinaciji da se profilira kao baza za aktivni boravak i istraživanje šireg prostora. Ambicija “vodeće” destinacije ne podrazumijeva najveći volumen, već prepoznatljivost i jasnoću identiteta u segmentu aktivnog turizma.

## Prostor u kojem se planina i more nadopunjuju

Dualitet planine i mora predstavlja ključnu diferencijacijsku odrednicu. Za razliku od tipičnih obalnih destinacija, planinski prostor nije zaleđe u funkciji mora, već ravnopravan element identiteta i turističke ponude. Aktivnosti na moru i aktivnosti u planini čine integrirani sustav doživljaja, pri čemu se obalni i planinski prostor promatraju kao komplementarni, a ne konkurentni segmenti razvoja.

## Cjelovit doživljaj očuvane prirode

Cjelokupno područje Općine nalazi se unutar zaštićenih prirodnih područja, što razvoj destinacije trajno usmjerava prema odgovornom i kontroliranom korištenju prostora. Očuvana priroda nije samo atrakcijska vrijednost, već temelj dugoročne održivosti.

## Podvelebitska autentičnost

Identitet Općine duboko je povezan s podvelebitskim prostorom, njegovom poviješću i kulturnim naslijeđem. Elementi poput mirila, tradicijskog stila gradnje „krov na kubu“, suhozida i planinskih stanova svjedoče o stoljetnoj povezanosti lokalnog stanovništva s planinom. Ova baština daje destinaciji prepoznatljiv karakter i produbljuje turistički doživljaj. Autentičnost se ne promatra kao folklorni dodatak, već kao sastavni dio identiteta i diferencijacije destinacije.

## Uravnotežen razvoj koji uvažava potrebe lokalne zajednice

Razvoj turizma u Općini Starigrad temelji se na uspostavljanju ravnoteže između turističkih aktivnosti i svakodnevnog života lokalnog stanovništva. Turizam se ne promatra kao izdvojena gospodarska djelatnost, već kao sastavni dio prostora u kojem se odvija život zajednice. U tom kontekstu, razvoj destinacije usmjerava se na modele koji doprinose kvaliteti života stanovnika, smanjuju pritiske na infrastrukturu i prostor te omogućuju ravnomjerniju raspodjelu koristi turizma. Aktivno uključivanje lokalnih dionika u procese planiranja i donošenja odluka predstavlja ključni preduvjet za dugoročno održiv i društveno prihvatljiv razvoj.

## Dugoročno očuvanje prostora

Prostor Općine Starigrad, obilježen visokom razinom prirodne očuvanosti i statusom zaštićenih područja, predstavlja temeljni resurs razvoja destinacije. Dugoročno očuvanje prostora podrazumijeva odgovorno upravljanje turističkim tokovima, usklađivanje razvoja s prihvatnim kapacitetima te ograničavanje zahvata koji mogu narušiti krajobrazne i ekološke vrijednosti. Razvoj turizma usmjerava se prema modelima koji minimiziraju negativne utjecaje, potiču obnovu i očuvanje resursa te osiguravaju njihovu dostupnost budućim generacijama. Očuvanje

prostora ne promatra se kao ograničenje razvoja, već kao njegov ključni preduvjet i konkurentska prednost destinacije.

## 6.2. Opća načela razvoja

Razvojna vizija Općine proizlazi iz analitičke podloge, izračuna prihvatnih kapaciteta, pokazatelja održivosti te procjene potencijala turističkih proizvoda. Ona je stoga već u svojoj strukturi usklađena s temeljnim načelima suvremenog upravljanja turizmom, koja se u ovom Planu ne navode formalno, već su ugrađena u njegov sadržaj i razvojni smjer.

**Načelo održivosti** u Planu upravljanja destinacijom Općine dobiva vrlo konkretnu prostornu dimenziju. Cjelokupan teritorij Općine nalazi se unutar zaštićenih prirodnih područja, a analiza prihvatnih kapaciteta ukazala je na izraženu sezonsku koncentraciju posjeta, osobito u području NP Paklenica i obalnih zona. Razvojni smjer koji proizlazi iz takve analize usmjeren je prema prostornoj disperziji aktivnosti prema širem podvelebitskom prostoru, jačanju pred i posezone kroz outdoor segment te upravljanju opterećenjem u vršnim mjesecima. Održivost se tako operacionalizira kroz ravnotežu volumena i vrijednosti, kroz jačanje kvalitete uz promišljeno povećanje kapaciteta te kroz integraciju pokazatelja održivosti u daljnje planiranje.

**Načelo kvalitete** vidljivo je u jasnom odabiru aktivnog turizma kao nosivog proizvoda destinacije. Umjesto oslanjanja dominantno na kupališni segment, razvojna vizija stavlja naglasak na diferencijaciju kroz planinarske, penjačke, trail i druge outdoor aktivnosti, uz integraciju kulturno-ruralne baštine i manifestacija. Kvaliteta se dodatno povezuje s profesionalizacijom smještaja u domaćinstvu, povećanjem ukupne kvalitete smještaja i postupnom promjenom strukture smještajnih kapaciteta te unaprjeđenjem interpretacijskih sadržaja u zaštićenim područjima. Time se razvoj usmjerava prema podizanju doživljajne vrijednosti, duljem zadržavanju gostiju i većoj potrošnji po posjetitelju, a ne prema nekontroliranom rastu broja dolazaka.

**Načelo pristupačnosti** u Planu je sagledano višeslojno. Analizirana je prometna povezanost destinacije, organizacija prostora i dostupnost sadržaja, uključujući i pristupačnost osobama s invaliditetom. Iako planinski karakter prostora i geomorfološke značajke nameću određena fizička ograničenja, Plan prepoznaje potrebu postupnog unaprjeđenja pristupa javnoj turističkoj infrastrukturi, informiranju i interpretaciji prostora za osobe smanjene pokretljivosti. Pristupačnost se promatra i kroz funkcionalnu povezanost planinskog i obalnog prostora, kao i kroz regionalnu poziciju destinacije koja omogućuje širi spektar dostupnih iskustava.

**Načelo zadovoljstva** integrirano je kroz uključivanje rezultata anketa turista, jednodnevnih posjetitelja i lokalnog stanovništva te kroz rad fokus grupa. Identificirane su potrebe za boljom organizacijom prostora, kvalitetnijom infrastrukturom i jačom valorizacijom lokalne baštine. Vizija koja naglašava podvelebitsku autentičnost i cjelovit doživljaj prostora odgovara upravo tim očekivanjima. Zadovoljstvo posjetitelja povezuje se s kvalitetom iskustva i očuvanim ambijentom, dok se zadovoljstvo lokalne zajednice povezuje s kontroliranim razvojem, ravnotežom interesa i očuvanjem identiteta.

**Načelo sigurnosti** osobito je važno u destinaciji koja se profilira kao prostor aktivnog boravka u prirodi. Planinski i kanjonski ambijent zahtijeva jasno upravljanje kretanjem posjetitelja, organizaciju interpretacijskih točaka i usmjeravanje tokova, osobito u vršnim mjesecima. U tom smislu, integracija izračuna prihvatnih kapaciteta i analiza scenarija razvoja predstavljaju temelj za dugoročno očuvanje sigurnosti i reputacije destinacije. Sigurnost se ovdje ne promatra samo kao operativno pitanje, već kao sastavni dio kvalitete i odgovornog upravljanja prostorom.

Razvoj turizma u Općini usmjerava se prema pet međusobno povezanih skupina općih ciljeva. Ekonomski cilj je povećati vrijednost koju turizam stvara kroz dulji boravak, veću potrošnju po gostu i stabilnije poslovanje izvan glavne sezone. Kulturološki cilj je očuvati lokalni identitet i snažnije uključiti podvelebitsku baštinu u ponudu destinacije. Ekološki cilj je očuvati zaštićeni prostor, krajobraz i prirodne resurse te razvoj uskladiti s prihvatnim kapacitetima. Socijalni cilj je unaprijediti kvalitetu života stanovništva, uključivanje lokalnih dionika i ravnomjerniju raspodjelu koristi od turizma. Infrastrukturni cilj je unaprijediti funkcionalnost, sigurnost, pristupačnost i

kvalitetu prostora te turistički razvoj uskladiti s raspoloživim komunalnim i prometnim kapacitetima.

Promatrano u cjelini, razvojna vizija Općine – kao vodeće hrvatske destinacije aktivnog turizma, prostora u kojem se planina i more nadopunjuju u cjelovit doživljaj očuvane prirode i podvelebitske autentičnosti – logičan je nastavak navedenih načela. Sezonalnost se adresira kroz outdoor segment i događanja, prostorna ravnoteža kroz jačanje podvelebitskog zaleđa, kvaliteta kroz diferencijaciju proizvoda, a održivost kroz upravljanje kapacitetima i očuvanje resursa. Na taj način načela nisu izdvojena deklaracija, već okvir unutar kojeg će se dalje oblikovati strateški pravci, prioriteti, ciljevi te konkretne mjere i aktivnosti.

## 6.3. Strateški smjer i prioriteti

Polazeći od rezultata analitičke podloge, SWOT analize, pokazatelja održivosti i izračuna prihvatnih kapaciteta, Općina se opredjeljuje za razvojni model koji se temelji na diferencijaciji, podizanju kvalitete i upravljački odgovornom korištenju prostora.

Analiza je jasno pokazala dvostruku prirodu destinacije. S jedne strane, destinacija raspolaže iznimno snažnom resursnom osnovom: međunarodno prepoznatljivim NP Paklenica, prostornim obuhvatom PP Velebit, UNESCO lokalitetima, jedinstvenim kontaktom planine i mora te razvijenom infrastrukturom za planinarenje, penjanje, trail, biciklizam i druge oblike aktivnog boravka. S druge strane, uočena je izražena sezonalnost turističkog prometa, koncentracija noćenja u vršnim ljetnim mjesecima, prostorna koncentracija aktivnosti u naselju Starigrad i neposredno uz NP Paklenica te pritisci na prometnu i komunalnu infrastrukturu.

Izračuni prihvatnih kapaciteta i pokazatelji održivosti dodatno su potvrdili da prostor ima ograničenja koja zahtijevaju aktivno upravljanje, osobito u vršnim mjesecima. Rast volumena bez upravljačkog okvira doveo bi do povećanja sezonskih opterećenja, smanjenja kvalitete doživljaja i potencijalnog narušavanja kvalitete života lokalne zajednice.

U takvim okolnostima, strateška odluka ovog Plana jest odmak od modela koji se temelji na nekontroliranom kvantitativnom rastu, prema modelu koji povećava vrijednost postojećeg sustava. To znači da će razvoj turizma u Općini biti usmjeren na:

- održivu valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa,
- jačanje diferencijacijskog identiteta aktivne destinacije,
- integraciju planinskog i obalnog prostora u koherentan sustav doživljaja,
- teritorijalnu ravnotežu kroz snažniju aktivaciju podvelebitskog zaleđa,
- profesionalizaciju i specijalizaciju smještajne i uslužne ponude,
- smanjenje sezonalne razlike i povećanje vrijednosti po gostu,
- kontinuirano usklađivanje razvoja s nosivošću prostora.

Strateški razvojni pravac prepoznaje važnost održive valorizacije prirodnih i kulturnih resursa kao ključnog elementa razvoja održivog turizma u destinaciji. Održiva valorizacija podrazumijeva korištenje i razvoj tih resursa na način koji stvara društvenu i gospodarsku vrijednost za lokalnu zajednicu, uz istodobno osiguravanje njihove dugoročne zaštite, očuvanja i odgovornog upravljanja. Takav pristup omogućuje očuvanje autentičnosti prostora, unapređenje kvalitete turističkog doživljaja te osigurava ravnotežu između turističkog razvoja destinacije i zaštite prirodne i kulturne baštine.

Strateški pravac se temelji i na prepoznatom potencijalu outdoor segmenta kao nosivog proizvoda destinacije, ali i na činjenici da NP Paklenica, iako snažan tržišni magnet, ima ograničenu prostornu nosivost. Stoga razvoj ne može biti koncentriran unutar jedne atrakcije, već mora uključivati širi teritorij Općine i povezivati ga u funkcionalnu cjelinu. Koncept destinacije kao baze aktivnog turizma južnog Velebita proizlazi upravo iz takvog promišljanja – smještaj i usluge koncentrirani su u funkcionalnom središtu, dok se aktivnosti distribuiraju prema zaleđu i širem regionalnom prostoru.

Istodobno, analiza strukture smještaja pokazala je dominaciju smještaja u domaćinstvu i visok udio sezonskog poslovanja. Ovaj Plan ne prepoznaje to kao slabost samu po sebi, već kao razvojnu činjenicu koju je potrebno profesionalizirati i diferencirati. Dugoročno, potrebno je povećavati kvalitetu smještajnih kapaciteta, raditi na nedostatku hotelskih kapaciteta te snažnijem korištenju potencijala kampova.

Strateški pravac razvoja također uzima u obzir tržišne trendove – rast potražnje za aktivnim boravkom u prirodi, povećani interes za autentična iskustva, sporiji tip putovanja i dulji boravak. Destinacija u tom kontekstu ima realnu priliku profilirati se kao destinacija koja spaja planinu i more u jedinstven cjelogodišnji doživljaj, ali samo ako razvoj ostane usklađen s prostornim ograničenjima i identitetom prostora.

Ključna razvojna odluka ovoga Plana stoga se može sažeti u sljedeće načelo: konkurentnost destinacije gradi se kroz kvalitetu, diferencijaciju i upravljanje. Ekonomski učinci turizma trebaju se povećavati kroz dulji boravak, veću potrošnju po gostu, veću razinu usluge i bolje korištenje postojećih resursa, uz istodobno očuvanje prirodnih vrijednosti i društvene ravnoteže.

Na temelju tako definiranog strateškog pravca u nastavku se utvrđuju prioritetna područja razvoja koja operacionaliziraju odabrani model i predstavljaju temelj za definiranje konkretnih ciljeva, mjera i aktivnosti provedbe.

## PRIORITETNO PODRUČJE I - Jačanje i integracija identiteta aktivnog turizma

Prvo prioritetno područje usmjereno je na učvršćivanje i daljnju artikulaciju identiteta Općine kao destinacije aktivnog turizma koja jedinstveno integrira planinski i obalni prostor. Analiza je pokazala da destinacija raspolaže snažnom i međunarodno prepoznatljivom resursnom osnovom: razvijenom planinarskom i penjačkom infrastrukturom, biciklističkim i trail rutama, manifestacijama vezanima uz outdoor segment te reputacijom NP Paklenica kao jednog od najvažnijih planinskih i penjačkih lokaliteta u Hrvatskoj prepoznat i na europskim tržištima.

Istodobno je prepoznata ovisnost tržišne prepoznatljivosti o jednom dominantnom resursu te nedovoljna funkcionalna i komunikacijska integracija šireg teritorija – uključujući prostor PP Velebit, podvelebitsko zaleđe i obalni pojas – u jedinstveni razvojni narativ. Prioritet ovog područja stoga je sustavno objedinjavanje cjelokupne ponude u koherentan sustav aktivnog boravka.

Razvoj identiteta aktivne destinacije ne odnosi se isključivo na planinski segment. More, plaže i obalni prostor predstavljaju sastavni dio ukupnog doživljaja destinacije te su i dalje primarni motiv dolaska velikog dijela gostiju. Strateški pristup podrazumijeva njihovu snažniju integraciju u koncept aktivnog turizma kroz razvoj sportsko-rekreativnih sadržaja na moru, tematsko oblikovanje pojedinih plaža, poticanje aktivnog korištenja obalnog prostora te povezivanje morskih i planinskih aktivnosti u jedinstvene itinerare. Na taj način segment sunce–more–plaže ne ostaje izolirani sezonski proizvod, već postaje komplementarni dio aktivnog identiteta destinacije.

Posebna razvojna prilika leži upravo u spoju planine i mora, koji destinaciju diferencira od većine obalnih i planinskih destinacija. Taj dualitet omogućuje oblikovanje višednevnih programa koji kombiniraju planinske aktivnosti, boravak uz more i upoznavanje podvelebitske kulturne baštine, čime se povećava doživljajna vrijednost i produljuje trajanje boravka. U tom kontekstu razvojni smjer uključuje i jasno pozicioniranje destinacije kao organizacijskog i logističkog središta aktivnog boravka na južnom Velebitu. Destinacija se ne promatra isključivo kao lokalitet pojedinačnih aktivnosti, već kao baza iz koje posjetitelji istražuju širi planinski i obalni prostor. Takvo pozicioniranje podrazumijeva strukturirano informiranje gostiju, razvoj tematskih itinerara te povezivanje smještajnih kapaciteta s aktivnostima unutar i izvan granica Općine.

Posebna pozornost posvećuje se specijaliziranim nišama – planinarenju, penjanju, trail trčanju, biciklizmu te aktivnostima na moru – koje imaju potencijal produljenja sezone i dodatne diferencijacije destinacije. U uvjetima rastuće konkurencije outdoor destinacija, Općina se ne

može pozicionirati kroz masovnost, već kroz jasnoću identiteta, autentičnost prostora, cjelovitost doživljaja i kvalitetu iskustva.

## PRIORITETNO PODRUČJE II - Prostorna ravnoteža, kvaliteta prostora i disperzija turističkih tokova

Drugo prioritetno područje proizlazi iz jasnih nalaza analize stanja, pokazatelja održivosti i izračuna prihvatnih kapaciteta, koji ukazuju na izraženu sezonsku i prostornu koncentraciju turističkog prometa u naselju Starigrad i u zoni neposredno uz NP Paklenica. Visok udio noćenja u vršnim ljetnim mjesecima, prometna zagušenja te pritisci na komunalnu infrastrukturu potvrđuju potrebu aktivnog i planskog upravljanja prostorom. Strateški odgovor na takvu strukturu prometa nije širenje građevinskih zona niti povećanje kapaciteta u već opterećenim dijelovima destinacije, već postupno uspostavljanje teritorijalne ravnoteže kroz disperziju aktivnosti, bolje korištenje postojećih resursa te ciljano unapređenje kvalitete prostora i infrastrukture u manje opterećenim dijelovima destinacije. Razvojni fokus usmjeren je na ravnomjerniju uključenost podvelebitskog zaleđa, manjih naselja i obalnog pojasa u turistički sustav uvažavajući ograničenja nametnuta neriješenim imovinsko-pravnim odnosima. Poseban naglasak pritom stavlja se na unapređenje pristupačnosti, funkcionalnosti i uređenosti tih prostora, kako bi se stvorili stvarni preduvjeti za njihovo kvalitetnije turističko korištenje.

U kontekstu zaleđa, očuvani krajobraz, tradicijski zaseoci, mirila, gusterne i prepoznatljiva podvelebitska arhitektura predstavljaju razvojni resurs koji do sada nije bio u potpunosti integriran u turističku ponudu. Njihovo tematsko povezivanje s planinskim i obalnim segmentom stvara nove razloge za kretanje izvan najopterećenijih zona te doprinosi ravnoteži između volumena i vrijednosti. Razvoj prostorne ravnoteže odnosi se i na obalni pojas. Iako Općina raspolaže dugom i razvedenom obalom, njezin potencijal nije u potpunosti valoriziran, osobito u pogledu kvalitete, funkcionalnosti i ravnomjernijeg korištenja obalnog prostora. Većina plaža i priobalnih šetnica zahtijeva podizanje standarda uređenosti, opremljenosti i funkcionalne diferencijacije. Sustavno unapređenje manje korištenih obalnih lokaliteta, tematsko oblikovanje pojedinih zona te podizanje kvalitete javnog prostora mogu doprinijeti ravnomjernijoj raspodjeli dnevnih tokova, smanjenju pritiska na najfrekventnije dijelove te povećanju ukupne doživljajne vrijednosti boravka. Disperzija se stoga promatra i kroz linearnu organizaciju obalnog prostora, a ne isključivo kroz teritorijalno širenje prema zaleđu. Koncept destinacije kao baze aktivnog turizma pritom dobiva prostornu dimenziju. Smještajni i uslužni kapaciteti koncentrirani su u funkcionalnom središtu, dok se aktivnosti i doživljaji distribuiraju prema zaleđu, obali i širem prostoru južnog Velebita. Takav model omogućuje dulji boravak gostiju, ravnomjerniju raspodjelu opterećenja i smanjenje sezonskih vršnih pritisaka bez potrebe za dodatnom urbanizacijom.

Poseban naglasak stavlja se na integrirano upravljanje mobilnošću u vršnim mjesecima posebno uvažavajući činjenicu da kroz Općinu cijelom dužinom prolazi državna cesta D8. To uključuje uređenje i organizaciju parkirališnih zona, jasnije usmjeravanje kretanja posjetitelja, primjenu digitalnih alata informiranja te koordinaciju s upravljačima NP Paklenica i PP Velebit. Upravljanje turističkim tokovima promatra se kao trajna funkcija destinacije, temeljena na stvarnim podacima i pokazateljima nosivosti prostora. Cilj ovog prioritetnog područja nije samo rasterećenje najopterećenijih zona, već dugoročno očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva, zaštita krajobraza i stabilizacija turističkog sustava u skladu s prostornim, infrastrukturnim i društvenim kapacitetima Općine.

## PRIORITETNO PODRUČJE III - Održivi model rasta vrijednosti uz očuvanje prostora i okoliša

Treće prioritetno područje usmjereno je na uspostavu održivog modela rasta vrijednosti u turizmu Općine. Pritom se rast vrijednosti ne promatra odvojeno od očuvanja prostora, okoliša i resursa na kojima se turistička privlačnost destinacije temelji. Analiza stanja pokazala je da je turistička struktura obilježena dominacijom smještaja u domaćinstvu, visokim udjelom sezonskog poslovanja te izraženom koncentracijom noćenja u vršnim ljetnim mjesecima. Takav model generira snažnu sezonalnost prihoda i opterećenja, povećava infrastrukturne i prometne pritiske te čini lokalno gospodarstvo osjetljivim na tržišne i klimatske promjene. Strateški odgovor

temelji se na povećanju ukupne ekonomske i doživljajne vrijednosti postojećeg sustava te održivom volumenskom rastu u pred i posezoni, uz očuvanje prostora i okoliša te usklađivanje razvoja s infrastrukturnim i prostornim kapacitetima destinacije. Promjena strukture i kvalitete smještaja, uključujući povećanje udjela kvalitetnih hotelskih kapaciteta sa sadržajima poput sportskih objekata i konferencijskih dvorana, može znatno pridonijeti ostvarenju tog cilja. Rast vrijednosti podrazumijeva dulji boravak gostiju, veću potrošnju po osobi, višu razinu usluge te bolje povezivanje smještaja, aktivnosti i javnog prostora u cjelovito iskustvo destinacije.

Profesionalizacija i diferencijacija smještajne i uslužne ponude predstavljaju temelj takvog modela. To uključuje tematsku specijalizaciju smještaja u domaćinstvu u skladu s identitetom aktivne destinacije, jačanje suradnje između iznajmljivača i pružatelja outdoor, kulturnih i gastronomskih sadržaja, razvoj integriranih višednevnih boravaka te podizanje standarda usluge. Naglasak se stavlja na organizacijsko jačanje i edukaciju dionika u turizmu kako bi se povećala profesionalnost poslovanja i dugoročna stabilnost sektora. Kvaliteta se pritom ne promatra isključivo kroz formalnu kategorizaciju, već kroz ukupnu doživljajnu vrijednost prostora. To podrazumijeva unapređenje javnih površina, osobito obalnog pojasa i plaža, podizanje standarda uređenosti i opremljenosti, funkcionalno oblikovanje šetnica i javnih zona te stvaranje ambijenta koji doprinosi zadovoljstvu gostiju i lokalne zajednice. U tom smislu ulaganje u kvalitetu javnog prostora izravno doprinosi rastu vrijednosti boravka. Istodobno, očuvanje okolišnih i krajobraznih vrijednosti prostora treba promatrati kao sastavni dio ukupne kvalitete destinacije i jedan od ključnih preduvjeta njezine dugoročne konkurentnosti.

Izražena koncentracija noćenja u dva ljetna mjeseca zahtijeva sustavan pristup upravljanju sezonalnošću. Jačanje pred i posezone kroz outdoor programe, tematske manifestacije, sportsko-rekreativne sadržaje na moru i u planini te ciljane tržišne niše kompatibilne s proljećem i jeseni doprinosi ravnomjernijem korištenju kapaciteta tijekom godine. Produljenje trajanja boravka i povećanje potrošnje po gostu omogućuju uravnoteženiji razvoj turističkog prometa, stabiliziraju prihode i smanjuju potrebu za pritiscima na prostor koji ne bi bili usklađeni s njegovim prihvatnim kapacitetom. Održivi model rasta vrijednosti podrazumijeva i kontinuirano praćenje pokazatelja održivosti i prihvatnih kapaciteta te prilagodbu razvojnih odluka njihovim rezultatima. Odluke o daljnjem razvoju ponude, organizaciji događanja i upravljanju turističkim tokovima moraju se temeljiti na stvarnim podacima i procjeni nosivosti prostora, čime se osigurava ravnoteža između ekonomskih učinaka turizma, zaštite prirodnih resursa i kvalitete života lokalnog stanovništva.

U konačnici, ovo prioritetno područje označava prijelaz s modela koji je dominantno volumenski i sezonski orijentiran prema modelu koji je vrijednosno, kvalitetno i upravljački usmjeren. Takav pristup osigurava dugoročnu konkurentnost destinacije, veću otpornost na tržišne promjene te stabilniju ekonomsku i društvenu osnovu razvoja Općine.

## 6.4. Razvojni ciljevi

Razvojni ciljevi predstavljaju operativnu razradu utvrđenog strateškog pravca i prioritetnih područja razvoja. Dok prioritetna područja definiraju temeljne smjerove djelovanja (identitet, prostor i model rasta vrijednosti), ciljevi preciziraju konkretne razvojne ishode koje Općina želi postići u razdoblju važenja Plana upravljanja. Ciljevi su oblikovani na temelju analize stanja destinacije, pokazatelja održivosti i prihvatnih kapaciteta te procjene razvojnih potencijala turističkih proizvoda. Svaki cilj povezan je s odgovarajućim prioritetnim područjem te razrađen kroz pripadajuće mjere i aktivnosti.

### CILJ 1 - Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma

*Povezanost s prioritetnim područjem I – Jačanje i integracija identiteta aktivnog turizma*

Cilj je dodatno ojačati tržišnu prepoznatljivost Općine kao destinacije koja integrira planinu i more u jedinstven sustav aktivnog boravka te se jasno diferencira od generičkih obalnih destinacija. Razvoj se usmjerava na pozicioniranje destinacije kao glavne smještajne baze aktivnog turizma južnog Velebita te kao polazišne točke za istraživanje njegova planinskog i obalnog prostora.

## CILJ 2 - Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti

*Povezanost s prioritetnim područjem II – Prostorna ravnoteža, kvaliteta prostora i disperzija turističkih tokova*

Cilj je doprinijeti smanjenju koncentracije turističkog prometa u najopterećenijim zonama kroz aktivaciju podvelebitskog zaleđa i manje korištenih dijelova obale, uz unapređenje postojeće infrastrukture i sadržaja u funkciji kvalitetnijeg i ravnomjernijeg korištenja prostora, vodeći računa o ozbiljnim izazovima vezanima uz neriješene imovinsko-pravne odnose. Poseban naglasak pritom stavlja se na podizanje funkcionalnosti, uređenosti i pristupačnosti prostora koji danas nisu dovoljno uključeni u turistički sustav. Time se doprinosi rasterećenju infrastrukture, očuvanju krajobraza i ravnomjernijem uključivanju u turističke tokove. Razvoj se usmjerava na stvaranje novih prostornih točaka interesa i sadržaja izvan centralnih zona, kao i na unapređenje postojećih lokacija i infrastrukture, uz uvažavanje lokalnih specifičnosti i očuvanje identiteta prostora, čime se osigurava uravnotežen odnos između turističkog korištenja i zaštite resursa.

## CILJ 3 - Uspostaviti učinkovit sustav upravljanja mobilnošću i turističkim tokovima

*Povezanost s prioritetnim područjem II – Prostorna ravnoteža, kvaliteta prostora i disperzija turističkih tokova*

Cilj je smanjiti sezonska prometna opterećenja i unaprijediti organizaciju kretanja posjetitelja u skladu s izračunatim prihvatnim kapacitetima i potrebom zaštite prostora. Upravljanje mobilnošću postaje trajna funkcija destinacije, a ne ad hoc reakcija na vršna opterećenja. Razvoj se usmjerava na uspostavu koordiniranog i podatkovno utemeljenog sustava upravljanja turističkim tokovima, koji omogućuje pravovremeno usmjeravanje kretanja posjetitelja, smanjenje pritiska na najopterećenije zone te očuvanje kvalitete boravka za posjetitelje i lokalno stanovništvo.

## CILJ 4 - Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude

*Povezanost s prioritetnim područjem III – Održivi model rasta vrijednosti uz očuvanje prostora i okoliša*

Cilj je transformirati postojeću strukturu smještaja i usluga prema održivom modelu koji generira veću vrijednost po gostu, uz postupno podizanje razine kvalitete svih oblika smještaja. Poseban naglasak stavlja se na unapređenje standarda smještaja u domaćinstvu i kampova, poticanje njihove specijalizacije u skladu s identitetom aktivne destinacije te jačanje profesionalizacije, suradnje i aktivnog sudjelovanja lokalnih dionika u oblikovanju i upravljanju razvojem turizma. Razvoj se dodatno usmjerava prema većem udjelu kvalitetnih i organiziranih oblika smještaja, uključujući obiteljske i manje hotele, uz poticanje postupne transformacije dijela smještaja u domaćinstvu prema profesionalnijim oblicima poslovanja. Istodobno, stvaraju se preduvjeti za razvoj novih kvalitetnih hotelskih kapaciteta, uvažavajući prostorna obilježja destinacije, prihvatni kapacitet i ograničenja komunalne infrastrukture.

## CILJ 5 - Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu

*Povezanost s prioritetnim područjem III – Održivi model rasta vrijednosti uz očuvanje prostora i okoliša*

Cilj je smanjiti ovisnost o vršnim ljetnim mjesecima te povećati duljinu boravka i potrošnju po gostu kroz razvoj ponude u pred i posezoni, uz istovremeno osiguravanje uravnoteženog i održivog rasta ukupnog turističkog prometa. Pritom se rast vrijednosti i turističkog prometa promatra u neposrednoj vezi s očuvanjem prostora, okoliša i resursa na kojima se razvoj destinacije temelji. Razvoj se usmjerava na jačanje pred i posezone kroz aktivnosti kompatibilne s identitetom aktivne destinacije, kao i na poticanje kvalitetnijih oblika smještaja i sadržaja koji doprinose većoj dodanoj vrijednosti i stabilnijem korištenju kapaciteta tijekom cijele godine.

# 6.5. Mjere i aktivnosti

## CILJ 1 - Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma

| MJERA 1.1 | Unaprijediti i strukturirati brend destinacije kao integrirane outdoor destinacije planine i mora |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na jasno i dosljedno oblikovanje brenda Starigrada kao integrirane outdoor destinacije u kojoj se planina i more povezuju u jedinstven doživljaj aktivnog boravka. Naglasak je na razvoju prepoznatljivog brend narativa, uspostavi krovne komunikacijske platforme, izradi jedinstvenih vizualnih i sadržajnih standarda te provedbi ciljane promocije prema tržišnim segmentima kompatibilnima s identitetom destinacije. Mjera uključuje i izradu integriranog outdoor vodiča, suradnju s ambasadorima destinacije te jačanje vizualne prisutnosti NP Paklenica i PP Velebit u javnom prostoru, kako bi se dodatno učvrstila prepoznatljivost Starigrada kao baze za aktivni odmor i istraživanje šireg podvelebitskog prostora. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Razvoj i implementacija jedinstvenog brend narativa koji pozicionira destinaciju kao logističko i organizacijsko središte aktivnog boravka<br>2. Izrada krovnih vizualnih i sadržajnih standarda aktivne destinacije<br>3. Tematska digitalna kampanja usmjerena na outdoor segmente i ključne ciljne skupine<br>4. Izrada integriranog outdoor vodiča (digitalnog i tiskanog) destinacije<br>5. Program ambasadora destinacije (sportaši, vodiči, influenceri)<br>6. Jačanje vizualne prisutnosti NP Paklenica i PP Velebit u javnom prostoru destinacije<br>7. Izrada i provedba komunikacijske strategije destinacije u skladu s brend narativom i ciljnim tržišnim segmentima<br>8. Unapređenje funkcionalnosti i sadržajne kvalitete službene mrežne stranice destinacije. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj: TZ; partneri: NP Paklenica, PP Velebit, TZ Zadarske županije i HTZ | TZ; TZŽ; Općina; NP; PP; MINTS | kontinuirano do 2029. |

| MJERA 1.2 | Razviti i povezati planinske i obalne aktivnosti u integrirane višednevne outdoor programe |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na razvoj cjelovitijih i tržišno atraktivnijih outdoor proizvoda koji povezuju planinski i obalni dio destinacije u jedinstvene višednevne programe boravka. Naglasak je na oblikovanju turističkih paketa koji kombiniraju planinarenje, penjanje, biciklizam i aktivnosti na moru, uz uključivanje certificiranih lokalnih vodiča, razvoj tematskih mikro-ruta te povezivanje sportskih i drugih događanja s produženim boravkom. Na taj se način jača doživljajna cjelovitost destinacije, povećava kvaliteta ponude i stvara osnova za dulji boravak gostiju i snažnije pozicioniranje Starigrada kao baze za aktivni odmor. Za razliku od mjere 5.2., koja obuhvaća šire sadržaje i iskustva usmjerena na produljenje boravka, ova je mjera usmjerena na specijalizirane outdoor programe u kojima su aktivnosti u prirodi primarni motiv dolaska. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Razvoj paketa koji kombiniraju planinarske, penjačke, biciklističke i morske aktivnosti.<br>2. Evidencija i promocija licenciranih vodiča specijaliziranih za outdoor aktivnosti.<br>3. Povezivanje kulturno-ruralne baštine s aktivnim kretanjem u tematske mikro-rute.<br>4. Integracija manifestacija, posebno sportskih, u outdoor vikend pakete. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: TZ; partneri: turističke agencije, vodiči, pružatelji outdoor aktivnosti, smještajni objekti, NP Paklenica i PP Velebit | TZ; TZŽ; Općina | kontinuirano do 2029. |

| MJERA 1.3 | Ojačati međunarodnu vidljivost i specijaliziranu tržišnu prepoznatljivost destinacije u outdoor segmentu |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na jačanje međunarodne vidljivosti Starigrada i njegovu jasniju tržišnu prepoznatljivost u outdoor segmentu. Naglasak je na ciljanim nastupima na specijaliziranim sajmovima i B2B događanjima, organizaciji studijskih putovanja za specijalizirane medije i agencije te potpori sportskim i rekreativnim događanjima izvan ljetnog razdoblja, kako bi se destinacija snažnije pozicionirala na relevantnim tržištima. Sustavno praćenje udjela gostiju kojima je aktivni odmor motiv dolaska pritom omogućuje bolje razumijevanje učinaka promocije i daljnje usmjeravanje tržišnih aktivnosti. Mjera je prvenstveno usmjerena na međunarodno pozicioniranje i vidljivost destinacije na specijaliziranim outdoor tržištima, dok se razvoj i promocija konkretnih programa predsezone i posezone provode u okviru mjere 5.1. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Ciljani nastupi na specijaliziranim outdoor sajmovima i B2B događanjima<br>2. Organizacija i potpora studijskih putovanja za specijalizirane medije i agencije<br>3. Organizacija i potpore sportskim i rekreativnim događanjima na području destinacije izvan ljetnog perioda<br>4. Sustavno praćenje udjela gostiju s motivom aktivnog odmora |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj: TZ; partneri: TZ Zadarske županije, HTZ, NP Paklenica, PP Velebit i dr. organizatori događanja | TZ; Općina, TZŽ; HTZ; NP; PP | kontinuirano do 2029. |

## CILJ 2 - Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti

| MJERA 2.1 | Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na snažnije uključivanje podvelebitskog zaleđa u turističku ponudu destinacije kroz unapređenje dostupnosti, uređenosti i interpretacije prostora. Naglasak je na održavanju i unaprjeđenju postojećih pješačkih, biciklističkih i interpretacijskih ruta, opremanju infrastrukture za aktivni boravak te revitalizaciji tradicijskih lokaliteta poput mirila, suhozida i planinskih stanova. Uz to, mjera uključuje i jaču promociju manje poznatih atrakcija zaleđa, kako bi se proširio prostorni obuhvat turističkih aktivnosti, obogatila ponuda destinacije i potaknulo ravnomjernije korištenje prostora. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Unapređenje i održavanje postojećih pješačkih, biciklističkih i interpretacijskih ruta u zaleđu<br>2. Unapređenje i opremanje infrastrukture za aktivni boravak u zaleđu (signalizacija, odmorišta, vidikovci, info-ploče i pristupne točke aktivnostima)<br>3. Program turističke valorizacije tradicijskih i povijesnih lokaliteta kroz razvoj novih interpretacija za vođene ture i edukativne sadržaje.<br>4. Promocija manje poznatih atrakcija (izrada promo materijala, promocija putem web stranice i društvenih mreža) |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: Općina; partneri: TZ, NP Paklenica, PP Velebit, udruge | Općina; TZ; NP; PP; Županija, MRRFEU | fazno do 2029. |

| MJERA 2.2. | Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na unapređenje funkcionalne uređenosti, kvalitete boravka i doživljajne vrijednosti obalnih zona, osobito onih koje su danas manje korištene ili slabije opremljene. Naglasak je na uređenju i revitalizaciji priobalnih prostora, uključujući šetnice, vidikovce, odmorišta i plaže, uz podizanje standarda sigurnosti, pristupačnosti i informiranosti korisnika. Mjera također uključuje organizaciju manjih događanja, razvoj sadržaja za aktivni i rekreacijski turizam u suradnji s privatnim sektorom te promociju manje korištenih obalnih zona, kako bi se obogatila ponuda destinacije, podigla kvaliteta obalnog prostora i potaknulo ravnomjernije korištenje obale uz smanjenje pritiska na najopterećenije lokalitete. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Formiranje i opremanje priobalnih šetnica, trgova, vidikovaca i odmorišta, uređenje i opremanje plaža, uvođenje viših standarda sigurnosti te osiguravanje pristupa za osobe s invaliditetom.<br>2. Organizacija manjih događanja u manje korištenim obalnim zonama.<br>3. Standardizacija informativne i interpretacijske signalizacije duž obale.<br>4. Poticanje razvoja sadržaja za aktivni i rekreacijski turizam (SUP, kajak, ronjenje i sl.) kroz suradnju s privatnim sektorom. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: Općina; partneri: TZ, gospodarski subjekti | Općina; TZ; Županija, MRRFEU | fazno do 2029. |

# CILJ 3 - Uspostaviti učinkovit sustav upravljanja mobilnošću i turističkim tokovima

| MJERA 3.1 | Unaprijediti sustav upravljanja prometom i parkiranjem u vršnim razdobljima |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na uspostavu organiziranijeg i učinkovitijeg sustava upravljanja prometom i parkiranjem u razdobljima najvećeg sezonskog opterećenja. Naglasak je na izradi plana upravljanja prometom, uspostavi sustava mjerenja prometa i praćenja opterećenja ključnih parkirališnih zona, digitalnom informiranju o raspoloživosti parkirališta te boljoj regulaciji parkiranja i zadržavanja turističkih autobusa. Mjera uključuje i koordinaciju relevantnih dionika te planiranje i optimizaciju parkirališnih kapaciteta u skladu s prihvatnim kapacitetom prostora, kako bi se smanjila prometna opterećenja, povećala funkcionalnost destinacije, rasteretili najopterećeniji dijelovi naselja i unaprijedila kvaliteta boravka lokalnog stanovništva i posjetitelja. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Izrada Plana upravljanja prometom u vršnim mjesecima.<br>2. Uspostava sustava mjerenja prometa na glavnoj prometnici i ključnim parkiralištima.<br>3. Uvođenje kontrole u način parkiranja i zadržavanja turističkih autobusa.<br>4. Koordinacija dionika u upravljanju prometom tijekom turističke sezone.<br>5. Planirati i optimizirati parkirališne kapacitete u skladu s prihvatnim kapacitetom i prometnim rješenjima. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj: Općina; partneri: TZ, Hrvatske ceste, MUP, NP Paklenica i prijevoznici | Općina, TZ, Županija, MRRFEU | fazno do 2029. |

| MJERA 3.2 | Razviti održive oblike mobilnosti kompatibilne s identitetom aktivne destinacije |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na razvoj održivijih oblika kretanja koji mogu smanjiti prometna opterećenja, povećati dostupnost destinacije i biti usklađeni s identitetom Starigrada kao prostora aktivnog boravka. Naglasak je na organiziranju prijevoza između ključnih točaka, unapređenju biciklističke infrastrukture unutar naselja, iniciranju sezonske prigradske linije prema Zadru i zračnoj luci te provedbi edukativnih aktivnosti o odgovornom i održivom kretanju. Na taj se način potiče funkcionalnija, sigurnija i okolišno prihvatljivija mobilnost, smanjuje pritisak na najopterećenije dijelove naselja te doprinosi kvalitetnijem korištenju prostora za stanovnike i posjetitelje. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Poticati uspostavu organiziranog prijevoza između ključnih točaka u i izvan destinacije.<br>2. Unapređenje biciklističke infrastrukture unutar i između sva tri općinska naselja.<br>3. Doprinijeti unapređenju lokalnih autobusnih linija prema Zadru.<br>4. Provoditi edukativne kampanje o odgovornom i održivom kretanju u destinaciji. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: Općina; partneri: TZ, Zadarska županija, prijevoznici | Općina, TZ, Županija, MRRFEU, FZOEU | fazno do 2029. |

# CILJ 4 - Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude

| MJERA 4.1 | Unaprijediti kvalitetu, profesionalizaciju i strukturu smještajne ponude |
|---|---|
| | |
| **OPIS MJERE:** | Mjera je usmjerena na podizanje kvalitete, profesionalizacije i tržišne prepoznatljivosti smještaja u domaćinstvu, uz postupnu specijalizaciju ponude u skladu s identitetom Starigrada kao destinacije aktivnog turizma. Naglasak je na edukaciji iznajmljivača, savjetodavnoj podršci, primjeni standarda kvalitete i uključivanju u programe označavanja i promocije specijaliziranog smještaja. Mjera ujedno otvara prostor za razvoj organiziranijih oblika smještajne ponude, uključujući obiteljsko hotelijerstvo, transformaciju dijela postojećih kapaciteta te podršku inicijativama za razvoj novih kvalitetnih hotelskih sadržaja u skladu s prostornim planovima i razvojnim usmjerenjem destinacije. |
| | |
| **KLJUČNE AKTIVNOSTI:** | 1. Podrška projektima označavanja kvalitete obiteljskog smještaja „Welcome“ i “Vaš domaćin / Local Host”<br>2. Godišnji ciklus edukacija za iznajmljivače (digitalni marketing, upravljanje cijenama, iskustveni turizam)<br>3. Program savjetovanja za tematsku specijalizaciju objekata<br>4. Promocija specijaliziranog smještaja u domaćinstvu<br>5. Promotivna, savjetodavna i koordinacijska podrška modernizaciji postojećih te razvoju novih kvalitetnih hotelskih i kamping kapaciteta, u skladu s prostornim planovima, prihvatnim kapacitetima i infrastrukturnim mogućnostima destinacije<br>6. Podrška inicijativama za razvoj novih kvalitetnih hotelskih kapaciteta |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: TZ; partneri: Općina, TZ Zadarske županije, HTZ, strukovne organizacije i gospodarski subjekti | Općina, TZ, TZŽ | kontinuirano do 2029. |

| MJERA 4.2 | Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima |
|---|---|
| | |
| **OPIS MJERE:** | Mjera je usmjerena na jačanje međusobne suradnje, kvalitete usluge i zajedničkog djelovanja turističkih dionika u skladu s razvojnim smjerom destinacije. Naglasak je na uspostavi redovite komunikacije i koordinacije među dionicima, provedbi edukacija i radionica, poticanju održivih praksi i odgovornog korištenja prostora te snažnijem uključivanju lokalnih proizvoda u turističku i ugostiteljsku ponudu. Posebna se pozornost pritom usmjerava na jačanje svijesti o racionalnom korištenju vode i energije, pravilnom odvajanju i odlaganju otpada te promicanju obrazaca ponašanja koji pridonose očuvanju okoliša i kvaliteti života u destinaciji. Mjera uključuje i redovito praćenje zadovoljstva gostiju te povratno dijeljenje rezultata s dionicima, kako bi se kvaliteta usluge i ukupne ponude kontinuirano unapređivala na temelju stvarnih potreba i iskustava posjetitelja. Lokalni proizvodi u okviru ove mjere razmatraju se kroz edukaciju, koordinaciju i jačanje suradnje među dionicima, dok se razvoj i tržišna valorizacija konkretnih proizvoda i gastrodoživljaja provode u okviru mjere 5.3. |
| | |
| **KLJUČNE AKTIVNOSTI:** | 1. Uspostava redovitih koordinacijskih sastanaka turističkih dionika.<br>2. Organizacija edukacija, radionica i participativnih aktivnosti za lokalno stanovništvo, javni sektor i turističke dionike radi jačanja kompetencija i uključivanja u upravljanje razvojem turizma.<br>3. Provedba edukativnih i promotivnih aktivnosti za poticanje održivih praksi i odgovornog korištenja prostora (razvrstavanje otpada, smanjenje potrošnje resursa, očuvanje prirodnih vrijednosti).<br>4. Edukacije i koordinacija ugostitelja i lokalnih proizvođača radi snažnijeg uključivanja lokalnih proizvoda u ugostiteljsku ponudu.<br>5. Redovno istraživanje zadovoljstva gostiju i povratna prezentacija rezultata lokalnim dionicima. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj: TZ; partneri: Općina, turistički i ugostiteljski subjekti, udruge i obrazovne institucije | Općina, TZ, TZŽ | kontinuirano do 2029. |

# CILJ 5 - Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu

| MJERA 5.1 | Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na jačanje turističke aktivnosti u pred i posezoni kroz razvoj i promociju sadržaja usklađenih s identitetom Starigrada kao destinacije aktivnog turizma. Naglasak je na oblikovanju događanja i outdoor vikenda izvan vršnog ljetnog razdoblja, ciljanim promotivnim kampanjama prema tržištima kompatibilnima s takvom ponudom, poticanju dolaska organiziranih grupa te povezivanju manifestacija s višednevnim boravkom. Na taj se način nastoji produljiti sezona, povećati iskorištenost kapaciteta i stvoriti uravnoteženiji godišnji ritam turističkog prometa. Za razliku od mjere 1.3., naglasak nije na ukupnom međunarodnom pozicioniranju destinacije, nego na razvoju konkretnih sadržaja, događanja i organiziranih dolazaka izvan vršnog ljetnog razdoblja. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Razvoj novih događanja i outdoor vikend-paketa u pred i posezoni.<br>2. Ciljane digitalne kampanje za tržišta kompatibilna s pred i posezonom.<br>3. Program poticanja organiziranih grupa u pred i posezoni (planinarska društva, sportski klubovi, škole).<br>4. Integracija postojećih manifestacija i turističkih proizvoda s višednevnim boravkom u pred i posezoni. |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj: TZ; partneri: NP Paklenica, PP Velebit, organizatori događanja, udruge, klubovi i turističke agencije | Općina, TZ, TZŽ, HTZ, NP, PP | kontinuirano do 2029. |

| MJERA 5.2 | Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na produljenje boravka gostiju kroz razvoj sadržajnije, raznovrsnije i bolje povezane ponude unutar destinacije i šireg podvelebitskog prostora. Naglasak je na oblikovanju višednevnih itinerera, tematskih dana i kombiniranih aktivnosti koje povezuju planinski i obalni dio ponude, kao i na razvoju manjih edukativnih i iskustvenih sadržaja te suradnji s lokalnim proizvođačima i dionicima iz šire subregije. Mjera uključuje i promociju jednodnevnih izleta iz baze Starigrad, s ciljem da gost destinaciju doživi kao atraktivno mjesto boravka, ali i kao polazišnu točku za istraživanje šire regije. Outdoor aktivnosti uključuju se kao dio šireg programa boravka, dok se razvoj specijaliziranih outdoor programa provodi u okviru mjere 1.2. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Razvoj višednevnih itinerera koji produljuju boravak u destinaciji<br>2. Program tematskih dana (gastro, baština, outdoor, more)<br>3. Razvoj kombiniranih aktivnosti (planina – more)<br>4. Razvoj manjih edukativnih i iskustvenih radionica (lokalna gastronomija, tradicija)<br>5. Program suradnje s lokalnim proizvođačima šire subregije za organizirane posjete<br>6. Promocija dodatnih jednodnevnih izleta iz baze Starigrad u destinaciji i široj subregiji |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: TZ; partneri: turističke agencije, vodiči, pružatelji aktivnosti, smještajni objekti, lokalni proizvođači i partnerski TZ-ovi | TZ, Općina, TZŽ | kontinuirano do 2029. |

| MJERA 5.3 | Poticati razvoj i potrošnju turističkih proizvoda više dodane vrijednosti |
|---|---|
| | |
| OPIS MJERE: | Mjera je usmjerena na razvoj ponude koja stvara veću vrijednost po gostu kroz kvalitetnije, sadržajnije i autentičnije turističke proizvode, u skladu s identitetom destinacije i očuvanjem prostora i okoliša. Naglasak je na promociji lokalnih proizvoda šire subregije, razvoju tematskih gastro doživljaja povezanih s podvelebitskom baštinom, suradnji s ugostiteljima na oblikovanju iskustvenih večeri te jačanju suradnje lokalnih dionika u razvoju integriranih proizvoda. Mjera uključuje i praćenje procijenjene potrošnje po gostu, kako bi se učinci razvoja ponude više dodane vrijednosti mogli bolje razumjeti i usmjeravati. Takav pristup omogućuje rast vrijednosti turističke potrošnje bez oslanjanja isključivo na povećanje volumena, uz veće poštivanje prostora i resursa na kojima se atraktivnost destinacije temelji. Naglasak je na oblikovanju konkretnih proizvoda više dodane vrijednosti, povezivanju pružatelja ponude i povećanju turističke potrošnje, dok se razvoj kompetencija i opće suradnje među dionicima provodi u okviru mjere 4.2. |
| | |
| KLJUČNE AKTIVNOSTI: | 1. Promocija lokalnih proizvoda šire subregije (kroz sajmove, događanja, radionice)<br>2. Poticanje razvoja tematskih gastro doživljaja povezanih s podvelebitskom baštinom<br>3. Suradnja s ugostiteljima na razvoju iskustvenih sadržaja<br>4. Praćenje i analiza procijenjene potrošnje po gostu<br>5. Program poticanja uvođenja lokalnih proizvoda u ugostiteljsku ponudu.<br>6. Poticanje suradnje lokalnih dionika u razvoju integriranih proizvoda |
| | |

| NOSITELJ PROVEDBE I KLJUČNI PARTNERI: | IZVOR FINANCIRANJA: | ROK IZVRŠENJA |
|---|---|---|
| Nositelj/koordinator: TZ; partneri: partnerske turističke zajednice, ugostitelji, proizvođači i turističke agencije | Općina, TZ, TZŽ, MRRFEU, Mjere ruralnog razvoja | kontinuirano do 2029. |

# 6.6. Popis projekata

U nastavku je prikazan popis 19 projekata iz razvojnog portfelja Općine Starigrad i Turističke zajednice. Tri projekta utvrđena su kao projekti od posebnog značaja za razvoj destinacije te su radi preglednosti izdvojena od ostalih projekata.

## PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE

### PZ-1 - Izgradnja i opremanje vatrogasnog doma u Općini Starigrad

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: DA**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Izgradnja i opremanje vatrogasnog doma radi jačanja infrastrukturnih, materijalnih i operativnih kapaciteta DVD-a Starigrad - Paklenica. |
| **Opis projekta** | Projektom se osigurava odgovarajući prostor za rad i smještaj vatrogasnog društva te modernizira oprema potrebna za brže i učinkovitije intervencije. Uključuje izgradnju i opremanje doma, postavljanje punionice za električna vozila i provedbu edukativnih aktivnosti. Ulaganje povećava sigurnost stanovništva i posjetitelja, štiti turističku infrastrukturu i prirodne resurse te jača otpornost područja na požare, prirodne katastrofe i posljedice klimatskih promjena. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2024. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - izgrađena i opremljena zgrada vatrogasnog doma<br>- postavljena električna punionica automobila<br>- održane edukativne aktivnosti<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 2.046.990,75 EUR<br>Vlastito financiranje: 307.048,62 EUR<br>Mogući izvori financiranja: EFRR - Jačanje kapaciteta za protupožarnu zaštitu na brdsko-planinskim i potpomognutim područjima - faza 2 |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija: izrađen profil projekta. Projektna dokumentacija: izrađeni idejni i glavni projekt; lokacijska i građevinska dozvola nisu ishođene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.2 - Razviti i povezati planinske i obalne aktivnosti u integrirane višednevne outdoor programe<br>2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa |

### PZ-2 - Uređenje središnjeg obalnog pojasa u naselju Starigrad Paklenica

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: DA**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Rekonstrukcija i uređenje približno 700 metara središnjeg obalnog pojasa, uključujući šetnicu, pješačke, prometne i parkirališne površine. |
| **Opis projekta** | Projektom se sustavno rekonstruira i oblikovno ujednačava središnji obalni pojas kako bi odgovorio na potrebe stanovnika i posjetitelja za kretanjem, rekreacijom i boravkom uz more. Predviđeno je kameno popločenje obale, uređenje šetnice i pješačkih površina te jasnije razdvajanje pješačkih i kolnih tokova. Boljom organizacijom prometnih i parkirališnih površina unaprijedit će se pristup obali, sigurnost kretanja i funkcionalnost javnog prostora. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad  Lokacija: središnji obalni pojas naselja Starigrad Paklenica |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2029. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - Uređen središnji obalni pojas<br>- Poboljšana pristupačnost i sigurnost za posjetitelje<br>- Stvoreni uvjeti za rekreaciju, šetnju i društvena događanja<br>Rok ostvarenja: 2029. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 4.200.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 4.200.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture - Javni poziv za sufinanciranje izgradnje, sanacije i rekonstrukcije pomorskog dobra u općoj upotrebi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija: izrađen profil projekta. Projektna dokumentacija: izrađeni idejni i glavni projekt; građevinska dozvola je ishođena. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 3. Uspostaviti učinkovit sustav upravljanja mobilnošću i turističkim tokovima |

| | |
|---|---|
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona<br>3.1 - Unaprijediti sustav upravljanja prometom i parkiranjem u vršnim razdobljima<br>3.2 - Razviti održive oblike mobilnosti kompatibilne s identitetom aktivne destinacije |

## PZ-3 - Izgradnja vodovodne mreže Podvelebitski pravac

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: DA**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Izgradnja podsustava regionalnog vodoopskrbnog sustava radi poboljšanja vodoopskrbe Starigrada i omogućavanja priključenja naselja Tribanj. |
| **Opis projekta** | Podvelebitski pravac planiran je kao dio regionalnog vodoopskrbnog sustava zadarskog zaleđa koji prolazi primorjem podno Velebita. Projektom se osigurava pouzdanija i sigurnija opskrba pitkom vodom, unapređuje kvaliteta života stanovništva i stvaraju osnovni uvjeti za pružanje smještajnih, ugostiteljskih i drugih usluga. Ulaganje povećava otpornost sustava u razdobljima najveće potrošnje, ali daljnji razvoj turističkih kapaciteta mora ostati usklađen s raspoloživim kapacitetom vodne infrastrukture. |
| **Pokazatelji održivosti** | UVR-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Vodovod d.o.o. Lokacija: podvelebitski pravac, područje Općine Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2028. - 2030. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - izgrađena vodovodna mreža - Podvelebitski pravac<br>- stanovništvo priključeno na vodovodnu mrežu<br>Rok ostvarenja: 2030. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 10.000.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 1.000.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Europski fondovi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija nije izrađena. Projektna dokumentacija: izrađen glavni projekt; lokacijska i građevinska dozvola su ishođene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti (neizravan doprinos)<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude (neizravan doprinos) |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | - |

## PROJEKTI KOJI PRIDONOSE PROVEDBI MJERA POTREBNIH ZA DOPRINOS OSTVARENJU RAZVOJNOG SMJERA I POKAZATELJA ODRŽIVOSTI

## P-1 - Interpretacijski centar mora - 2. faza

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uređenje i opremanje vanjskog prostora Interpretacijskog centra mora te postavljanje edukativno-didaktičkih sadržaja o moru, ribarstvu i akvakulturi. |
| **Opis projekta** | Druga faza usmjerena je na stvaranje cjelovitog i privlačnog vanjskog prostora koji podupire osnovnu funkciju Centra: razumijevanje vrijednosti mora, morskog okoliša, ribarstva i akvakulture. Projekt uključuje uređenje i opremanje okoliša te postavljanje pet edukativno- didaktičkih panoa. Sadržaj je namijenjen lokalnoj zajednici i posjetiteljima, a pristupačno uređenje i interpretacija putem QR kodova i zvučnih sadržaja povećavaju uključivost i omogućuju kvalitetnije korištenje Centra različitim skupinama korisnika. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1; PD-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: Starigrad Paklenica |
| **Razdoblje provedbe** | 2025. - 2026. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - uređen i opremljen vanjski prostor Interpretacijskog centra mora .<br>- Postavljeno 5 edukativno-didaktičkih panoa.<br>- Izrađen digitalni letak.<br>Rok ostvarenja: 2026. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 126.352,81 EUR<br>Vlastito financiranje: 76.352,21 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Program za ribarstvo i akvakulturu 2021.-2027. |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija: izrađen profil projekta. Projektna dokumentacija: izrađen glavni projekt; zahvat se može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-2 - Uspostava i uređenje poučno-rekreacijskih staza u naselju Seline

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uređenje šumskih površina i uspostava poučno-rekreacijskih staza s edukativnim tablama, odmorištima, opremom za vježbanje i sadržajima za djecu. |
| **Opis projekta** | Projektom se uređuju sada teško prohodni šumski kompleksi u Selinama i pretvaraju u javno dostupan prostor za rekreaciju, edukaciju i boravak u prirodi. Staze će povezivati prirodne i krajobrazne vrijednosti s pratećom opremom za odmor, vježbanje i igru. Ulaganje proširuje infrastrukturu aktivnog turizma, stvara novi sadržaj za stanovnike i posjetitelje te omogućuje korištenje prostora tijekom većeg dijela godine uz očuvanje njegovih prirodnih obilježja. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: naselje Seline |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Uspostavljene edukativno rekreacijske staze s edukativnim tablama i odmorištima, te opremom za vježbanje i dječjim igralištem.<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 110.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 20.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Ministarstvo turizma i sporta - javni pozivi za razvoj turističke i sportske infrastrukture.<br>Ministarstvo kulture i medija - programi koji podupiru očuvanje kulturne i prirodne baštine.<br>Županijski proračun - potpore za razvoj turizma i rekreacijskih sadržaja. |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija nije izrađena. Projektna dokumentacija: izrađen idejni projekt; zahvat se može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.2 - Razviti i povezati planinske i obalne aktivnosti u integrirane višednevne outdoor programe<br>2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>5.1 - Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije |

## P-3 - Uređenje Trga Stjepana Radića

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Rekonstrukcija i uređenje trga s urbanom opremom, zelenilom te prostorom za okupljanja, kulturne programe i manifestacije. |
| **Opis projekta** | Projektom se uređuje siguran, funkcionalan i estetski kvalitetan javni prostor namijenjen stanovnicima i posjetiteljima. Zelenim površinama, drvećem, grmljem i cvjetnim gredicama poboljšat će se mikroklima i kvaliteta urbanog okoliša, dok će urbana oprema omogućiti odmor i druženje. Trg će dobiti i jasniju društvenu i programsku funkciju kao mjesto manjih kulturnih, društvenih i turističkih događanja, uključujući aktivnosti izvan vršnog ljetnog razdoblja. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: Trg Stjepana Radića, Starigrad Paklenica |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2027. |

| | |
|---|---|
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | rekonstruiran i uređen trg s urbanom opremom, zelenilom i prostorom za manifestacije i okupljanja.<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 300.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 60.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Europski fondovi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija nije izrađena. Projektna dokumentacija: izrađen idejni projekt; lokacijska dozvola je ishođena. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-4 - Parking Jaz

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uređenje parkirališta s označenim mjestima, rasvjetom, hortikulturnim uređenjem te pješačkim i biciklističkim vezama prema okolnim sadržajima. |
| **Opis projekta** | Projektom se osigurava siguran, funkcionalan i pristupačan prostor za parkiranje na lokaciji povezanoj s turističkim, kulturnim i ugostiteljskim sadržajima. Uređeno parkiralište smanjit će nepropisno parkiranje, prometna zagušenja i vrijeme traženja slobodnog mjesta, osobito tijekom glavne sezone. Zelene površine te povezanost s pješačkim i biciklističkim pravcima trebaju povećati kvalitetu prostora i potaknuti nastavak kretanja bez automobila. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad  Lokacija: Jaz, Starigrad Paklenica |
| **Razdoblje provedbe** | 2028. - 2028. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | uređeno parkiralište s označenim mjestima, rasvjetom i hortikulturnim uređenjem.<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 150.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 30.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Europski fondovi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija nije izrađena. Projektna dokumentacija: izrađen idejni projekt. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 3. Uspostaviti učinkovit sustav upravljanja mobilnošću i turističkim tokovima |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 3.1 - Unaprijediti sustav upravljanja prometom i parkiranjem u vršnim razdobljima<br>3.2 - Razviti održive oblike mobilnosti kompatibilne s identitetom aktivne destinacije |

## P-5 - Uspostava tržnice u naselju Starigrad Paklenica

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uspostava uređene i pristupačne tržnice za prodaju lokalne hrane, poljoprivrednih proizvoda, rukotvorina i drugih proizvoda povezanih s lokalnim identitetom. |
| **Opis projekta** | Projektom se stvara prepoznatljiv javni prostor koji povezuje lokalne proizvođače, obrtnike, stanovnike, ugostitelje i posjetitelje. Tržnica će uključivati zelene i druge okolišno prihvatljive elemente, osigurati prostor za prodaju lokalnih proizvoda te omogućiti održavanje sajmova, predstavljanja proizvođača i manjih kulturnih programa. Ulaganje potiče lokalnu ekonomiju, povećava vidljivost lokalne gastronomije i rukotvorina te omogućuje da veći dio turističke potrošnje ostane u lokalnoj zajednici. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad  Lokacija: naselje Starigrad Paklenica |
| **Razdoblje provedbe** | 2028. - 2028. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - uspostavljena tržnica<br>- povećana dostupnost lokalnih proizvoda i turističke ponude<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 200.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 40.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ribarstva |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska i projektna dokumentacija nisu izrađene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 4.2 - Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima<br>5.3 - Poticati razvoj i potrošnju turističkih proizvoda više dodane vrijednosti |

## P-6 - Obnova Večke kule

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Zaštita, konzervacija i konstrukcijska sanacija Večke kule radi očuvanja kulturnog dobra te omogućavanja sigurnog i edukativnog posjeta. |
| **Opis projekta** | Projekt obuhvaća sanaciju oštećenja, stabilizaciju konstrukcije i provedbu konzervatorskih mjera potrebnih za dugoročnu zaštitu Večke kule. Uređenjem pristupa i odgovarajućom interpretacijom kula se uključuje u organiziranu kulturno-turističku ponudu i može postati dio tematskih ruta koje povezuju baštinu, krajobraz i lokalne priče. Obnova čuva važan simbol lokalnog identiteta, povećava sigurnost posjetitelja i stvara autentičan sadržaj koji se može posjećivati izvan ljetne kupališne sezone. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1; TI-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad  Lokacija: Večka kula, područje Općine Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2029. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - sanirano i zaštićeno kulturno dobro<br>- poboljšana sigurnost i pristupačnost za posjetitelje<br>- promocija kulturnog turizma i lokalnog identiteta<br>Rok ostvarenja: 2026. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 500.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 100.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Ministarstvo kulture i medija RH - kroz javne pozive za zaštitu i očuvanje kulturnih dobara, konzervatorske radove i obnovu spomenika.<br>Ministarstvo turizma i sporta - programi razvoja kulturnog turizma i valorizacije baštine |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska dokumentacija nije izrađena. Projektna dokumentacija: izrađen glavni projekt; zahvat se može graditi prema Pravilniku o jednostavnim i drugim građevinama i radovima. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-7 - Uspostava infrastrukture u ugostiteljsko-turističkoj zoni Pod Bucića Podi

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Izgradnja i uređenje pristupnih cesta, javne rasvjete, pješačkih staza, odvodnje, parkirališta i priključaka na komunalnu infrastrukturu unutar zone. |
| **Opis projekta** | Projektom se stvaraju osnovni infrastrukturni preduvjeti za siguran i organiziran razvoj ugostiteljskih i turističkih sadržaja u zoni Pod Bucića Podi. Ulaganje obuhvaća prometnu, pješačku, komunalnu i prateću infrastrukturu potrebnu za buduće investicije. Očekivani rezultat je funkcionalno opremljen prostor koji može privući kvalitetnije sadržaje i dodatne usluge, uz obvezu da se budući razvoj uskladi s raspoloživim infrastrukturnim mogućnostima i prihvatnim kapacitetima destinacije. |

| | |
|---|---|
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: ugostiteljsko-turistička zona Pod Bucića Podi |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - Uspostavljena pristupna cesta i pješačke staze<br>- Izgrađena funkcionalna vodovodna mreža<br>- Postavljena javna rasvjeta i uređen okoliš<br>- Omogućeni priključci za buduće ugostiteljske i turističke objekte<br>- Zona spremna za korištenje i privlačenje investicija<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 1.500.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 300.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Europski fondovi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska i projektna dokumentacija nisu izrađene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-8 - Zelena rekreativna zona

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uređenje zelene rekreativne zone iznad naselja s vidikovcima, pješačkim stazama, odmorištima te informativnim i edukativnim sadržajima. |
| **Opis projekta** | Projektom se uređuje prostor za rekreaciju i boravak u prirodi koji povezuje obalni i podvelebitski dio destinacije. Predviđeni su pristupne staze, vidikovci, klupe, odmorišta i informativni paneli, uz unapređenje sigurnosti i dostupnosti prostora. Zona će stanovnicima osigurati dodatni javni rekreacijski sadržaj, a posjetiteljima novi motiv za istraživanje prostora izvan obale. Budući da su aktivnosti na otvorenom posebno privlačne u proljeće i jesen, projekt podupire i razvoj ponude izvan glavne sezone. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: područje Općine Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2028. - 2028. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - Uređeni vidikovci s pristupnim stazama<br>- Postavljena odmorišta, klupe i informativni paneli<br>- Povećana sigurnost i pristupačnost<br>- Obogaćena turistička i rekreativna ponuda destinacije<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 450.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 90.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Europski fondovi |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska i projektna dokumentacija nisu izrađene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.2 - Razviti i povezati planinske i obalne aktivnosti u integrirane višednevne outdoor programe<br>2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>5.1 - Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-9 - Uređenje postojećeg vanjskog sportskog igrališta u Tribnju

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Uređenje i opremanje igrališta u Tribnju modernim i sigurnim spravama, urbanom opremom i pratećom infrastrukturom. |
| **Opis projekta** | Projektom se u Tribnju uređuje siguran i pristupačan prostor za igru, rekreaciju i druženje djece i obitelji. Nova oprema i prateća infrastruktura povećat će kvalitetu života lokalne zajednice te dopuniti postojeću turističku i kupališnu ponudu sadržajem za aktivno provođenje slobodnog vremena. Ulaganje je posebno važno za obiteljske goste i za dio Općine koji raspolaže manjim brojem javnih i turističkih sadržaja. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-1; ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad Lokacija: Tribanj |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | - Uređeno i opremljeno igralište<br>- Postavljena urbana oprema i prateća infrastruktura<br>- siguran i inkluzivan prostor za djecu i obitelji<br>- Povećanje atraktivnosti destinacije i zadovoljstva posjetitelja<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 117.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 20.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine - Javni poziv za sufinanciranje projekata gradova i općina u 2026. godini. |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | Studijska i projektna dokumentacija nisu izrađene. |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona |

## P-10 - Komunikacijska strategija

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Izrada komunikacijske strategije, novog vizualnog identiteta te redizajn postojećih i izrada novih destinacijskih komunikacijskih i marketinških materijala. |
| **Opis projekta** | Projekt uključuje definiranje komunikacijskog okvira koji povezuje Velebit, more, outdoor aktivnosti i podvelebitsku autentičnost u jedinstven identitet destinacije. Predviđeni su redefiniranje komunikacijskih alata, izrada standarda vizualnog identiteta, nova mrežna stranica te razvoj brošura, fotografija, videosadržaja i drugih materijala usklađenih s regionalnim brendom. Dosljednija komunikacija treba povećati prepoznatljivost destinacije, unaprijediti informiranje posjetitelja i lokalnih dionika te podupriječi tržišne aktivnosti izvan glavne sezone. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1; SPD-2; STP-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2029. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Izrađena komunikacijska strategija, izrađen novi vizualni identitet sa standardima primjene, izrađena nova internetska stranica, izrađena nova destinacijska brošura, obnovljena baza foto i video materijala<br>Rok ostvarenja: 2029. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 100.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 60.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun, EU |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude |

| | |
|---|---|
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.1 - Unaprijediti i strukturirati brend destinacije kao integrirane outdoor destinacije planine i mora<br>1.3 - Ojačati međunarodnu vidljivost i specijaliziranu tržišnu prepoznatljivost destinacije u outdoor segmentu |

## P-11 - Rekonstrukcija sustava smeđe i turističke signalizacije

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Planiranje, izrada, postavljanje i održavanje obnovljenog sustava smeđe i turističke signalizacije na području Općine Starigrad. |
| **Opis projekta** | Projektom se rekonstruira postojeći sustav označavanja kako bi se posjetiteljima olakšalo snalaženje, povećala vidljivost atrakcija i osigurao sigurniji dolazak do prirodnih, kulturnih i rekreacijskih sadržaja. Jasnija signalizacija može usmjeravati posjetitelje prema manje poznatim lokalitetima, smanjiti neorganizirano kretanje i rasteretiti najposjećenije zone. Uređen sustav informiranja pridonosi i zaštiti osjetljivih lokaliteta te kvalitetnijem ukupnom iskustvu boravka u destinaciji. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | izrađena potrebna dokumentacija, izrađena i postavljena smeđa i turistička signalizacija<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 50.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 40.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 3. Uspostaviti učinkovit sustav upravljanja mobilnošću i turističkim tokovima<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona<br>3.2 - Razviti održive oblike mobilnosti kompatibilne s identitetom aktivne destinacije |

## P-12 - Zelena i digitalna rješenja u interpretaciji atrakcija

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Razvoj i primjena digitalnih i interaktivnih alata za interpretaciju prirodnih lokaliteta, kulturne baštine te posjetiteljskih i turističko-informativnih centara. |
| **Opis projekta** | Projekt predviđa uporabu virtualne i proširene stvarnosti, QR kodova, interaktivnih panoa i drugih suvremenih alata za predstavljanje destinacijskih atrakcija. Digitalni sadržaji povećat će vidljivost manje poznatih lokaliteta, omogućiti posjetiteljima samostalno planiranje obilaska i obogatiti iskustvo posjeta. Istodobno omogućuju redovito ažuriranje informacija i kvalitetniju interpretaciju bez nepotrebnog opterećivanja osjetljivih prostora dodatnom fizičkom infrastrukturom. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2028. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Nabavljeni uređaji te izrađen i/ili uspostavljen sadržaj za interpretaciju atrakcija<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 150.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 100.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun, EU |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona |

## P-13 - Paklenica Outdoor

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Daljnji razvoj aktivnog i pustolovnog turizma kroz pješačenje i planinarenje, penjanje, biciklizam, kajakarenje te povezivanje infrastrukture, događanja i usluga u proizvode i pakete. |
| **Opis projekta** | Projekt obuhvaća planiranje, projektiranje, uređenje i opremanje staza, ruta, odmorišta, vidikovaca i drugih sadržaja povezanih s outdoor ponudom. Uz infrastrukturne zahvate predviđeni su tematska događanja, marketinške aktivnosti i povezivanje vodiča, smještaja i drugih usluga u cjelovite turističke proizvode. Projekt treba dodatno učvrstiti specijalizaciju destinacije, usmjeriti posjetitelje prema širem prostoru Općine, potaknuti dulji boravak i povećati turistički promet u predsezoni i posezoni. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1; OUP-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2030. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Obnovljene postojeće te uspostavljene nove tematske staze i rute, unaprijeđena infrastruktura (staze, odmorišta, vidikovci, oznake, karte), obogaćena paleta outdoor događanja najmanje jednim novim sadržajem, povećana vidljivost outdoor ponude u destinaciji<br>Rok ostvarenja: 2030. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 150.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 100.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun EU |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 2. Unaprijediti i osigurati ravnomjerniju prostornu raspodjelu turističkih aktivnosti<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.2 - Razviti i povezati planinske i obalne aktivnosti u integrirane višednevne outdoor programe<br>2.1 - Unaprijediti turističku aktivaciju i valorizaciju podvelebitskog zaleđa<br>2.2 - Poboljšati funkcionalnu i doživljajnu kvalitetu obalnih zona<br>4.2 - Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima<br>5.1 - Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

## P-14 - Okusi baštinu

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Nastavak razvoja autohtone gastronomske ponude i običaja južnog Velebita kroz edukacije, tematske programe i događanja te marketinške aktivnosti. |
| **Opis projekta** | Projekt povezuje lokalnu gastronomiju, proizvode, običaje i kulturnu baštinu u suvremene i prepoznatljive turističke sadržaje. Edukacijama i suradnjom proizvođača, ugostitelja i drugih dionika lokalna baština uključuje se u organizirane gastroprograme i iskustva, umjesto da ostane skup nepovezanih elemenata ponude. Tematska događanja i promocija trebaju povećati kvalitetu ponude, potaknuti potrošnju na lokalne proizvode te ojačati turistički promet izvan glavne sezone. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2028. |

| | |
|---|---|
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Uspostavljen kalendar gastro i tradicijskih događanja u destinaciji, izrađena tematska brošura u formi uporabnog suvenira, očuvana i promovirana maritimna baština<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 80.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 20.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun, EU |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 4.2 - Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima<br>5.1 - Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava<br>5.3 - Poticati razvoj i potrošnju turističkih proizvoda više dodane vrijednosti |

## P-15 - Priroda u fokusu

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Jačanje zelenog identiteta destinacije, svijesti o zaštićenim područjima i suradnje s ustanovama koje njima upravljaju kroz edukacije, događanja, vidljivost i promociju. |
| **Opis projekta** | Projekt snažnije povezuje identitet destinacije s Nacionalnim parkom Paklenica, Parkom prirode Velebit, područjima Natura 2000 i UNESCO vrijednostima. Predviđene su edukacije i prezentacije za lokalnu zajednicu, promotivni i informativni elementi, tematska događanja te zajedničke aktivnosti s javnim ustanovama koje upravljaju zaštićenim područjima. Cilj je unaprijediti razumijevanje važnosti očuvanja prirode, podići kvalitetu interpretacije i iskustva posjetitelja te privući goste u proljeće i jesen. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: TZO Starigrad  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2027. - 2028. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Izrađeni i postavljeni elementi vidljivosti i promocije zaštićenih područja (oznake, panoi, plakati), provedena kampanja za lokalno stanovništvo, održana tematska događanja, ojačana suradnja sa javnim ustanovama zaštićenih područja<br>Rok ostvarenja: 2028. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 50.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 20.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun, EU, javne ustanove |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 1. Učvrstiti i diferencirati tržišnu poziciju Općine kao destinacije aktivnog turizma<br>Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 1.1 - Unaprijediti i strukturirati brend destinacije kao integrirane outdoor destinacije planine i mora<br>4.2 - Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima<br>5.1 - Unaprijediti razvoj i promociju programa pred i posezone usklađenih s identitetom aktivne destinacije |

## P-16 - Interpretacijski centar mora - 3. faza

**PROJEKT OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE: NE**

| | |
|---|---|
| **Predmet projekta** | Dovršetak interpretacijsko-izložbenog postava u unutarnjem i vanjskom prostoru Centra te uspostava edukativnih, kulturnih i drugih tematskih programa. |
| **Opis projekta** | Treća faza obuhvaća dovršetak i postavljanje sadržaja posvećenih maritimnoj baštini prostora Jadransko-velebitskog kanala, Novigradskog i Karinskog mora. Općina Starigrad zadužena je za uređenje i opremanje prostora, dok TZO Starigrad razvija interpretacijski postav i organizira rad Centra. Cjelogodišnji edukativni i kulturni programi obogatit će turističku ponudu, omogućiti kvalitetan sadržaj u nepovoljnim vremenskim uvjetima te potaknuti dulji boravak i korištenje dodatnih lokalnih usluga. |
| **Pokazatelji održivosti** | ZL-2; ZT-1; PD-1 |
| **Nositelj i lokacija provedbe** | Nositelj: Općina Starigrad (nositelj); TZO Starigrad (partner zadužen za postav i rad Centra)  Lokacija: Općina Starigrad |
| **Razdoblje provedbe** | 2026. - 2027. |
| **Ključne točke ostvarenja i rokovi** | Dovršen i funkcionalan objekt sa interpretacijskim sadržajem na temu maritimne baštine i uspostavljenim programom tematskih događanja kao mjesto učenja i druženja za lokalno stanovništvo i turiste<br>Rok ostvarenja: 2027. |
| **Vrijednost i financiranje** | Ukupna procijenjena vrijednost: 50.000,00 EUR<br>Vlastito financiranje: 25.000,00 EUR<br>Mogući izvori financiranja: Sustav HTZ, državni proračun, EU |
| **Status studijske/projektne dokumentacije** | NP |
| **Ciljevi Plana kojima doprinosi** | Cilj 4. Povećati razinu profesionalizacije i kvalitete turističke ponude<br>Cilj 5. Smanjiti sezonalnu koncentraciju i povećati ekonomsku vrijednost turizma po gostu |
| **Mjere Plana kojima doprinosi** | 4.2 - Poboljšati razinu usluge i suradnje među turističkim dionicima<br>5.2 - Povećati prosječnu duljinu boravka kroz razvoj dodatnih sadržaja i iskustava |

# SMJERNICE I PREPORUKE ZA UPRAVLJANJE RAZVOJEM DESTINACIJE

07

# 7.1. Smjernice i preporuke za Općinu Starigrad

Uloga Općine ključna je u osiguravanju prostorno-planskih, infrastrukturnih i upravljačkih preduvjeta za održivi razvoj turizma, usklađen s potrebama lokalne zajednice, prihvatnim kapacitetom prostora i dugoročnim očuvanjem resursa.

## Upravljanje razvojem i prostorno planiranje

## Preporučuje se:

- **unaprijediti rješavanje imovinsko-pravnih odnosa kao preduvjeta za realizaciju razvojnih i investicijskih projekata**
  Radi se o jednom od temeljnih preduvjeta za provedbu velikog dijela razvojnih zahvata predviđenih ovim Planom, osobito onih koji se odnose na uređenje javnih prostora, razvoj sportsko-rekreativne infrastrukture, unapređenje obalnih i zaleđnih sadržaja te podizanje kvalitete turističke i komunalne infrastrukture. Preporuka izravno proizlazi iz ciljeva koji se odnose na ravnomjerniju prostornu raspodjelu aktivnosti, kvalitetu ponude i održivi rast vrijednosti turizma. Važno je naglasiti da je problematika imovinsko-pravnih odnosa često uvjetovana širim pravnim, institucionalnim i povijesnim okolnostima koje opterećuju brojne JLS-ove. Upravo zato je važno da Općina ovo pitanje prepozna kao razvojni prioritet i sustavno ga rješava, jer bez toga mnoge mjere iz Plana ostaju teško provedive ili se provode sporije i parcijalno.

- **osigurati kontinuitet strateškog planiranja kroz izradu i provedbu razvojnih dokumenata i projekata te integraciju Plana upravljanja u lokalne razvojne i provedbene akte Općine**
  Vizija uravnoteženog razvoja koji uvažava potrebe lokalne zajednice i dugoročno očuvanje prostora pretpostavlja da se turistički razvoj promatra kao sastavni dio šireg razvoja Općine, a ne kao izdvojeno sektorsko pitanje. Stoga je važno osigurati kontinuitet strateškog planiranja kroz izradu razvojnih projekata i dokumenata koji će omogućiti operativnu provedbu ciljeva i mjera iz ovog Plana, osobito u segmentima infrastrukture, društvenih sadržaja, zaštite prostora i investicijske pripreme. Pritom je posebno važno da se smjernice, prioriteti i razvojna usmjerenja definirana ovim Planom postupno ugrađuju u lokalne razvojne i provedbene dokumente Općine, kako bi se osigurala njihova stvarna primjena i dugoročna provedivost.

- **usmjeravati razvoj prema projektima koji doprinose kvaliteti ponude, produženju sezone i održivom korištenju prostora**
  Razvoj Općine se ne treba temeljiti na nekontroliranom rastu volumena, nego na povećanju kvalitete, vrijednosti i funkcionalnosti turističke ponude. Ovo je izravno povezano s vizijom vodeće destinacije aktivnog turizma, ali i s ciljevima koji se odnose na tržišno pozicioniranje, kvalitetu ponude, prostornu ravnotežu i smanjenje sezonalne koncentracije. To u praksi znači da bi prioritet trebali imati projekti koji diversificiraju ponudu, povećavaju kvalitetu boravka, produžuju korištenje destinacije izvan vršnih ljetnih mjeseci i pritom poštuju osjetljivost prostora i potrebe lokalne zajednice.

- **uspostaviti i jačati koordinacijski mehanizam za usklađivanje prostornog, komunalnog i turističkog razvoja destinacije**
  Plan upravljanja pokazuje da je za razvoj turizma u Općini Starigrad važna suradnja prostornog planiranja, komunalnog razvoja, upravljanja prometom, razvoja turističke infrastrukture i zaštite prostora. Ta je potreba dodatno naglašena činjenicom da se cijelo područje Općine nalazi unutar PP Velebit, dok se unutar njezina prostora nalazi i NP Paklenica, što stvara složen sustav preklapajućih nadležnosti, razvojnih interesa i upravljačkih odgovornosti. Stoga se preporučuje da Općina uspostavi trajni koordinacijski mehanizam ili povremeno radno tijelo koje bi okupljalo ključne dionike relevantne za razvoj i upravljanje prostorom, uključujući predstavnike Općine, TZ-a, javnih ustanova zaštićenih područja, komunalnih

subjekata i drugih nadležnih institucija. Takvo tijelo moglo bi periodično razmatrati razvojne projekte, usklađivati planirane zahvate, pratiti provedbu prioriteta iz Plana upravljanja te zajednički rješavati uočene probleme.

## Infrastruktura i prostor

## Preporučuje se:

- **prioritetno poticati ulaganja u sustave odvodnje i vodoopskrbe, uz posebno praćenje provedbe projekata vezanih uz novo vodoopskrbno područje i aglomeraciju**

  Kvaliteta i kapacitet komunalne infrastrukture predstavljaju temeljni preduvjet za daljnji razvoj Općine, a osobito za održivi razvoj turizma. Ovdje pitanje odvodnje i vodoopskrbe nije samo komunalno, nego jedno od ključnih razvojnih ograničenja koje izravno utječe na kvalitetu života stanovništva, mogućnost realizacije investicija i očuvanje prostora. To je osobito važno u destinaciji koja se gotovo u cijelosti nalazi unutar zaštićenih prirodnih područja te svoj identitet i tržišnu prepoznatljivost gradi na očuvanoj prirodi i aktivnom turizmu. Činjenica da na području Općine ne postoji sustav javne odvodnje te da pojedini dijelovi Općine (Tribanj i sjeverni dijelovi naselja Starigrad) nemaju izgrađenu vodovodnu mrežu predstavlja veliko ograničenje ne samo za turistički razvoj, nego i za svakodnevni život i budući razvoj naselja. Razvoj i modernizacija sustava vodoopskrbe i odvodnje primarno su infrastrukturna ulaganja usmjerena unapređenju kvalitete života lokalnog stanovništva, a ne turistički projekti u provedbenoj nadležnosti Turističke zajednice. Ipak, raspoloživost te infrastrukture izravno utječe na prihvatni kapacitet destinacije, zbog čega daljnji razvoj turističkih kapaciteta treba uskladiti s dinamikom njezina unapređenja. U tom smislu, rješavanje pitanja odvodnje i vodoopskrbe mora se promatrati kao jedan od najviših razvojnih prioriteta. Iako se radi o ulaganjima koja višestruko nadilaze financijske mogućnosti Općine te su u nadležnosti javnih tvrtki i drugih razina upravljanja, upravo je zato važno da Općina zauzme snažnu zagovaračku i koordinacijsku ulogu te kontinuirano inzistira na pripremi i provedbi ključnih projekata. Bez rješavanja ovih pitanja nije realno očekivati puno ostvarenje razvojnih ciljeva i mjera iz ovog Plana kroz dulji period.

- **unaprijediti sustav gospodarenja otpadom i recikliranja, uz snažniji naglasak na edukaciju, smanjenje opterećenja prostora i očuvanje kvalitete okoliša**

  U destinaciji koja se pozicionira kao prostor očuvane prirode, aktivnog boravka i visoke kvalitete okoliša, sustav prikupljanja, odvajanja i zbrinjavanja otpada ima izravni utjecaj na kvalitetu života stanovništva, turistički doživljaj i očuvanje resursa. Preporuka izravno proizlazi iz vizije dugoročnog očuvanja prostora i ciljeva usmjerenih na održivost, kvalitetu ponude i odgovorno korištenje prostora. Osim infrastrukturnih i organizacijskih rješenja, važno je kontinuirano provoditi edukativne aktivnosti usmjerene prema stanovništvu, turističkim dionicima i posjetiteljima, kako bi se smanjili negativni učinci sezonskog opterećenja, ojačala kultura odgovornog odnosa prema prostoru, ali i doprinijelo ciljevima iz Europskog zelenog plana na koje se obvezala i RH.

- **unaprijediti sigurnost i funkcionalnost lokalnog prometnog sustava te poticati bolju povezanost s regionalnim centrima**

  U slučaju Općine Starigrad, državna cesta D8 predstavlja posebno osjetljivo razvojno pitanje jer cijelom dužinom prolazi kroz središnje dijelove obalnih naselja te ih u prostornom, funkcionalnom i doživljajnom smislu dijeli na dva dijela. Time se Općina razlikuje od većine drugih obalnih destinacija, gdje magistrala najčešće prolazi iznad naseljenih zona i ima manji izravan utjecaj na svakodnevni život i boravak u središtu mjesta. Iako je izgradnjom autoceste intenzitet prometa na D8 znatno smanjen u odnosu na ranije razdoblje, njezin utjecaj na sigurnost, buku, kvalitetu javnog prostora i povezanost dijelova naselja i dalje je vrlo značajan. Preporuka je stoga izravno povezana s ciljevima upravljanja mobilnošću, ravnomjernije prostorne raspodjele aktivnosti i očuvanja kvalitete života lokalne zajednice. Unapređenje prometnog sustava ne treba promatrati samo kao tehničko pitanje, nego kao važan element uravnoteženog razvoja

destinacije, osobito u prostoru u kojem prometna funkcija dolazi u neposredan doticaj s turističkim, društvenim i boravišnim sadržajima. Posebno je važno, u suradnji s nadležnim tijelima i upraviteljima prometne infrastrukture, planirati mjere kojima će se smanjiti negativan utjecaj D8 na naselja i javni prostor. One uključuju usporavanje prometa, uređenje dodatnih sigurnih pješačkih prijelaza, smanjenje buke, sustavno zazelenjavanje trase kroz naseljena područja te uređenje i unapređenje funkcionalnosti i sigurnosti autobusnih stajališta i ugibališta u središtima naselja. Autobusna stajališta trebaju omogućiti sigurno čekanje, ulazak i izlazak putnika, odgovarajuću zaštitu od vremenskih uvjeta, dobru preglednost i siguran pješački pristup. Jednako je važno buduće trgovačke, servisne i druge sadržaje koji generiraju dodatni promet, koliko god je moguće, usmjeravati izvan najopterećenijih dijelova uz D8. Time bi se smanjio pritisak na središnje zone naselja te povećale sigurnost i kvaliteta života i boravka. Povezanost između naselja unutar Općine i prema regionalnim centrima potrebno je poboljšavati u okviru stvarnih nadležnosti i raspoloživih mogućnosti Općine. Ovisno o financijskim i organizacijskim mogućnostima, mogu se razmotriti i sezonske linije, prijevoz na zahtjev, lokalne kružne linije ili drugi oblici povezivanja najvažnijih naselja, turističkih zona i polazišta prema Nacionalnom parku Paklenica.

- **razvijati sustave upravljanja prometom i parkiranjem, osobito u vršnim razdobljima, uključujući pametna rješenja za upravljanje parkiralištima i prometom u mirovanju**

  U destinaciji koja bilježi izražena sezonska opterećenja, upravljanje prometom i parkiranjem više ne može ostati na razini ad hoc intervencija, nego mora postati sustavno organizirana funkcija. Posebno je važno razvijati rješenja koja omogućuju bolje usmjeravanje vozila, smanjenje zagušenja i učinkovitije korištenje raspoloživih parkirališnih kapaciteta, uključujući uređenje i jasno označavanje parkirališnih mjesta, osobito u središtima naselja, uz plaže i druge najopterećenije zone, uvođenje sustava nadzora popunjenosti parkirališta s digitalnim displejima te razvoj sustava naplate parkiranja koji istodobno štiti interese lokalnog stanovništva, primjerice kroz povlaštene parkirališne karte. Istodobno, biciklističku i pješačku infrastrukturu potrebno je promatrati i razvijati kao važan alat prometnog rasterećenja, a ne samo kao rekreacijsku i turističku infrastrukturu. Takva rješenja doprinose ne samo prometnoj funkcionalnosti, nego i kvaliteti turističkog iskustva, manjem pritisku na najopterećenije dijelove naselja te boljoj organizaciji prostora u cjelini.

- **ulagati u uređenje javnih prostora poput šetnica, trgova, plaža, vidikovaca i drugih boravišnih zona, uz podizanje njihove funkcionalnosti i kvalitete doživljaja**

  Uređeni, funkcionalni i identitetski oblikovani javni prostori važan su element konkurentnosti destinacije i kvalitete života lokalne zajednice. Ova preporuka izravno je povezana s vizijom destinacije kao prostora u kojem se planina i more nadopunjuju u cjelovit doživljaj, ali i s ciljevima koji se odnose na ravnomjerniju raspodjelu aktivnosti, podizanje kvalitete ponude i produljenje boravka. Iako se razvojna vizija Općine snažno oslanja na aktivni turizam i integraciju planinskog i obalnog segmenta, more, sunce i plaže i dalje predstavljaju glavni motiv dolaska velikog dijela posjetitelja. Upravo zato podizanje razine uređenosti, opremljenosti i funkcionalnosti plaža i obalnih zona kao i trgova, parkova i sl. treba promatrati kao jedan od ključnih prioriteta daljnjeg turističkog razvoja. Javne površine u turističkoj destinaciji nisu samo servisni prostori, nego mjesta doživljaja, boravka, susreta i svakodnevnog života. Njihovo kvalitetno oblikovanje i održavanje izravno utječe na percepciju destinacije, raspodjelu posjetitelja u prostoru i sposobnost destinacije da ponudi ugodno i funkcionalno okruženje tijekom cijele godine.

- **osigurati razvoj sportsko-rekreativne i društvene infrastrukture prilagođene kapacitetu destinacije i potrebama lokalnog stanovništva**

  S obzirom na razvojno usmjerenje prema aktivnom turizmu, sportsko-rekreativna infrastruktura predstavlja važan razvojni resurs ne samo za posjetitelje, nego i za lokalnu

zajednicu. Posebno je važno da se razvoj takvih sadržaja planira u skladu s kapacitetom destinacije i svakodnevnim potrebama stanovništva, kako bi oni imali višestruku funkciju: turističku, društvenu i razvojnu. Izgradnja sportskih terena, kao i zatvorenih ili natkrivenih prostora za sport i rekreaciju, ključna je za dugoročno jačanje identiteta destinacije kao prostora aktivnog turizma. U tom smislu, osim jačanja vlastitih investicija, kod planiranja budućih hotelskih i drugih većih turističkih zahvata preporučuje se razmotriti mogućnost da se kroz uvjete razvoja potakne i izgradnja sportsko-rekreativne infrastrukture dostupne ne samo gostima pojedinog objekta, nego i široj zajednici. Time bi se pridonijelo izbjegavanju modela zatvorenih resorta s infrastrukturom namijenjenom isključivo vlastitim gostima te potaknulo stvaranje sadržaja koji imaju širu razvojnu i društvenu vrijednost za destinaciju u partnerstvu s privatnim investitorima.

- **poticati inkluzivnost i pristupačnost u svim infrastrukturnim projektima, osobito u odnosu na osobe s invaliditetom i smanjene pokretljivosti**

  Pristupačnost i inkluzivnost nisu dodatna vrijednost, nego sastavni dio kvalitetnog i odgovornog razvoja destinacije. Pri planiranju i izvedbi infrastrukturnih projekata moralo bi se voditi računa o mogućnosti korištenja prostora od strane osoba s invaliditetom, smanjene pokretljivosti, starijih osoba i drugih ranjivih skupina. Time se ne podiže samo razina socijalne uključivosti, nego i ukupna kvaliteta destinacije, njezina funkcionalnost i usklađenost s načelima suvremenog, održivog i društveno odgovornog upravljanja prostorom. Dodatno, pristupačnost za osobe s invaliditetom predstavlja jedan od važnih horizontalnih ciljeva europskih politika te je u brojnim slučajevima i važan preduvjet za ostvarivanje potpore iz europskih i nacionalnih izvora financiranja, zbog čega je važno da se ovo pitanje sustavno integrira u planiranje i provedbu budućih projekata.

## Razvoj ljudskih potencijala

### Preporučuje se:

- **poticati obrazovanje i osposobljavanje za deficitarna zanimanja u turizmu i ugostiteljstvu kroz suradnju s obrazovnim institucijama i razvoj programa usklađenih s potrebama destinacije**

  Razvoj turizma je generalno sve više ograničen ne samo infrastrukturnim i prostornim čimbenicima, nego i dostupnošću kvalitetne radne snage. U destinaciji koja želi jačati kvalitetu smještaja, razvijati proizvode više dodane vrijednosti i produljivati sezonu, pitanje ljudskih potencijala postaje jedno od ključnih razvojnih pitanja. Posebno je važno prepoznati da deficit radne snage nije privremen ni isključivo lokalni problem, već širi strukturni izazov prisutan u cijelom turističkom sektoru Hrvatske. Upravo zato Općina, u suradnji s obrazovnim institucijama i drugim dionicima, treba poticati razvoj programa obrazovanja i osposobljavanja usklađenih sa stvarnim potrebama destinacije, uključujući mogućnost stipendiranja učenika i studenata deficitarnog usmjerenja te razvoj drugih oblika financijskih poticaja za obrazovanje i usavršavanje u zanimanjima važnima za turizam i ugostiteljstvo.

- **poticati programe prekvalifikacije i cjeloživotnog obrazovanja**

  S obzirom na sezonalnost tržišta rada, promjene u turističkoj potražnji i rastuće zahtjeve za kvalitetom usluge, važno je razvoj ljudskih potencijala promatrati kao kontinuirani proces, a ne kao jednokratnu edukacijsku aktivnost. Uvažavajući financijska ograničenja Općine, programi prekvalifikacije i cjeloživotnog obrazovanja mogu biti posebno važni u manjim sredinama poput Općine Starigrad, gdje je broj raspoloživih kadrova ograničen, a mogućnosti za formalno obrazovanje često prostorno i organizacijski udaljene. Poticanjem takvih programa stvara se prostor za uključivanje šireg kruga stanovništva u turističke i srodne djelatnosti, jača se otpornost lokalnog gospodarstva i povećava sposobnost destinacije da odgovori na zahtjeve kvalitetnijeg i održivog turizma.

## Razvoj investicija i smještaja

### Preporučuje se:

- **stvarati preduvjete za razvoj kvalitetnih hotelskih i kamping kapaciteta u skladu s prostornim planovima, prihvatnim kapacitetima i pokazateljima održivosti**

  Preporuka izravno proizlazi iz razvojnog usmjerenja Plana prema povećanju kvalitete i vrijednosti turističke ponude, ali i iz potrebe za postupnom promjenom strukture smještajnih kapaciteta u korist kvalitetnijih i organiziranijih oblika smještaja. U destinaciji koja želi jačati tržišnu poziciju u segmentu aktivnog turizma, produljiti sezonu i povećavati vrijednost po gostu, razvoj hotelskih i kvalitetnih kamping kapaciteta predstavlja važan element daljnje profesionalizacije ponude. Istodobno, takav razvoj mora biti usklađen s prostornim obilježjima destinacije, osjetljivošću prostora, prihvatnim kapacitetima i infrastrukturnim mogućnostima, kako bi novi kapaciteti primarno doprinijeli kvaliteti i održivosti, a ne dodatnom opterećenju prostora.

- **poticati razvoj obiteljskog hotelijerstva i transformaciju postojećih kapaciteta kroz lokalne poticajne mjere, subvencije, komunalne olakšice i korištenje primjera dobre prakse**

  U kontekstu Općine, razvoj obiteljskog hotelijerstva može predstavljati važan most između postojeće strukture smještaja u domaćinstvu i dugoročnog cilja podizanja ukupne kvalitete destinacije. Posebna vrijednost ovakvog pristupa je u tome što omogućuje razvoj kvalitetnije ponude bez nužnog oslanjanja isključivo na velike investicijske zahvate. U tom smislu, lokalni poticaji, komunalne olakšice, savjetodavna podrška i promocija primjera dobre prakse mogu imati važnu ulogu u poticanju transformacije dijela postojećih kapaciteta prema višoj razini kvalitete i profesionalizacije.

- **poticati javno-privatna partnerstva u projektima od strateške važnosti za destinaciju**

  S obzirom na ograničene financijske i operativne kapacitete lokalne samouprave, realizacija dijela razvojno važnih projekata neće biti moguća bez suradnje javnog i privatnog sektora. Ova preporuka proizlazi iz potrebe da se osiguraju kvalitetniji infrastrukturni, turistički i društveni sadržaji koji pridonose ostvarenju vizije destinacije i provedbi mjera iz Plana, osobito u segmentima javnih prostora, sportsko-rekreativnih sadržaja, smještaja više kategorije i drugih sadržaja više dodane vrijednosti. Javno-privatna partnerstva pritom treba promatrati kao alat za ostvarenje razvojnih ciljeva, ali uz jasno postavljene uvjete kojima se štite interesi lokalne zajednice, očuvanje prostora i dugoročna održivost destinacije.

- **nastaviti aktivno koristiti dostupne izvore financiranja, uključujući EU fondove i nacionalne programe, za razvoj javne i turističke infrastrukture te kvalitetnije smještajne ponude**

  Velik dio projekata važnih za ostvarenje ciljeva ovog Plana, osobito u području infrastrukture, javnih prostora, sportsko-rekreativnih sadržaja, održivosti i kvalitete turističke ponude, financijski nadilazi mogućnosti redovitog lokalnog proračuna. Zato je aktivno korištenje europskih i nacionalnih izvora financiranja jedan od ključnih preduvjeta provedbe Plana. U tom smislu, važno je sustavno pratiti natječaje, pripremati projekte i povezivati različite izvore financiranja s prioritetima definiranim ovim Planom upravljanja.

## Održivost i zaštita prostora

## Preporučuje se:

- **poticati korištenje obnovljivih izvora energije kroz razvoj sustava poticaja, edukativne aktivnosti i povezivanje sa susjednim jedinicama lokalne samouprave u zajedničke inicijative, uključujući modele energetskih zadruga i građanske energije**

  Poticanje obnovljivih izvora energije ne treba promatrati samo kao tehničko ili okolišno pitanje, nego i kao razvojnu priliku za jačanje otpornosti prostora, smanjenje pritiska na resurse i usklađivanje lokalnog razvoja s europskim i nacionalnim politikama zelene tranzicije. U ostvarenju tih ciljeva, važnu ulogu mogu imati lokalni sustavi poticaja, edukacije, međusobno povezivanje jedinica lokalne samouprave te korištenje novih modela zajedničke proizvodnje i korištenja energije. Istovremeno, u kontekstu Općine Starigrad važno je uzeti u obzir da ulaganja u obnovljive izvore energije u pojedinim okolnostima mogu djelovati kao razvojni iskorak koji dolazi usporedno s još neriješenim temeljnim infrastrukturnim pitanjima, poput vodoopskrbe i odvodnje, što može predstavljati realan ograničavajući faktor. Unatoč tome, s obzirom na aktualne europske razvojne prioritete i dostupnost sredstava za zelenu tranziciju, važno je takve prilike pravodobno koristiti, paralelno s rješavanjem osnovnih infrastrukturnih preduvjeta, kako se ne bi propustile razvojne mogućnosti koje se možda neće ponoviti u istom opsegu.

- **provoditi i promicati mjere zaštite prirodnih resursa, osobito mora, zraka i šumskih ekosustava, uz redovito praćenje stanja i pravodobno reagiranje na moguće ugroze**

  Zaštita prirodnih resursa nije samo pitanje očuvanja okoliša, nego i temeljni preduvjet očuvanja identiteta i tržišne pozicije destinacije. More, obalni prostor, šumski ekosustavi i ukupna kvaliteta okoliša čine osnovu turističke privlačnosti Općine, ali i kvalitetu svakodnevnog života lokalne zajednice. Budući da se cijelo područje Općine nalazi unutar PP Velebit, a dijelom i unutar NP Paklenica, zaštita resursa mora biti sastavni dio svih razvojnih odluka. U tom smislu preporučuje se nastaviti jačati kapacitete sustava civilne zaštite i drugih operativnih službi koje u praksi često imaju važnu ulogu u zaštiti prostora i brzom reagiranju na okolišne ugroze, osobito u razdobljima povećanog sezonskog opterećenja i povećanog rizika od požara, onečišćenja i drugih pritisaka na prostor. Jednako je važno sustavno raditi na preventivi kroz jasnije komuniciranje pravila ponašanja u prostoru, postavljanje dodatnih info-tabli i interpretacijskih točaka te provedbu edukativnih i promotivnih kampanja usmjerenih prema stanovništvu, turističkim dionicima i posjetiteljima. Redovito praćenje stanja okoliša i pravodobno reagiranje na potencijalne ugroze pritom su nužni kako bi se razvoj destinacije mogao usmjeravati na temelju stvarnog stanja resursa, a ne samo razvojnih ambicija.

- **usklađivati razvojne odluke s pokazateljima prihvatnog kapaciteta i održivosti, osobito kod planiranja novih investicija i infrastrukturnih zahvata**

  Preporuka predstavlja jedno od ključnih upravljačkih načela cijelog Plana. Budući da je razvojni smjer postavljen na ravnoteži između kvalitete, prostorne osjetljivosti i potreba lokalne zajednice, buduće investicije i infrastrukturni zahvati ne mogu se promatrati isključivo kroz gospodarsku ili prostornu isplativost, nego i kroz njihov utjecaj na okoliš, infrastrukturu, doživljaj prostora i kvalitetu života stanovništva. U tom smislu, pokazatelji prihvatnog kapaciteta i održivosti trebaju služiti kao stvarni alat za donošenje odluka, osobito u situacijama kada se razmatraju novi smještajni kapaciteti, veći infrastrukturni zahvati ili širenje sadržaja u osjetljivim zonama. Time se osigurava da razvoj ostane u funkciji dugoročne održivosti i konkurentnosti destinacije, a ne kratkoročnih pojedinačnih interesa.

### Upravljanje i kapaciteti

### Preporučuje se:

- **jačati organizacijske i stručne kapacitete Općine za koordinaciju, pripremu i praćenje razvojnih projekata**
  Provedba ciljeva i mjera iz ovog Plana zahtijeva ne samo dostupnost financijskih izvora, nego i dovoljno organizacijskih i stručnih kapaciteta unutar Općine za koordinaciju razvojnih procesa, pripremu projektne dokumentacije, komunikaciju s nadležnim institucijama i praćenje provedbe prioriteta. U uvjetima složenih razvojnih izazova, velikih infrastrukturnih potreba i preklapanja različitih nadležnosti, jačanje institucionalnih kapaciteta Općine predstavlja važan preduvjet za učinkovitije upravljanje razvojem destinacije. To uključuje razvoj vlastitih ljudskih potencijala, ali i korištenje stručne vanjske podrške kada je to potrebno.
- **Općina i TZ trebaju zajednički usklađivati godišnje programe događanja, uz jasno razlikovanje sadržaja prvenstveno usmjerenih na potrebe lokalne zajednice od sadržaja koji imaju turističku funkciju, kako bi se organizacijski i financijski kapaciteti Turističke zajednice prioritetno koristili za jačanje turističkog doživljaja, identiteta i konkurentnosti destinacije**
  Ova preporuka proizlazi iz potrebe za jasnijim funkcionalnim razgraničenjem uloga između Općine i Turističke zajednice u segmentu događanja, ali i iz potrebe za učinkovitim korištenjem ograničenih organizacijskih i financijskih kapaciteta na razini destinacije. U kontekstu Općine Starigrad, gdje TZ ima važnu ulogu u upravljanju destinacijom, razvoju proizvoda i promociji, posebno je važno da njezini programi i događanja prvenstveno podupiru ciljeve Plana upravljanja, odnosno kvalitetu turističkog iskustva, tržišnu prepoznatljivost i produženje sezone. To ne isključuje važnost sadržaja namijenjenih lokalnoj zajednici, ali upućuje na potrebu zajedničkog planiranja i jasnog razlikovanja funkcija, kako bi se izbjeglo rasipanje resursa i osiguralo da programske aktivnosti doista doprinose razvojnim prioritetima destinacije.

## 7. 2. Smjernice za Turističku zajednicu Općine Starigrad

Turistička zajednica ima ključnu ulogu u koordinaciji provedbe Plana upravljanja, povezivanju dionika, usmjeravanju razvoja turističkih proizvoda i promocije te praćenju učinaka turističkog razvoja u skladu s identitetom destinacije, potrebama lokalne zajednice i načelima održivosti.

### Uloga TZ-a u provedbi Plana

- **usmjeravati programske, promotivne i organizacijske aktivnosti prema prioritetima i mjerama definiranima ovim Planom**
  Turistička zajednica ima ključnu operativnu ulogu u provedbi velikog dijela mjera definiranih ovim Planom. Kako bi Plan imao stvarni učinak, važno je da se aktivnosti TZ-a ne razvijaju odvojeno od njegovih prioriteta, nego da ih sustavno podupiru kroz godišnje programe, razvoj turističkih proizvoda, promociju i suradnju s dionicima.
- **osigurati da godišnji program rada i financijski plan Turističke zajednice budu usklađeni s razvojnim ciljevima destinacije**
  Provedba Plana upravljanja u velikoj će mjeri ovisiti o tome u kojoj će se mjeri njegovi prioriteti i ciljevi odražavati u godišnjem planiranju Turističke zajednice. Usklađivanje programa rada i financijskog plana s ovim Planom važno je kako bi aktivnosti TZ-a bile razvojno usmjerene, a raspoloživi resursi korišteni u skladu s dugoročnim interesima destinacije. Preporučuje se aktivnosti iz Programa rada izravno povezivati s prioritetima, ciljevima i mjerama iz ovog Plana.

- **prioritizirati aktivnosti koje doprinose kvaliteti turističkog iskustva, jačanju identiteta destinacije, produženju sezone i rastu vrijednosti po gostu**

  Ograničene organizacijske i financijske resurse potrebno je usmjeravati prema aktivnostima koje izravno pridonose ostvarenju razvojnih ciljeva. Prednost trebaju imati programi koji unapređuju kvalitetu boravka, jačaju prepoznatljiv identitet Starigrada, aktiviraju razdoblje izvan glavne sezone i povećavaju vrijednost koju turizam stvara za lokalnu zajednicu.

## Koordinacija i uključivanje dionika

- **jačati suradnju među turističkim dionicima kroz redovitu komunikaciju, koordinacijske sastanke i zajedničke inicijative**

  TZ ima važnu ulogu povezivanja različitih dionika u destinaciji, osobito u sredini poput Starigrada gdje kvaliteta ukupnog turističkog doživljaja ovisi o usklađenom djelovanju smještajnog sektora, ugostitelja, pružatelja aktivnosti, javnih ustanova i lokalne zajednice. Redovita komunikacija i koordinacija važni su kako bi se izbjegla fragmentiranost ponude i potaknulo zajedničko djelovanje u skladu s razvojnim prioritetima Plana.

- **uspostaviti i održavati mehanizme uključivanja lokalnih dionika i stanovništva u procese planiranja i razvoja turizma**

  Ova preporuka proizlazi iz vizije razvoja koji uvažava potrebe lokalne zajednice te iz ciljeva koji naglašavaju važnost participacije i suradnje. Uključivanje lokalnih dionika i stanovništva važno je kako bi razvoj turizma bio društveno prihvatljiv, utemeljen u stvarnim potrebama prostora i podržan od strane zajednice koja u destinaciji živi i radi. Preporučuje se organizacija redovnih sastanaka ključnih lokalnih dionika u turizmu.

## Praćenje, analitika i prilagodba aktivnosti

- **sustavno pratiti motive dolaska, zadovoljstvo gostiju i dionika, sezonalnost i promjene u strukturi potražnje te koristiti rezultate istraživanja i analize podataka za prilagodbu promotivnih, programskih i razvojnih aktivnosti**

  Turistička zajednica ima važnu ulogu u prikupljanju i tumačenju podataka koji mogu usmjeravati razvoj destinacije. Sustavno praćenje motiva dolaska, zadovoljstva gostiju, sezonalnosti i promjena u strukturi potražnje važno je kako bi se aktivnosti i prioriteti prilagođavali stvarnim trendovima i potrebama destinacije, ali i na vrijeme reagiralo na nepoželjne trendove. Prikupljeni podaci i rezultati istraživanja trebaju služiti kao alat za donošenje informiranih odluka, a ne samo kao evidencija stanja. Turistička zajednica tako svoje promotivne, organizacijske i razvojne aktivnosti može redovno usklađivati s učincima provedenih aktivnosti, promjenama na tržištu i ciljevima definiranima ovim Planom.

- **nastaviti razvijati sustav destinacijskog informiranja koji gostima i dionicima osigurava jasne, ažurne i kvalitetne informacije o sadržajima, aktivnostima i pravilima ponašanja**

  Kvalitetno informiranje važan je dio upravljanja destinacijom jer utječe na iskustvo gostiju, usmjeravanje kretanja u prostoru i bolju povezanost dionika. Ova preporuka proizlazi iz potrebe da se turistima i lokalnim dionicima osiguraju pravodobne i korisne informacije o sadržajima, događanjima, aktivnostima i pravilima ponašanja u prostoru, čime se pridonosi kvaliteti boravka i učinkovitijem upravljanju destinacijom.

# 7. 3. Smjernice i preporuke za upravljačka tijela zaštićenih područja (NP Paklenica i PP Velebit)

S obzirom na iznimnu važnost Nacionalnog parka Paklenica i Parka prirode Velebit za identitet, prepoznatljivost i razvoj destinacije, provedba ovog Plana upravljanja u značajnoj mjeri ovisi o kvalitetnoj suradnji i koordinaciji između upravljačkih tijela zaštićenih područja, Općine Starigrad i Turističke zajednice. Pritom je važno polaziti od činjenice da je primarna uloga upravljačkih tijela zaštita prirode i upravljanje zaštićenim područjima, dok njihova uloga u turističkom razvoju proizlazi iz potrebe usklađivanja posjećivanja, interpretacije i prezentacije prostora s ciljevima zaštite i razvojnim potrebama destinacije. U tom smislu se preporučuje:

- **jačati koordinaciju s Općinom Starigrad i Turističkom zajednicom u pitanjima važnima za provedbu Plana upravljanja destinacijom**

  Nacionalni park Paklenica i Park prirode Velebit imaju primarnu odgovornost zaštite prirode i upravljanja zaštićenim područjima, ali u slučaju Starigrada njihovo je djelovanje istodobno snažno povezano i s ukupnim funkcioniranjem destinacije. Upravo zato ovu preporuku ne treba promatrati kao turistički zahtjev upućen upravljačkim tijelima, nego kao smjernicu koja može koristiti samim institucijama u kvalitetnijem ostvarivanju njihovih upravljačkih ciljeva. Jačanje koordinacije s Općinom Starigrad i Turističkom zajednicom može olakšati pravodobno prepoznavanje pritisaka na prostor, bolju razmjenu informacija i učinkovitije upravljanje kontaktnim zonama između zaštićenih područja, naselja i turističkih tokova. To je osobito važno u Starigradu, gdje se cijelo područje Općine nalazi unutar Parka prirode Velebit, dok se na njezinu području nalazi i Nacionalni park Paklenica s dva glavna ulaza upravo u Starigradu. U takvim okolnostima, redovita koordinacija može pridonijeti kvalitetnijem ostvarivanju ciljeva zaštite prirode i upravljanja prostorom, a istodobno olakšati provedbu ovog Plana upravljanja destinacijom. Navedeno se može postić na neki od sljedećih načina:

  - **redovito usklađivati aktivnosti i razvojne inicijative koje imaju utjecaj na posjetiteljske tokove, interpretaciju prostora i korištenje infrastrukture**
  - **sudjelovati u zajedničkim koordinacijskim mehanizmima i razmjeni informacija važnih za upravljanje destinacijom**
  - **doprinositi usklađivanju razvojnih aktivnosti s ciljevima zaštite prirode i održivog korištenja prostora**

- **jačati vidljivost i interpretacijsku prisutnost Parka prirode Velebit i Nacionalnog parka Paklenica na području Općine Starigrad**

  Jačanje vidljivosti NP Paklenica i PP Velebit na području Općine može pridonijeti boljem razumijevanju uloge zaštićenih područja, njihovih vrijednosti i pravila korištenja prostora, što je u interesu samih upravljačkih tijela. Veća prisutnost u prostoru naselja i destinacije može pomoći da posjetitelji jasnije prepoznaju gdje borave, što povećava interpretacijsku vrijednost prostora i olakšava komunikaciju zaštitnih i upravljačkih poruka. Time se istodobno jača i identitet destinacije koja se velikim dijelom oslanja na zaštićeni prostor. Preporuka za ostvarenje navedenog:

  - **snažnije komunicirati prisutnost zaštićenih područja unutar samog prostora naselja i šire destinacije**
  - **razvijati interpretacijske, informativne i promotivne sadržaje koji posjetiteljima jasno daju do znanja da borave na području Parka prirode Velebit i u neposrednoj blizini Nacionalnog parka Paklenica**
  - **pridonositi jačanju doživljajne i identitetske povezanosti destinacije s zaštićenim prostorom**

- **snažnije promovirati atrakcije i sadržaje Parka prirode Velebit na području Općine Starigrad kao dijelu šireg prostora doživljaja**
  Ova preporuka posebno je važna za Park prirode Velebit jer može pridonijeti njegovoj većoj prepoznatljivosti, snažnijoj interpretacijskoj prisutnosti i kvalitetnijem uključivanju njegovih atrakcija i sadržaja u ukupni doživljaj prostora. U odnosu na Nacionalni park Paklenica, koji već ima izraženu tržišnu i prostornu vidljivost, Park prirode Velebit na području Općine Starigrad ima prostor za osnaživanje svoje prisutnosti u komunikaciji prema posjetiteljima. Takav pristup može koristiti samom Parku kroz bolje predstavljanje njegovih vrijednosti i lokaliteta, a istodobno je usklađen s razvojnim usmjerenjem ovog Plana da se Starigrad snažnije pozicionira kao polazišna točka za istraživanje šireg podvelebitskog i velebitskog prostora. Preporuka:
  - **kroz suradnju s Općinom i Turističkom zajednicom jačati prezentaciju i promociju atrakcija, lokaliteta i sadržaja unutar Parka prirode Velebit, uključujući i one koji se prostorno nalaze izvan same Općine**
  - **razvijati sadržaje i komunikacijske alate koji Park prirode Velebit čine vidljivijim i prisutnijim u ukupnom identitetu destinacije**

## 7. 4. Smjernice i preporuke za turističke dionike i lokalnu zajednicu

Turistički razvoj Općine Starigrad ne može se temeljiti samo na aktivnostima javnog sektora i Turističke zajednice, nego i na aktivnom doprinosu privatnog sektora, lokalnih udruga, proizvođača i stanovništva. U tom smislu, preporuke za turističke dionike i lokalnu zajednicu usmjerene su na podizanje kvalitete ponude, jačanje suradnje, razvoj proizvoda usklađenih s identitetom destinacije te odgovorno korištenje prostora i resursa.

### Pružatelji usluga smještaja

- **unapređivati kvalitetu smještaja i opremljenost objekata u skladu s očekivanjima suvremenih gostiju**
  Kvaliteta smještaja jedan je od temeljnih elemenata ukupnog doživljaja destinacije te izravno utječe na zadovoljstvo gostiju, duljinu boravka i spremnost na preporuku destinacije drugima. U uvjetima sve veće konkurencije među destinacijama, kontinuirano ulaganje u kvalitetu i funkcionalnost smještaja doprinosi ne samo boljoj tržišnoj poziciji pojedinog objekta, nego i jačanju ukupne percepcije Općine kao uređene i kvalitetne destinacije.

- **razvijati ulogu iznajmljivača kao domaćina koji, uz kvalitetan smještaj, doprinosi informiranosti gostiju, autentičnosti boravka i kvaliteti ukupnog doživljaja destinacije**
  U destinaciji poput Općine Starigrad, gdje velik dio smještajne ponude počiva na smještaju u domaćinstvu, uloga domaćina ima posebno značenje. Gostu često upravo prvi kontakt s iznajmljivačem oblikuje dojam o destinaciji, a kvalitetna informacija, srdačan pristup i upućivanje na lokalne vrijednosti mogu značajno obogatiti ukupno iskustvo boravka. Takav pristup ne doprinosi samo zadovoljstvu gosta, nego i jačanju prepoznatljivosti destinacije kao prostora autentičnog i kvalitetnog boravka.

- **poticati tematsku specijalizaciju smještaja u skladu s identitetom destinacije aktivnog turizma**

  Tematska specijalizacija smještaja može biti važan način prilagodbe ponude identitetu i tržišnom usmjerenju destinacije. U slučaju Starigrada, razvoj smještaja prilagođenog potrebama aktivnih gostiju može dodatno ojačati njegovu poziciju kao destinacije aktivnog turizma te doprinijeti većoj prepoznatljivosti i konkurentnosti pojedinih objekata. Takva usmjerenost pomaže stvaranju jasnijeg i cjelovitijeg doživljaja destinacije, ali i omogućuje profiliranje pojedinih iznajmljivača te utječe na formiranje viših cijena usluge smještaja.

- **razvijati dodatne usluge i sadržaje koji doprinose produljenju boravka i većoj vrijednosti po gostu te aktivno upućivati goste na širu ponudu destinacije i subregije**

  Sve veća vrijednost turističkog boravka ne ostvaruje se samo kroz osnovnu uslugu smještaja, nego i kroz dodatne sadržaje, iskustva i kvalitetne informacije koje gostima daju razlog da ostanu dulje i dožive više. Pritom nije nužno da svaki pružatelj smještaja samostalno razvija vlastite dodatne sadržaje, nego je jednako važno da goste aktivno informira o izvanpansionskoj ponudi, aktivnostima, događanjima i uslugama koje nude drugi dionici u destinaciji i široj subregiji. Takav pristup pridonosi kvalitetnijem boravku gosta, boljem povezivanju s lokalnom ponudom i jačanju ukupnog učinka turizma za destinaciju i zajednicu.

- **jačati profesionalizaciju poslovanja, uključujući edukaciju, digitalnu prisutnost i praćenje kvalitete usluge**

  Profesionalniji pristup poslovanju sve je važniji u suvremenom turizmu, osobito u destinacijama koje žele jačati kvalitetu ponude i privlačiti goste više dodane vrijednosti. Edukacija, kvalitetna digitalna prisutnost i praćenje zadovoljstva gostiju mogu pomoći pružateljima smještaja da bolje razumiju tržište, unaprijede vlastitu uslugu i dugoročno povećaju otpornost i uspješnost poslovanja. U tom smislu, korisnima mogu biti i studijska putovanja, razmjena iskustava te upoznavanje s dobrim praksama iz drugih destinacija, osobito onih koje su uspješno razvile kvalitetnu, specijaliziranu i održivu smještajnu ponudu. Time se ujedno jača i ukupna kvaliteta destinacije.

- **primjenjivati održive prakse u poslovanju, osobito u korištenju resursa i gospodarenju otpadom**

  Održive prakse u smještajnom poslovanju sve su važnije i iz perspektive očuvanja prostora i iz perspektive očekivanja suvremenih gostiju. Racionalno korištenje vode i energije, odgovorno gospodarenje otpadom i pažljiv odnos prema prostoru mogu pridonijeti očuvanju resursa na kojima se destinacija temelji, ali i unaprijediti kvalitetu poslovanja i ukupnu sliku destinacije kao odgovornog i uređenog mjesta za boravak. Takav pristup ujedno je u skladu s vizijom Starigrada kao destinacije očuvane prirode i uravnoteženog razvoja te doprinosi jačanju njezine reputacije. Iskustva pokazuju da gosti u pravilu pozitivno reagiraju kada ih se na primjeren i jasan način informira o važnosti racionalnog korištenja vode i energije, reguliranja temperature, gašenja klimatizacijskih uređaja i odgovornog postupanja s otpadom, zbog čega i komunikacija s gostima ima važnu ulogu u provedbi održivih praksi.

- **pridržavati se standarda urednosti prostora, odvajanja otpada i očuvanja okoliša te vlastitim primjerom poticati goste na odgovorno ponašanje**

  U destinaciji koja svoj identitet i privlačnost velikim dijelom temelji na očuvanom prostoru, urednost okoliša i odgovoran odnos prema otpadu imaju posebno značenje. Pružatelji smještaja pritom imaju važnu ulogu jer kroz vlastiti pristup mogu ne samo održavati kvalitetu prostora u kojem posluju, nego i nenametljivo usmjeravati goste prema odgovornijem ponašanju. Time doprinose očuvanju zajedničkog prostora i kvaliteti doživljaja za sve korisnike destinacije.

## Ugostitelji, pružatelji turističkih i drugih usluga

- **razvijati usluge i sadržaje usklađene s identitetom destinacije aktivnog turizma**

  U destinaciji koja se razvojno usmjerava prema aktivnom turizmu, važno je da i ugostiteljska, turistička i druga prateća ponuda bude usklađena s tim identitetom. To ne znači da svi sadržaji moraju biti isti, nego da ukupna ponuda prepoznaje potrebe gostiju koji dolaze radi aktivnog boravka, prirode, kretanja i autentičnog doživljaja prostora. Takav pristup pridonosi jasnijoj tržišnoj prepoznatljivosti destinacije i kvalitetnijem ukupnom iskustvu boravka.

- **uključivati lokalne proizvode, lokalnu gastronomiju i elemente podvelebitske baštine u turističku ponudu**

  Lokalni proizvodi, gastronomija i elementi baštine daju turističkoj ponudi dodatnu vrijednost i čine je prepoznatljivijom i autentičnijom. Pritom lokalnost ne treba promatrati isključivo kroz administrativne granice same Općine, nego šire — kroz podvelebitski i regionalni prostor kojem Starigrad prirodno pripada. Za gosta koji dolazi iz drugih dijelova Hrvatske, Europe ili svijeta, autentičnima i lokalnima često se doživljavaju i proizvodi nastali u široj subregiji, a ne samo unutar granica jedne jedinice lokalne samouprave. U tom smislu, uključivanje proizvoda i gastronomskih elemenata iz šireg okruženja može dodatno obogatiti ponudu i pridonijeti kvalitetnijem doživljaju destinacije. Takav pristup ne umanjuje važnost lokalnih proizvoda užeg područja, nego jača ulogu Starigrada kao mjesta u kojem gost može upoznati i doživjeti širi podvelebitski i regionalni prostor te ga odabrati kao bazu za istraživanje okolnih sadržaja i vrijednosti.

- **razvijati doživljaje više dodane vrijednosti, osobito one koji povezuju aktivni boravak, gastronomiju, baštinu i lokalne priče**

  Sve je važnije razvijati ponudu koja gostu ne nudi samo osnovnu uslugu, nego cjelovitiji i sadržajniji doživljaj prostora. Povezivanje aktivnog boravka, gastronomije, baštine i lokalnih priča može pridonijeti većoj atraktivnosti destinacije, produljenju boravka i većoj potrošnji po gostu. Pritom takve doživljaje ne treba graditi isključivo na resursima same Općine, nego i na vrijednostima šire podvelebitske i regionalne cjeline kojoj Starigrad prirodno pripada. Cilj je da gost koji dolazi u ovu regiju upravo Starigrad prepozna i odabere kao svoju bazu — destinaciju koja je sama po sebi atraktivna, ali koja istodobno može služiti i kao polazišna točka za istraživanje šireg prostora, osobito za goste motivirane aktivnim odmorom i boravkom u prirodi. Takvi sadržaji ujedno pomažu razlikovati destinaciju od generičkih obalnih ponuda i jačaju njezinu tržišnu posebnost.

- **međusobno se povezivati i surađivati u razvoju integriranih proizvoda i paketa**

  Kvalitetan turistički doživljaj često nastaje tek kada se različite usluge i sadržaji međusobno povežu. Suradnja između ugostitelja, vodiča, pružatelja aktivnosti, prijevoznika, organizatora događanja i drugih dionika može otvoriti prostor za razvoj cjelovitijih proizvoda i jednostavnije iskustvo za gosta. Takav pristup koristi i samim dionicima jer povećava vidljivost ponude, otvara mogućnosti zajedničke promocije i jača ukupnu konkurentnost destinacije.

- **primjenjivati održive i odgovorne prakse u korištenju prostora i resursa**

  Odgovorno korištenje prostora i resursa sve je važnije i za očuvanje kvalitete okoliša i za dugoročnu održivost poslovanja. U destinaciji poput Starigrada, koja svoj identitet temelji na prirodi, očuvanom prostoru i aktivnom boravku, održive prakse dodatno dobivaju na važnosti jer su usko povezane s reputacijom destinacije i očekivanjima gostiju. Pažljiv odnos prema vodi, energiji, prostoru i materijalima može pridonijeti i učinkovitijem poslovanju i jačanju slike destinacije kao odgovorne i uređene sredine.

- **pridonositi urednosti prostora, pravilnom odvajanju otpada, recikliranju i očuvanju okoliša te aktivno promicati odgovorno ponašanje među gostima i korisnicima usluga**

  Ugostiteljski i drugi uslužni objekti snažno utječu na svakodnevni izgled i doživljaj destinacije, osobito u najfrekventnijim zonama. Urednost prostora, odgovorno postupanje s otpadom i pažljiv odnos prema okolišu važni su ne samo za komunalni standard, nego i za ukupni dojam koji destinacija ostavlja na goste. Kada dionici vlastitim primjerom pokazuju odgovorno ponašanje i jasno komuniciraju takve vrijednosti gostima i korisnicima usluga, time doprinose očuvanju prostora i jačanju kulture odgovornog boravka u destinaciji.

## Lokalna zajednica, udruge i ostali lokalni dionici

- **aktivno sudjelovati u procesima planiranja i razvoja turizma na razini destinacije**

  Turizam dugoročno može biti uspješan i održiv samo ako se razvija uz razumijevanje i podršku zajednice u kojoj se odvija. Uključivanje lokalnog stanovništva, udruga i drugih lokalnih dionika važno je kako bi razvoj turizma bio utemeljen u stvarnim potrebama prostora i zajednice, ali i kako bi odluke o budućem razvoju imale širu društvenu legitimnost i kvalitetniju podlogu. Pritom je važno da Općina i Turistička zajednica stvaraju prilike, mehanizme i prostor za uključivanje lokalne zajednice u procese planiranja i rasprave o razvoju turizma, ali i da se na takve pozive zajednica aktivno odaziva, prepoznajući vlastitu odgovornost i ulogu u oblikovanju budućeg smjera razvoja destinacije.

- **doprinositi očuvanju prirodnih, krajobraznih i kulturnih vrijednosti prostora**

  Prirodne i kulturne vrijednosti Općine predstavljaju temelj identiteta destinacije, ali i važan dio kvalitete života lokalne zajednice. Njihovo očuvanje nije samo pitanje zaštite prostora, nego i očuvanja onoga po čemu je destinacija posebna i prepoznatljiva, zbog čega je u njoj ugodno živjeti. Doprinos lokalne zajednice u tom procesu važan je jer se kvaliteta prostora ne čuva samo kroz formalne mjere zaštite, nego i kroz svakodnevni odnos prema okolišu, naslijeđu i javnom prostoru - prema vlastitom domu.

- **uključivati se u razvoj lokalnih događanja, proizvoda i sadržaja koji doprinose identitetu destinacije**

  Lokalna događanja, proizvodi i sadržaji najvrijedniji su onda kada izrastaju iz samog prostora i ljudi koji u njemu žive. Sudjelovanje lokalne zajednice, udruga i drugih dionika u takvim sadržajima pridonosi autentičnosti destinacije, obogaćuje turističku ponudu i jača povezanost između turizma i svakodnevnog života zajednice. Takav pristup ujedno pomaže da destinacija zadrži vlastiti karakter i ne izgubi kontakt s vlastitim identitetom.

- **pridonositi urednosti naselja, odgovornom postupanju s otpadom, recikliranju i očuvanju okoliša te vlastitim ponašanjem davati primjer posjetiteljima**

  Urednost prostora i odgovoran odnos prema otpadu i okolišu važni su ne samo za svakodnevni život lokalnog stanovništva, nego i za ukupni dojam koji destinacija ostavlja na posjetitelje. U prostoru koji se promovira kao očuvan, ugodan i kvalitetan za boravak, svakodnevno ponašanje lokalne zajednice ima veliku simboličku i praktičnu važnost. Kada stanovnici vlastitim primjerom pokazuju brigu za prostor, to pozitivno utječe i na ponašanje posjetitelja te doprinosi stvaranju kulture odgovornog boravka u destinaciji.

# MJERENJE NAPRETKA I IZVJEŠĆE O PROVEDBI

08

Upravljanje turističkom destinacijom kontinuiran je proces koji, osim definiranja razvojnih ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti, podrazumijeva i sustavno praćenje njihove provedbe te vrednovanje ostvarenih rezultata. Stoga je uspostava sustava mjerenja napretka i izvještavanja o provedbi jedan od ključnih elemenata uspješnog upravljanja destinacijom i ostvarivanja načela održivog razvoja turizma. Svrha praćenja provedbe Plana upravljanja destinacijom Općine Starigrad jest osigurati pravodobne i pouzdane informacije o napretku u ostvarivanju definiranih razvojnih ciljeva, učinkovitosti provedenih mjera i aktivnosti te promjenama u stanju turističke destinacije. Sustav praćenja omogućuje pravodobno prepoznavanje pozitivnih trendova, mogućih odstupanja od planiranih rezultata i potencijalnih izazova koji mogu utjecati na održivi razvoj turizma, čime se stvaraju preduvjeti za donošenje informiranih upravljačkih odluka i prilagodbu budućih aktivnosti.

Sukladno Smjernicama za izradu planova upravljanja destinacijom Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, provedba Plana temelji se na aktivnom uključivanju relevantnih dionika turističkog razvoja. Turistička zajednica Općine Starigrad tijekom provedbenog razdoblja kontinuirano će surađivati s Općinom Starigrad, javnim ustanovama, komunalnim društvima, gospodarskim subjektima, udrugama, stanovnicima i drugim zainteresiranim dionicima koji svojim djelovanjem utječu na razvoj destinacije ili su njime izravno pogođeni. Uključivanje dionika omogućuje usklađivanje različitih interesa, potreba i razvojnih prioriteta te doprinosi transparentnosti procesa upravljanja destinacijom. Istodobno se osigurava da aktivnosti predviđene Planom odgovaraju stvarnim potrebama lokalne zajednice, gospodarstva i posjetitelja, uz očuvanje prirodnih, prostornih, kulturnih i društvenih vrijednosti destinacije.

Mjerenje napretka i izvještavanje o provedbi Plana provodit će se kroz praćenje pokazatelja održivosti i prihvatnih kapaciteta te pokazatelja uspješnosti provedbe mjera i aktivnosti. Rezultati praćenja koristit će se za izradu periodičnih izvješća, informiranje dionika, vrednovanje ostvarenih rezultata te prema potrebi prilagodbu aktivnosti i prioriteta tijekom provedbenog razdoblja Plana.

## 8.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Obveza izrade i donošenja Plana upravljanja destinacijom propisana je Zakonom o turizmu i pripadajućim podzakonskim aktima te predstavlja temeljni operativni dokument za usmjeravanje razvoja turizma u skladu s načelima održivosti, potrebama lokalne zajednice i dugoročnim razvojnim prioritetima destinacije. Njegovim usvajanjem stvaraju se preduvjeti za koordinirano djelovanje svih relevantnih dionika te sustavno praćenje učinaka turizma na gospodarski, društveni i okolišni sustav Općine. Provedba Plana nije jednokratan proces već kontinuirana aktivnost koja zahtijeva suradnju, koordinaciju i aktivno uključivanje različitih dionika turističkog razvoja. Uspješnost provedbe ovisit će o sposobnosti usklađivanja razvojnih potreba turizma s interesima lokalnog stanovništva, očuvanjem prirodnih i kulturnih vrijednosti prostora te prilagodbom promjenama na turističkom tržištu i u širem društveno-gospodarskom okruženju. Sukladno Zakonu o turizmu i Smjernicama za izradu planova upravljanja destinacijom, Turistička zajednica Općine Starigrad ima središnju koordinacijsku ulogu u provedbi Plana. Kao nositelj procesa odgovorna je za koordinaciju provedbe aktivnosti, praćenje pokazatelja održivosti i razvoja turizma, prikupljanje podataka, izradu izvješća o provedbi te uključivanje relevantnih dionika u proces upravljanja destinacijom. Ključni dionici su:

**Turistička zajednica Općine Starigrad** – koordinira provedbu Plana, prati ostvarenje ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti, prikuplja podatke potrebne za izračun pokazatelja održivosti i drugih razvojnih pokazatelja, organizira sastanke i savjetovanja s dionicima te provodi aktivnosti promocije i razvoja turističkih proizvoda u skladu s načelima održivog razvoja.

**Općina Starigrad** – osigurava institucionalnu i razvojnu potporu provedbi Plana kroz usklađivanje s prostorno-planskom dokumentacijom, razvojnim programima i drugim strateškim dokumentima. Također sudjeluje u stvaranju preduvjeta za razvoj komunalne, prometne i javne infrastrukture koja predstavlja osnovu kvalitetnog života stanovništva i održivog razvoja turizma.

**Komunalna društva i javne ustanove** – svojim djelovanjem osiguravaju funkcioniranje sustava vodoopskrbe, gospodarenja otpadom, održavanja javnih površina, prometne infrastrukture i drugih usluga važnih za kvalitetu života stanovnika i boravak posjetitelja. Istodobno predstavljaju važan izvor podataka za praćenje niza pokazatelja održivosti i prihvatnih kapaciteta destinacije.

**Gospodarski sektor** – uključuje pružatelje usluga smještaja, ugostiteljske objekte, turističke agencije, obrtnike, poljoprivredna gospodarstva i druge poduzetnike koji svojim proizvodima i uslugama oblikuju turističku ponudu destinacije. Njihova aktivna uključenost važna je za razvoj kvalitetnih, autentičnih i održivih turističkih proizvoda te povećanje konkurentnosti destinacije.

**Udruge, kulturne organizacije i lokalna zajednica** – svojim aktivnostima doprinose očuvanju tradicije, kulturnog identiteta, običaja i lokalnih posebnosti koje predstavljaju važan dio doživljaja destinacije. Njihovo sudjelovanje doprinosi jačanju društvene održivosti turizma i očuvanju autentičnosti prostora.

**Odgojno-obrazovne ustanove** – kroz edukativne aktivnosti doprinose jačanju svijesti o održivom turizmu, očuvanju baštine i razvoju lokalnog identiteta kod djece i mladih te predstavljaju važan čimbenik razvoja budućih ljudskih potencijala destinacije.

Važnu ulogu u provedbi Plana imaju i institucije na regionalnoj i nacionalnoj razini, prvenstveno Zadarska županija, Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, Hrvatska turistička zajednica, Institut za turizam itd. Njihova podrška posebno je značajna kroz financiranje razvojnih projekata, pružanje stručne pomoći i usklađivanje razvoja destinacije s nacionalnim i regionalnim turističkim politikama. Također, važna je suradnja s javnim ustanovama koje upravljaju zaštićenim područjima prirode (PP Velebit te NP Paklenica) te sa susjednim jedinicama lokalne samouprave.

Kako bi se osigurala učinkovita provedba Plana, potrebno je kontinuirano osiguravati nekoliko ključnih preduvjeta:

- uspostavu kvalitetne koordinacije i partnerske suradnje među svim dionicima;
- jasno i transparentno komuniciranje ciljeva, mjera i rezultata provedbe Plana;
- redovito praćenje pokazatelja održivosti i provedbe aktivnosti;
- razvoj suradnje između javnog, privatnog i civilnog sektora;
- osiguravanje financijskih izvora za provedbu razvojnih projekata;
- kontinuiranu edukaciju i jačanje kapaciteta lokalnih dionika;
- prilagodbu aktivnosti novim razvojnim okolnostima, promjenama na tržištu i potrebama lokalne zajednice.

Provedba Plana upravljanja destinacijom Općine Starigrad stoga predstavlja trajni proces suradnje, praćenja i prilagodbe. Sustavnim praćenjem rezultata, redovitim izvještavanjem te aktivnim uključivanjem svih relevantnih dionika stvaraju se preduvjeti za dugoročno održiv razvoj turizma, očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva te zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti koje čine temelj identiteta i konkurentnosti destinacije.

## 8.2. Izvješće o provedbi

Sukladno Pravilniku o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24), redovito praćenje provedbe i sustavno izvješćivanje o ostvarenim rezultatima predstavljaju sastavni dio upravljanja turističkom destinacijom. Sustav izvještavanja omogućuje kontinuirano praćenje napretka u ostvarivanju ciljeva, prioriteta, mjera i aktivnosti definiranih ovim Planom, kao i pravodobno prepoznavanje izazova, rizika i odstupanja koja mogu utjecati na njegovu provedbu. Izvješćivanje o provedbi Plana upravljanja destinacijom Općine Starigrad temelji se na redovitom praćenju provedbe planiranih aktivnosti te praćenju pokazatelja održivosti, pokazatelja razvoja turizma i drugih relevantnih podataka koji omogućuju procjenu učinaka turizma na gospodarstvo,

društvo, prostor i okoliš. Takav pristup omogućuje donošenje odluka temeljenih na podacima te osigurava pravodobno prilagođavanje upravljačkih aktivnosti stvarnim potrebama destinacije.

Posebnu važnost u sustavu praćenja imaju pokazatelji održivosti obrađeni u ovom Planu, budući da omogućuju praćenje promjena u turističkom prometu, opterećenju prostora i infrastrukture, kvaliteti života lokalnog stanovništva te očuvanju prirodnih i društvenih resursa. Njihovo redovito praćenje omogućuje pravodobno prepoznavanje pozitivnih i negativnih trendova te predstavlja važnu podlogu za buduće upravljanje destinacijom. Radi lakšeg praćenja provedbe Plana i pripreme godišnjih izvješća, slijedi pregled pokazatelja održivosti, učestalost prikupljanja i popis izvora podataka.

| | POKAZATELJ | PRAĆENJE | IZVORI |
|---|---|---|---|
| **ZL-1** | Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone | godišnje | eVisitor, DZS |
| **ZL-2** | Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom | svake 2 godine | anketa |
| **ZT-1** | Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji | svake 2 godine | anketa |
| **PD-1** | Udio atrakcija pristupačnih OSI | svake 2 godine | terensko istraž. |
| **SD-1** | Broj organiziranih turističkih ambulanti | godišnje | Zadarska županija |
| **UVR-1** | Omjer potrošnje vode po tur. noćenju i stanovniku | svake 2 godine | Vodovod, eVisitor |
| **GO-1** | Omjer količine otpada turista i stanovništva | svake 2 godine | Čistoća Zadar |
| **BR-1** | Udio zaštićenih područja | svake 4 godine | Bioportal |
| **UEN-1** | Omjer potrošnje električne energije | svake 4 godine | HEP |
| **UPK-1** | Sustav prilagodbe klimatskim promjenama | svake 2 godine | Općina, Županija |
| **TP-1** | Ukupan broj dolazaka u mj. najvećeg opterećenja | godišnje | eVisitor |
| **TP-2** | Prosječna duljina boravka turista | godišnje | eVisitor |
| **PGS-1** | Broj zaposlenih u turizmu | godišnje | DZS, FINA |
| **PGS-2** | Poslovni prihod turističkih subjekata | godišnje | FINA |
| **TI-1** | Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija | godišnje | Ministarstvo kulture |
| **OUD-1** | Status implementacije aktivnosti iz PUD-a | godišnje | Godišnje izvješće |
| **OUP-1** | Broj noćenja po hek. izgrađenog građev. područja | svake 2 godine | eVisitor, PPUO |
| **SZL-1** | Utjecaj turizma na kvalitetu života stanovništva | svake 2 godine | anketa |
| **SZL-3** | Utjecaj turizma na identitet mjesta | svake 2 godine | anketa |
| **SZL-4** | Udio stanovnika pod stresom od turizma | svake 2 godine | anketa |
| **SZT-1** | Postotak ponovljenih/stalnih turista | svake 2 godine | anketa |
| **SPD-2** | Javno dostupne informacije o atrakcijama u TIC | godišnje | TZ, terenski uvid |
| **SSD-1** | Broj kaznenih djela i prekršaja | godišnje | MUP |
| **SSD-6** | Remećenja javnog reda i mira prouzrokovana turističkom aktivnošću | svake 2 godine | MUP |
| **SGOV-2** | Udio otpadnih voda od noćenja turista u smještajnoj djelatnosti | svake 2 godine | Vodovod Zadar |
| **SGOV-3** | Sustav kontrole ispusta i septičkih jama | godišnje | Općina |
| **SGO-3** | Količina recikliranog otpada | godišnje | Čistoća Zadar |
| **SGO-4** | Plan gospodarenja otpadom | godišnje | Županija, Općina |
| **SZB-1** | Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta | svake 2 godine | NP Paklenica, PP Velebit, Općina, TZ |
| **SZB-2** | Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja | svake 2 godine | NP, PP, TZ, Općina |
| **SOE-2** | Način dolaska turista u destinaciju | godišnje | anketa |
| **STP-1** | Stopa popunjenosti smještajnih kapaciteta | godišnje | eVisitor |
| **SPGS-2** | Bruto dodana vrijednost ostvarena u djelatnosti pružanja smještaja te ugostiteljstva | godišnje | FINA |
| **SPGS-4** | Udio subjekata u djelatnosti pružanja smještaja te ugostiteljstva u pretežno domaćem vlasništvu | godišnje | FINA |
| **STI-1** | Broj ugostiteljskih objekata aktivnih na 30.1. i 30.7. u odnosu na 100 stanovnika | svake 2 godine | Nadležni ured za gospodarstvo |
| **SOUP-1** | Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata stalnog stanovanja | godišnje | DZS, Općina |
| **SOUP-2** | Smjernice/propisi održivog korištenje prostora | svake 4 godine | UPU, PPUO |
| **SOUP-4** | Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom s ciljem zaštite resursa | godišnje | UPU, PPUO |

Sustav praćenja obuhvaća i pokazatelje prihvatnog kapaciteta obrađene u poglavlju 5. Njihovo praćenje omogućuje procjenu odnosa između intenziteta turističke aktivnosti i prostornih, infrastrukturnih, okolišnih i društvenih kapaciteta destinacije te pravodobno prepoznavanje područja izloženih povećanim opterećenjima. U nastavku se daje pregled tih pokazatelja, učestalosti njihova prikupljanja i izvora podataka.

| | POKAZATELJ | PRAĆENJE | IZVORI |
|---|---|---|---|
| **OBVEZNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA** | | | |
| **5.1.1.** | Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.2.** | Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 stanovnika | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.3.** | Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika | svake 4 godine | DZS |
| **5.1.4.** | Omjer smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor na broj stanova za stalno stanovanje | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.5.** | Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m² građevinskog područja | svake 4 godine | eVisitor, PPUO |
| **5.1.6.** | Struktura smještajnih kapaciteta izražena u % | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.7.** | Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima sezone | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.8.** | Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama i atrakcijama | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.9.** | Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije odnosno definiranim zonama | svake 4 godine | PUD |
| **5.1.10.** | Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije odnosno definiranim zonama | svake 4 godine | Općina |
| **5.1.11.** | Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj–rujan | godišnje | ZJZ Zadar |
| **5.1.12.** | Površina plaže po kupaču na vrhuncu sezone | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.13.** | Kakvoća zraka na području destinacije | godišnje | ZJZ Zadar |
| **5.1.14.** | Utjecaj turizma na izgled destinacije | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.15.** | Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.16.** | Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta i atrakcija | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.17.** | Razina buke | svake 4 godine | Općina |
| **5.1.18.** | Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.19.** | Utjecaj buke na kvalitetu boravka | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.20.** | Udio stambenih jedinica turističke namjene u ukupnom broju stambenih jedinica | svake 4 godine | eVisitor, DZS |
| **5.1.21.** | Max. potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim građevinskim područjima mješovite namjene | svake 4 godine | PPUO, Općina |
| **5.1.22.** | Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene | svake 4 godine | PPUO, Općina |
| **5.1.23.** | Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.24.** | Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – voda | svake 4 godine | Vodovod Zadar |
| **5.1.25.** | Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma u vršnom opterećenju – električna energija | svake 4 godine | HEP ODS |
| **5.1.26.** | Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m² javnih površina koje se održavaju | svake 3 godine | Općina |
| **5.1.27.** | Kapaciteti za odvoz otpada | svake 4 godine | Čistoća Zadar |
| **5.1.28.** | Iritacija neprimjereno odloženim otpadom | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.29.** | Procjena kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima i točkama | svake 4 godine | HC, Općina |
| **5.1.30.** | Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta | svake 4 godine | Općina |
| **5.1.31.** | Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.32.** | Zadovoljstvo prometom u mjestu | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.33.** | Kretanje broja stanovnika u desetogodišnjem razdoblju | svake 4 godine | DZS |
| **5.1.34.** | Iritacija gužvama na ulicama i javnim površinama | svake 4 godine | anketa |
| **5.1.35.** | Indeks priuštivosti stana na razini destinacije | svake 4 godine | DZS |
| **5.1.36.** | Raspoloživost dodatne radne snage | svake 4 godine | HZZ |
| **SPECIFIČNI POKAZATELJI PRIHVATNOG KAPACITETA** | | | |
| **5.2.1.** | Koncentracija događanja na odabranim područjima | svake 4 godine | TZO Starigrad |
| **5.2.2.** | Potencijal povećanja građevinskih područja | svake 4 godine | PPUO, Općina |
| **5.2.3.** | Mogućnosti proširivanja plažnog prostora | svake 4 godine | PPUO |
| **5.2.4.** | Zadovoljstvo kvalitetom smještaja | svake 4 godine | anketa |
| **5.2.5.** | Zadovoljstvo atmosferom i ugođajem | svake 4 godine | anketa |
| **5.2.6.** | Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu | svake 4 godine | anketa |
| **5.2.7.** | Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama | svake 4 godine | anketa |

Za koordinaciju procesa praćenja i izvještavanja odgovorna je Turistička zajednica Općine Starigrad. U suradnji s Općinom Starigrad, komunalnim društvima, javnim ustanovama, gospodarskim subjektima i drugim relevantnim dionicima, Turistička zajednica prikuplja i obrađuje potrebne podatke te priprema godišnja izvješća o provedbi Plana.

Turističko vijeće Turističke zajednice Općine Starigrad dužno je predstavničkom tijelu Općine Starigrad dostaviti Izvješće o provedbi Plana upravljanja destinacijom za prethodnu godinu najkasnije do 31. ožujka tekuće godine. Izvješće o provedbi objavljuje se na mrežnim stranicama Turističke zajednice Općine Starigrad, a treba sadržavati pregled provedenih aktivnosti, ocjenu ostvarenja ciljeva i prioriteta, pregled kretanja pokazatelja održivosti, identificirane izazove i prepreke u provedbi te prijedloge daljnjih aktivnosti i mjera za unapređenje upravljanja destinacijom. U slučaju značajnijih odstupanja od planiranih ciljeva, promjena u turističkim kretanjima, zakonodavnom okviru ili drugim okolnostima koje mogu utjecati na razvoj destinacije, potrebno je pristupiti izmjenama i dopunama Plana. Turistička zajednica Općine Starigrad dužna je pravodobno izvijestiti predstavničko tijelo Općine Starigrad o potrebi pokretanja postupka izmjena i dopuna te predložiti odgovarajuće korektivne mjere.

Sukladno važećem Pravilniku, izmjene i dopune Plana upravljanja destinacijom moraju sadržavati:

- obrazloženje razloga za izmjene i dopune;
- ocjenu razine ostvarenja postavljenih ciljeva;
- sažeti prikaz mjera i aktivnosti koje nisu provedene, uz obrazloženje razloga njihove neprovedbe;
- pregled dodatnih mjera i aktivnosti koje izvorno nisu bile planirane, a nužne su za ostvarenje ciljeva i definiranog razvojnog smjera destinacije.

Radi osiguravanja kvalitete i usporedivosti izvješća, preporučuje se uspostaviti standardizirani sustav izvještavanja koji uključuje:

- jasnu strukturu izvješća usklađenu s ciljevima, prioritetima i mjerama Plana;
- definirane pokazatelje i izvore podataka za praćenje provedbe;
- organizirani sustav prikupljanja, obrade i provjere podataka;
- redovitu suradnju svih relevantnih dionika uključenih u provedbu Plana;
- postupke unutarnje provjere kvalitete podataka i izrađenih izvješća.

Redovitim praćenjem provedbe, transparentnim izvještavanjem i pravodobnim prilagodbama osigurava se da Plan upravljanja destinacijom ostane učinkovit alat za usmjeravanje razvoja turizma Općine Starigrad prema načelima održivosti, očuvanju kvalitete života lokalnog stanovništva te zaštiti prirodnih i kulturnih vrijednosti destinacije.

# IZVORI, LITERATURA I SKRAĆENICE

09

- Državni hidrometeorološki zavod (www.meteo.hr
- Državni zavod za statistiku (www.dzs. gov.hr)
- Evidencija reciklažnih dvorišta, HAOP
- Hrvatska gospodarska komora (https://www.hgk.hr/)
- IGH Urbanizam, Horwath & Horwath Consulting: Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama Zadarske županije, IGH Urbanizam i Horwath & Horwath Consulting, Zagreb, 2015.
- Institut za turizam (www.iztzg.hr)
- Izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu TZO Jasenice (dostupno na: https://visitjasenice.hr/hr/info-1/slu%C5%BEbeni-dokumenti)
- Izvješće o izvršenju programa rada za 2024. godinu, dostupno na: https://www.visitomis.hr/tzg-omis-akti-programi-rada-i-zivjesca
- Izvješće o komunalnom otpadu za 2022., HAOP
- Izvješće o praćenju kvalitete zraka na teritoriju Republike Hrvatske za 2023. godinu dostupno na: https://iszz.azo.hr/iskzl/datoteka?id=163572
- Kelić, I. (2021). GENERATION Y PERCEPTION AND SATISFACTION IN ONLINE PURCHASING PROCESS. International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science Vol. 7, No. 1 1, dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/378410
- Kušen E. (2002.), Turistička atrakcijska osnova, Zagreb, Institut za turizam, dostupno na: https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/knjiga/1629
- Odluka o Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2025. – NKD 2025. (NN 47/24)
- Pećanić, A., Miljković Krečar, I. (2021.). Percepcija generacijskih razlika u poslovnom ponašanju pripadnika generacija X i Y. VERN University Zagreb, dostupno na: https://hrcak.srce.hr/file/390766
- Plan razvoja Grada Omiša za razdoblje do 2030. godine, dostupno na: www.omis.hr
- Plan razvoja Zadarske županije 2021. – 2027., dostupno na: www.zadarska-zupanija.hr
- Plan upravljanja Nacionalnim parkom Paklenica 2023. - 2032., dostupno na: www.np-paklenica.hr)
- Plan upravljanja Parkom prirode Velebit 2022. - 2031., dostupno na: www.pp-velebit.hr
- Popis 2021, Državni zavod za statistiku (2022.), dostupno na: https://dzs. gov.hr/naslovna-blokovi/u-fokusu/popis-2021/88
- Pravilnikom o javnoj turističkoj infrastrukturi (NN 126/21)
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24)
- Pravilnik o metodologiji izrade Plana upravljanja destinacijom (NN 112/24)
- Preglednik obrtnog registra (https://pretrazivac-obrta. gov.hr/pretraga)
- Priručnik o doživljajima, Hrvatska turistička zajednica (2016.), dostupno na: https://www.htz.hr/sites/default/files/2017-01/Prirucnik-o-dozivljajima.pdf
- Prostorni plan Zadarske županije (Službeni glasnik Zadarske županije br. 2/01, 6/04, 2/05, 17/06, 25/09, 3/10 - ispravak, 15/14, 14/15, 5/23 i 6/23 - ispravak)
- Prostorni plan Općine Starigrad (Službeni glasnik Zadarske županije br. 16/06, 14/11, 16/12, 20/16, 18/18, 3/19 i 3/21) i (Službeni glasnik Općine Starigrad br. 6/25)
- Provedbeni program Općine Starigrad 2021. - 2025., dostupno na: www.opcina-starigrad.hr
- Provedbeni program Općine Starigrad 2025. - 2029., dostupno na: www.opcina-starigrad.hr
- Registar kulturnih dobara, dostupno na: https://registar.kulturnadobra.hr/#/

- Rimac, M. (2012). Istraživanje obilježja Generacije Z - Radi li se zaista o novoj generaciji zaposlenika? Dostupno na: https://apps.unizg.hr/rektorova-nagrada/javno/stari-radovi/1770/preuzmi
- Središnji informacijski sustav za prijavu i odjavu gostiju (www.evisitor.hr)
- Strategija razvoja turizma Općine Jasenice za razdoblje od 2017. do 2022. godine, dostupno na: www.jasenice.hr
- Strateški razvojni program Općine Starigrad za razdoblje 2015. – 2020., dostupno na: www.opcina-starigrad.hr
- Tonc A., REZULTATI PROBNIH ISTRAŽIVANJA NA GRADINI SV. TROJICE KOD STARIGRADA, Ann. Inst. archaeol. VII/2011., str. 85-87
- Uredba o određivanju zona i aglomeracija prema razinama onečišćenosti zraka na teritoriju Republike Hrvatske (NN 1/14)
- Zakon o turizmu (NN 156/23)
- Zavod za javno zdravstvo Zadarske županije, Kakvoća mora, dostupno na: https://vrtlac.izor.hr/kakvoca/


# Popis skraćenica:

| | |
|---|---|
| APA | American Planning Association – Američko udruženje za planiranje |
| CRM | customer relationship management – upravljanje odnosima s korisnicima odnosno gostima |
| DZS | Državni zavod za statistiku |
| ECSI | European Customer Satisfaction Index – Europski indeks zadovoljstva korisnika |
| ESPON | Europska mreža za praćenje teritorijalnog razvoja i kohezije |
| ETIS | European Tourism Indicators System – Europski sustav pokazatelja za turizam |
| FINA | Financijska agencija |
| FZOEU | Fond za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost |
| GDPR | Opća uredba o zaštiti podataka |
| GP | granični prijelaz |
| HAOP | Hrvatska agencija za okoliš i prirodu |
| HC | Hrvatske ceste |
| HCM | Highway Capacity Manual – Priručnik za kapacitet cestovne infrastrukture |
| HEP | Hrvatska elektroprivreda |
| HGK | Hrvatska gospodarska komora |
| HPS | Hrvatski planinarski savez |
| HTZ | Hrvatska turistička zajednica |
| HZZ | Hrvatski zavod za zapošljavanje |
| IGH | Institut građevinarstva Hrvatske |
| ITR | indeks turističke razvijenosti |
| JLS | jedinica lokalne samouprave |
| JU | javna ustanova |
| LIFE | program Europske unije za okoliš i klimatsku politiku |
| MINTS | Ministarstvo turizma i sporta |
| MRRFEU | Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije |
| MUP | Ministarstvo unutarnjih poslova |
| NKD | Nacionalna klasifikacija djelatnosti |
| NN | Narodne novine |
| NP | nacionalni park |
| ODS | operator distribucijskog sustava |
| OECD | Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj |
| OIE | obnovljivi izvori energije |
| OSI | osobe s invaliditetom |
| PD | planinarsko društvo |
| PM10 | lebdeće čestice aerodinamičkog promjera do 10 µm |
| PM2,5 | lebdeće čestice aerodinamičkog promjera do 2,5 µm |

| | |
|---|---|
| PP | park prirode |
| PPUO | Prostorni plan uređenja Općine |
| PU | policijska uprava |
| PUD | Plan upravljanja destinacijom |
| TFI | Tourism Function Index – indeks turističke funkcije |
| TIC | turističko-informativni centar |
| TN | turističko naselje |
| TRB | Transportation Research Board |
| TS | trafostanica |
| TZ | turistička zajednica |
| TZO | turistička zajednica općine |
| TZŽ | turistička zajednica županije |
| UNESCO | Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu |
| UNWTO | Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih naroda |
| UPU | Urbanistički plan uređenja |
| ZBM | Zadar Bike Magic |
| ZJZ | Zavod za javno zdravstvo Zadarske županije |

# PRILOG 1 – PLANINARSKI PUTOVI I OBJEKTI NA JUŽNOM VELEBITU

P1

PRILOG 1

Tablica 1. Planinarski putovi na Južnom Velebitu (Izvor: Registar planinarskih putova, obilaznica)

| Naziv | Oznaka | Društvo | Područje | Duljina (km) |
|---|---|---|---|---|
| PANOS | 306 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.6 |
| STAP-ODVOJAK ZA PANOS | 401 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4 |
| STAP-JELOVA RUJA | 403 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4.8 |
| BRISTOVAC (spoj s putom Kruščica-Stap) | 405 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2.7 |
| LJUBOTIĆ-STAP (KRATICA) | 407 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.3 |
| DEBELI KUK ISTOČNI PUT | 408 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.5 |
| DEBELI KUK JUŽNI PUT | 409 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.8 |
| ĆUĆAVAC | 410 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.5 |
| KAPELICA NA STAPU | 411 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.3 |
| STAP-ČANJKOVE NJIVICE | 413 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2.5 |
| STAP-VELIKO RUJNO | 414 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 12 |
| VODENI DOLAC | 415 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.5 |
| KAMENA GALERIJA-KRUŽNI PUT | 417 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.1 |
| ŠPILJA VRTLINA-KRUŽNI PUT | 418 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.2 |
| ŠIBULJINA-MALO RUJNO | 501 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 5.8 |
| RUJNO-OGLAVINOVAC | 505 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4.9 |
| VAGANAC-BOJINAC | 601 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.8 |
| BOJINAC,PREKO KATIĆA GLAVICE | 602 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.8 |
| BOJINAC, PREKO VELIKOG DOLCA | 603 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.5 |
| BOJINAČKI PUT-KRUŽNI | 604 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2 |
| JEZERCE | 605 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.2 |
| BOJIN KUK, GREBEN | 606 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.8 |
| VELIKO RUJNO-STRUGE | 607 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 5.7 |
| V.PAKLENICA-VELIKO RUJNO | 608 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 6 |
| MALI VAGANAC,SPOJNI PUT | 609 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.7 |
| GOLIĆ-STRAŽBENICA | 610 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4 |
| OGLAVINOVAC-STRUGE | 701 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4.5 |
| STRUGE-VAGANSKI VRH | 702 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4.1 |
| BUKOVA STAZA | 703 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.3 |
| LIPA STAZA | 706 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4.1 |
| ZORANIČEV VRH | 708 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.6 |
| VAGANSKI VRH-SVETO BRDO | 709 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 7.8 |
| BABIN KUK | 710 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.8 |
| LIBURNIJA | 711 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.9 |
| BRUNDO | 712 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.9 |
| BADANJ | 714 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 1.2 |
| BUNOVAC-IZVOR MARASOVAC | 715 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 7.2 |
| KANJON VELIKA PAKLENICA | 801 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 8.2 |
| V.PAKLENICA-TOMIĆI | 802 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 1.6 |
| STARIGRAD – SPOJ S PUTOM RAMIĆI/VIDAKOV KUK | 803 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 4 |
| ANIĆA KUK, ISTOČNI PRILAZ | 805 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.7 |
| MANITA PEĆ | 806 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 1.8 |
| MANITA PEĆ-VIDAKOV KUK | 807 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.8 |
| RAMIĆI-VIDAKOV KUK | 808 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.7 |
| KANJON VELIKA PAKLENICA-JURLINE | 809 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.3 |
| JURLINE-ANIĆA KUK | 810 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.7 |
| VELIKI VITRENIK | 811 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.5 |
| MALI VITRENIK | 812 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.3 |
| ZAVITRENIK | 813 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.8 |
| ŠKILJIĆI-JURASOVA GLAVICA | 814 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 0.5 |
| KANJON VELIKA PAKLENICA-CRNI VRH | 815 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.3 |
| DOM PAKLENICA-JURLINE | 816 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.9 |
| MARASOVIĆI-KOSIRICA | 818 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2.8 |
| DOM U V.PAKLENICI-STRAŽBENICA | 819 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.7 |
| DOM U V.PAKLENICI – MALI MOZAK UZ BEZIMENJAČU | 820 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.8 |
| DOM U V.PAKLENICI – KRAJNI BRIG | 821 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 3.8 |
| DOM U V.PAKLENICI – VLAŠKI GRAD | 822 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 7.7 |
| SAMARĐINOVAC – VELIKA MOČILA | 823 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 0.9 |
| VELIKA MOČILA-CRNI VRH | 824 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1.3 |

| Naziv | Oznaka | Društvo | Područje | Duljina (km) |
|---|---|---|---|---|
| MALA PAKLENICA – Martinovo mirilo | 825 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 10.4 |
| JURLINE-VELIKA MOČILA, (pored Vlake) | 826 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2.1 |
| JUKIĆI-LEKINE NJIVE | 828 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 5 |
| RAZVRŠJE-ANIĆA KUK | 829 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2 |
| BUNOVAC-ČIČINA DOLINA | 901 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 3.9 |
| IVINE VODICE-ČIČINA DOLINA | 902 | NP Paklenica | J. VELEBIT | 1.2 |
| VLAŠKI GRAD-GREBENSKO SEDLO | 903 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 1 |
| MODRIČ-VLAŠKI GRAD | 904 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 10.2 |
| MALA PAKLENICA-KNEŽEVIĆI | 910 | PD Paklenica, Zadar | J. VELEBIT | 2.5 |

PRILOG 1

Tablica 2. Planinarski objekti na području Južnog Velebita (Izvor: www.hps.hr)

| Objekt | Visina | Upravitelj |
|---|---|---|
| Planinarsko sklonište Tatekova koliba | 860 | PD Paklenica, Zadar |
| Planinarsko sklonište Zavrata | 780 | PD Paklenica, Zadar |
| Planinarsko sklonište Struge | 1400 | PD Paklenica, Zadar |
| Planinarski dom Paklenica | 480 | PD Paklenica, Zadar |
| Planinarsko sklonište Ivine vodice | 1250 | PD Babunj, Bibinje |
| Planinarsko sklonište Vlaški grad | 1280 | PD Paklenica, Zadar |
| Planinarsko sklonište Dušice | 1262 | PD Belveder, Biograd n/m |
| Planinarsko sklonište Zlatino sklonište | 900 | PU Tulove grede Jasenice |
| Planinarsko sklonište Crnopac | 1137 | PD Paklenica, Zadar |

# PRILOG 2 – IZVJEŠĆE S FOKUS GRUPA I TERENSKOG OBILASKA

P2

# PRILOG 2 - IZVJEŠĆE S FOKUS GRUPA I TERENSKOG OBILASKA

Plan upravljanja destinacijom definira smjer održivog razvoja turizma, usklađuje interese lokalne zajednice i turističkog sektora te postavlja ciljeve i mjere upravljanja posjećivanjem, infrastrukturom, ponudom i identitetom destinacije. Kvalitativni uvidi lokalnih dionika zato su važan dio analitičke osnove jer omogućuju razumijevanje problema, potreba i razvojnih mogućnosti koje nije moguće u cijelosti obuhvatiti statističkim podacima.

U sklopu pripremnih radnji za izradu Plana, od 9. do 12. rujna 2025. u Starigradu su provedene fokus grupe, strukturirani razgovori i terenski obilazak lokacija od najveće turističke i razvojne važnosti. Razgovori su vođeni s predstavnicima Turističke zajednice Općine Starigrad, Općine Starigrad, Nacionalnog parka Paklenica, Parka prirode Velebit, Lučke kapetanije, komunalnog poduzeća, osnovne škole i dječjeg vrtića. U fokus grupama sudjelovali su predstavnici hotelskog sektora, privatnih iznajmljivača, kampova, pansiona, turističkih agencija, ostalih gospodarskih subjekata i civilnog društva. Nalazi su dopunjeni neposrednim opažanjima s terena te su povezani s rezultatima prethodno provedenih anketa među lokalnim stanovništvom, turistima i jednodnevnim posjetiteljima.

Svrha fokus-grupa i razgovora bila je prepoznati ključne izazove i razvojne prilike iz perspektive prakse, provjeriti usklađenost percepcija različitih sektora te identificirati područja u kojima je potrebna jača koordinacija i operacionalizacija mjera. U nastavku se donosi tematski sažetak nalaza, uz naglasak na ponavljajuće obrasce i zajedničke prioritete.

## Prirodne vrijednosti i identitet destinacije

Gotovo svi sudionici prirodne vrijednosti prostora prepoznaju kao temelj identiteta i najvažniji tržišni adut Općine Starigrad. Jedinstven spoj mora i Velebita, Nacionalni park Paklenica, Park prirode Velebit, područja mreže Natura 2000, UNESCO-ova zaštita bukovih šuma i status Velebita kao svjetskog rezervata biosfere daju destinaciji iznimnu resursnu osnovu. Posebno je naglašeno da je glavni ulaz u Nacionalni park smješten upravo u Starigradu, dok se drugi ulaz nalazi u Selinama, zbog čega su zaštićena područja neposredno povezana sa svakodnevnim životom, turizmom i prostornim razvojem Općine.

Prirodna osnova već sada osigurava snažnu prepoznatljivost, ali njezina prezentacija nije dovoljno objedinjena. Nacionalni park Paklenica ima razvijenu posjetiteljsku infrastrukturu, više od 150 kilometara staza, međunarodno poznato penjalište, špilju Manitu peć i posjetiteljski centar u nekadašnjim podzemnim tunelima. Park prirode Velebit obuhvaća mnogo širi prostor s atrakcijama poput Zrmanje, Krupe, Cerovačkih špilja, Kudinog mosta i Modrić špilje, ali je u turističkoj komunikaciji destinacije slabije vidljiv. Dionici zato predlažu snažnije povezivanje oba parka, lokalne samouprave i Turističke zajednice u zajedničkoj interpretaciji i promociji Velebita.

Istodobno je upozoreno da se povećava pritisak na osjetljiva područja, osobito zbog neovlaštenog prometovanja automobilima, quadovima i motociklima, organiziranja aktivnosti bez dozvola te ograničenih kapaciteta nadzora. Razvoj outdoor i pustolovnih sadržaja stoga treba temeljiti na jasnim pravilima, usmjeravanju posjetitelja, boljoj signalizaciji i strožoj kontroli, a ne na nekontroliranom otvaranju prostora.

## Turistički proizvodi, sezonalnost i mogućnosti produljenja sezone

Starigrad ima dulju turističku sezonu od mnogih usporedivih obalnih destinacija. Planinarenje, penjanje, pješačenje, biciklizam i aktivnosti povezane s Paklenicom privlače goste od ranog proljeća do kasne jeseni, dok kampovi i dio hotela i pansiona posluju od ožujka ili travnja do listopada odnosno početka studenoga. U predsezoni i posezoni prevladavaju planinari, penjači, biciklisti, motoristi, parovi i stariji gosti, dok su u glavnoj sezoni najzastupljenije obitelji s djecom.

Unatoč tome, najveći dio prometa i dalje se ostvaruje u srpnju i kolovozu. Sudionici su naglasili da produljenje sezone ne ovisi samo o smještaju, nego o dostupnosti cjelovitog lanca usluga. Zatvaranje restorana, trgovina i drugih sadržaja krajem rujna stvara dojam neaktivne destinacije i otežava dulje poslovanje onima koji žele ostati otvoreni. Posebno nedostaju sadržaji za loše vrijeme i aktivnosti u zatvorenom, poput višenamjenske dvorane, umjetne stijene, interaktivnih prostora ili drugih sportskih i kulturnih sadržaja koji bi koristili i stanovnicima i posjetiteljima.

Outdoor identitet destinacije snažan je, ali ponuda nije dovoljno koordinirana ni ujednačeno predstavljena. Lokalne agencije organiziraju izlete i vođene aktivnosti, uključujući kajakarenje, biciklizam, planinarenje, izlete na Zrmanju i druge programe, ali je dio ruta slabo označen ili nije službeno ucrtan. Potrebno je razlikovati legalne i kontrolirane aktivnosti od neformalnih usluga koje se nude bez potrebnih dozvola. Kao dodatni motiv i dalje postoji interes za lokacije snimanja filmova o Winnetouu, no taj sadržaj nije dovoljno suvremeno interpretiran ni povezan s ostalim proizvodima destinacije.

## Smještajna struktura i kvaliteta ponude

U smještajnoj strukturi dominiraju objekti u domaćinstvu, dok je udio hotelskih kapaciteta razmjerno nizak, a kampovi i veći dio ostalog smještaja uglavnom pripadaju srednjem segmentu kvalitete. Takva struktura dobro odgovara ljetnoj potražnji, ali slabije podupire produljenje sezone, veće turističke prihode i profesionalizaciju ponude. Hotelijeri, pansioni i kampovi bilježe visoku lojalnost gostiju, pri čemu se dio posjetitelja vraća godinama ili desetljećima. Gosti posebno cijene prirodu, mir, sigurnost, osobni pristup domaćina i blizinu Paklenice.

Dio gospodarskih subjekata ulaže u energetsku učinkovitost, solarne sustave, punionice za električna vozila i modernizaciju postojećih objekata. Ta ulaganja

pokazuju spremnost privatnog sektora na podizanje kvalitete, ali njihov učinak ograničava stanje javne infrastrukture. Kao dugoročni rizik gotovo svi sektori navode nekontroliranu apartmanizaciju, gradnju velikih objekata u uskom obalnom pojasu i nedostatak odgovarajućih parkirališnih mjesta. Prevladava stav da razvoj treba usmjeravati prema kvaliteti postojećih kapaciteta, a ne daljnjem kvantitativnom rastu.

U više je razgovora otvoreno pitanje neprijavljenog iznajmljivanja i neprijavljenog boravka gostiju. Takve prakse stvaraju nelojalnu konkurenciju, smanjuju prihode Općine i Turističke zajednice te dovode u pitanje pouzdanost službenih pokazatelja turističkog opterećenja. Dionici smatraju da su stvarni broj turista i noćenja vjerojatno veći od evidentiranih te da je potreban učinkovitiji nadzor i jasnija primjena pravila.

## Komunalna infrastruktura i zaštita mora

Nedostatak sustava javne odvodnje najčešće je istican kao najveće strukturno ograničenje održivog razvoja turizma. Većina kućanstava koristi septičke jame, dok veći turistički objekti primjenjuju pojedinačna rješenja poput bioloških pročistača. Sudionici su upozoravali na povremene neugodne mirise i sumnje na onečišćenje mora, naglašavajući da kvaliteta mora predstavlja temeljni preduvjet turističke budućnosti. Dugoročno rješenje može se postići samo izgradnjom cjelovitog sustava odvodnje na razini destinacije i šire aglomeracije.

Izazovi postoje i u vodoopskrbi. Dio prostora još nije priključen na javni vodovod pa se pojedini objekti, uključujući kampove, opskrbljuju cisternama ili iz vlastitih izvora. Projekt proširenja magistralnog cjevovoda ima izrađenu dokumentaciju, ali njegova provedba ovisi o osiguranju financiranja, dok postojeći cjevovod Maslenica-Starigrad zahtijeva rekonstrukciju.

Gospodarenje otpadom dodatno je opterećeno sezonskim porastom broja korisnika, nepropisnim odlaganjem i nedovoljnom učestalošću odvoza pojedinih frakcija. Komunalno poduzeće obavlja širok raspon poslova s ograničenim ljudskim, financijskim i tehničkim kapacitetima. Potrebno je bolje planirati sezonska pojačanja, povećati opremu i nadzor, unaprijediti odvojeno prikupljanje te jasnije informirati stanovnike, vikendaše i goste o pravilima postupanja s otpadom.

## Obalni prostor, plaže i javni sadržaji

More i plaže ostaju glavni motiv dolaska većine ljetnih gostiju, ali je obalni prostor istodobno područje najvećih pritisaka. Plaže su uglavnom prirodne i privlačne, no često nedovoljno uređene i opremljene. Najčešće su spominjani nedostatak sanitarnih čvorova, tuševa, košara za otpad, hlada, sigurnih pristupa i parkirališta. Posebno je kritizirana vožnja i parkiranje automobila na pojedinim plažama, uključujući područje Piska u Selinama, kao i nedovoljna kontrola divljeg kampiranja i uzurpacije pomorskog dobra.

U Starigradu se postupno uređuje središnji obalni pojas sa šetnicom, plažama, zelenilom i razdvajanjem pješačkog i automobilskog prometa. Planirani su nastavci uređenja obale, luke i dodatnih poteza u Selinama i Tribnju. Takvi projekti pozitivno su ocijenjeni, ali njihovu provedbu usporavaju imovinsko-pravni odnosi, granice pomorskog dobra, potreba izmjene prostornih planova i ograničeno financiranje.

U svim naseljima nedostaje kvalitetnih javnih prostora za svakodnevni život i boravak gostiju. Spominjani su trgovi, parkovi, dječja igrališta, uređene zelene površine, sportski tereni, šetnice, tržnica, javni sanitarni čvorovi i prostori za manifestacije. Kao posebno važan projekt istaknuta je nova škola sa sportskom dvoranom, koja bi trebala omogućiti jednosmjenski rad i otvoriti dodatne mogućnosti za sport, rekreaciju i društvene sadržaje tijekom cijele godine.

## Promet, mobilnost i sigurnost

Specifična linearna struktura naselja uz državnu cestu D8 snažno utječe na funkcionalnost i doživljaj destinacije. Magistrala prolazi kroz središta naselja i razdvaja ih u prostornom i svakodnevnom smislu. Iako je izgradnjom autoceste smanjen tranzitni promet, ostaju problemi sigurnosti pješaka, buke, parkiranja i nedostatka kvalitetno uređenih prijelaza. Posebna pozornost potrebna je u zonama škole, vrtića, turističkih sadržaja i plaža.

Kao prioriteti istaknuti su usporavanje prometa, dodatni sigurni pješački prijelazi, uređenje pješačkih i biciklističkih pravaca, zazelenjavanje trase kroz naselja te uređenje i unapređenje funkcionalnosti autobusnih stajališta i ugibališta u središtima naselja. Autobusna stajališta trebaju omogućiti sigurno čekanje, ulazak i izlazak putnika, zaštitu od vremenskih uvjeta i siguran pješački pristup.

Javni prijevoz prema Zadru i unutar destinacije ocijenjen je nedostatnim, osobito vikendima, blagdanima i izvan školske godine. To pogađa stanovnike, radnike i goste koji dolaze zrakoplovom, a visoke cijene taksija dodatno ograničavaju mobilnost. Budući da Općina nema izravnu ovlast nad regionalnim voznim redovima, njezina uloga treba biti u utvrđivanju potreba, zagovaranju dodatnih linija, pregovorima s postojećim ili drugim prijevoznicima te razmatranju sezonskih, kružnih ili prijevoznih rješenja na zahtjev.

## Nautički turizam i pomorska infrastruktura

Podvelebitski kanal atraktivan je za nautičare, ali nema dovoljno infrastrukture za ozbiljniji razvoj tog segmenta. Najčešće su spominjani nedostatak sigurnih vezova i sidrišta, neuređeno stanje u lučicama i pristaništima te nepostojanje benzinske postaje

za plovila. Opskrba gorivom improviziranim putem predstavlja sigurnosni i regulatorni problem, dok nedostatak sadržaja i servisnih usluga smanjuje duljinu zadržavanja nautičara.

Razvoj luke Starigrad, proširenje sidrišta i uređenje dodatnih vezova mogu povećati sigurnost i omogućiti uključivanje Starigrada u šire nautičke rute. Takav razvoj treba uskladiti s prostornim mogućnostima, zaštitom obale i stvarnim prihvatnim kapacitetima, uz jasniji nadzor korištenja pomorskog dobra i pristanišnih zona.

## Kulturna baština, lokalni proizvodi i autentičnost

Kulturna, tradicijska i povijesna baština prepoznata je kao važan, ali nedovoljno aktiviran razvojni resurs. Mirila, tradicijska arhitektura, pastirski stanovi, suhozidi, bunari, sakralna i arheološka baština, planinski zaseoci, ribarska i maritimna tradicija te naslijeđe vezano uz filmove o Winnetouu mogu snažnije doprinijeti identitetu destinacije. Velik dio tih sadržaja još nije dovoljno istražen, interpretiran, označen ni povezan s pješačkim, planinarskim i biciklističkim rutama.

Valorizaciju baštine ograničavaju neriješeni imovinsko-pravni odnosi na javnim i privatnim nekretninama, visoki troškovi obnove, konzervatorski zahtjevi, neuređeni prilazi i ograničena pristupačnost pojedinih lokaliteta. Rješavanje pristupa ne bi se trebalo temeljiti na nekontroliranom probijanju novih cesta kroz osjetljivi velebitski prostor, nego na uređenju postojećih putova, pješačkih pristupa, signalizacije, vođenih tura i digitalne interpretacije.

Destinaciji nedostaje organiziran sustav uključivanja lokalnih proizvoda i proizvođača u turističku ponudu. Postoje primjeri suvenira od maslinova drva, proizvoda od aromatičnog i ljekovitog bilja, eteričnih ulja i prirodne kozmetike, ali proizvođači nemaju dovoljno prodajnih prostora, promotivne podrške ni povezanosti s ugostiteljima i turističkim programima. Razvoj lokalnih tržišta, tematskih tura, prodajnih punktova i zajedničkog označavanja mogao bi povećati lokalnu dodanu vrijednost i autentičnost ponude.

## Upravljanje destinacijom, suradnja i ljudski kapaciteti

U gotovo svim razgovorima ponavlja se ocjena da suradnja među dionicima postoji, ali nije dovoljno sustavna, redovita ni operativno usmjerena. Odnosi Turističke zajednice, Općine i Nacionalnog parka uglavnom su dobri, dok je suradnja s Parkom prirode Velebit, privatnim sektorom i civilnim društvom neujednačena. Dio poduzetnika i udruga smatra da nije dovoljno uključen u planiranje, manifestacije i promotivne aktivnosti, dok javni sektor istodobno upozorava na slab odaziv dijela iznajmljivača, ugostitelja i drugih pružatelja usluga na sastanke i edukacije.

Turistička zajednica djeluje s ograničenim ljudskim i financijskim kapacitetima, iako se od nje očekuje sve šira uloga u upravljanju destinacijom. Slična ograničenja postoje u komunalnom sustavu, upravama zaštićenih područja i drugim institucijama. Kao moguća rješenja spominjani su profesionalizacija destinacijskog menadžmenta, jasnija podjela odgovornosti, redovite tematske radne skupine, bolja razmjena podataka i ranije uključivanje dionika u pripremu projekata.

Posebno je važno ojačati dijalog s lokalnom zajednicom i civilnim društvom. Udruge mogu pridonijeti organizaciji manifestacija, očuvanju baštine, uređenju manjih lokaliteta i razvoju društvenih sadržaja, ali za to trebaju jasne kontaktne točke, transparentne postupke i pravodobnu administrativnu potporu. Uključivanje stanovnika nije važno samo zbog prihvaćanja projekata, nego i zbog očuvanja osjećaja pripadnosti i identiteta mjesta.

## Ograničenja financiranja i provedbe projekata

Provedbu brojnih razvojnih projekata usporavaju neriješeni vlasnički odnosi, nejasne granice pomorskog dobra, prostorno-planska ograničenja i dugotrajni administrativni postupci. Poseban problem predstavlja činjenica da je Općina prema indeksu turističke razvijenosti svrstana u najvišu kategoriju, iako nema riješene temeljne sustave vodoopskrbe i odvodnje te joj nedostaje dio osnovne javne infrastrukture. Takvo razvrstavanje može ograničiti pristup pojedinim programima i izvorima financiranja, iako stvarne infrastrukturne potrebe ostaju velike.

Mali poduzetnici, proizvođači i udruge također često nemaju kapacitete za praćenje natječaja i pripremu projektnih prijava. Potrebna je sustavnija pomoć u pripremi projekata, povezivanje partnera i pravodobno informiranje o mogućnostima financiranja. Razvojne prioritete potrebno je fazno planirati i usmjeriti na projekte koji istodobno poboljšavaju kvalitetu života stanovnika i turistički doživljaj.

## Glavni zaključci i preporuke

- **Komunalna infrastruktura mora imati apsolutni razvojni prioritet.** Izgradnja sustava odvodnje, proširenje i rekonstrukcija vodoopskrbne mreže te unapređenje gospodarenja otpadom preduvjeti su zaštite mora, kvalitete života i dugoročne održivosti turizma.
- **Razvoj treba temeljiti na kvaliteti, a ne na daljnjem rastu smještajnih kapaciteta.** Potrebno je ograničavati prostorne i infrastrukturne pritiske, poticati obnovu i podizanje kategorije postojećih objekata te povećavati udio sadržaja i usluga veće dodane vrijednosti.
- **Outdoor i zaštićena područja treba snažnije povezati u jedinstven identitet destinacije.** Nacionalni park Paklenica i Park prirode Velebit trebaju biti vidljiviji u zajedničkoj promociji, interpretaciji i upravljanju posjetiteljima, uz zaštitu osjetljivih područja i kontrolu nelegalnih aktivnosti.

- **Potrebno je povećati funkcionalnu kvalitetu obale i javnog prostora.** Prioriteti uključuju uređenje plaža, šetnica, trgova, parkova, igrališta, parkirališta, javnih sanitarnih čvorova i zelenih površina, uz rješavanje pomorskog dobra i vlasničkih odnosa.
- **Prometnu sigurnost i mobilnost treba unapređivati u okviru stvarnih nadležnosti.** Na D8 je potrebno planirati mjere usporavanja prometa, sigurne prijelaze, uređena autobusna ugibališta i kvalitetnije pješačke veze, dok Općina prema regionalnim prijevoznicima treba sustavno zagovarati bolju povezanost sa Zadrom i razmatrati alternativna rješenja.
- **Produljenje sezone zahtijeva cjelogodišnji lanac usluga i sadržaje za loše vrijeme.** Uz postojeću outdoor ponudu potrebno je razvijati indoor, sportske, kulturne i interpretacijske sadržaje te koordinirati rad ugostiteljskih, trgovačkih i drugih usluga izvan glavne sezone.
- **Kulturnu i proizvodnu osnovu potrebno je pretvoriti u vidljive i dostupne doživljaje.** Baštinske lokalitete, mirila, tradicijsku arhitekturu, arheološke i sakralne sadržaje, Winnetou baštinu i lokalne proizvode treba povezati u tematske rute, vođene programe, prodajna mjesta i digitalnu interpretaciju, uz postupno rješavanje strukturnih ograničenja.
- **Upravljanje destinacijom treba biti redovitije, profesionalnije i uključivije.** Potrebni su stalni mehanizmi koordinacije Općine, Turističke zajednice, zaštićenih područja, privatnog sektora, ustanova i civilnog društva, uz jasnije odgovornosti, bolju razmjenu podataka i jačanje ljudskih kapaciteta.
- **Nadzor i primjena pravila moraju biti učinkovitiji.** Neprijavljeno iznajmljivanje, divlje kampiranje, nepropisno odlaganje otpada, uzurpacija pomorskog dobra i nelegalne aktivnosti u zaštićenim područjima izravno narušavaju održivost, sigurnost i tržišnu vjerodostojnost destinacije.
- **Prostor treba čuvati kao najvrjedniji i nenadoknadivi resurs.** Budući razvoj mora ostati usklađen s prirodnim i infrastrukturnim ograničenjima, identitetom mjesta i kvalitetom života lokalne zajednice. Prevladavajuća vizija među dionicima jest mirna, obiteljska i outdoor destinacija koja se razlikuje očuvanim prostorom, autentičnošću i kvalitetom doživljaja.

Zaključno, provedeni razgovori i terenski uvid potvrđuju da Općina Starigrad ne treba stvarati novu osnovnu atraktivnost jer ona već postoji u iznimnom spoju mora, Velebita i zaštićenih područja. Ključni izazov je podići funkcionalnu kvalitetu destinacije, zaštititi prostor od prekomjernih pritisaka, riješiti temeljnu infrastrukturu i povezati postojeće resurse u cjelovitiji i kvalitetniji turistički doživljaj. Uspjeh će ovisiti o sposobnosti lokalnih i regionalnih dionika da razvoj usmjere prema kvaliteti, koordinaciji i dugoročnoj održivosti, uz snažnije uključivanje lokalne zajednice.

# PRILOG 3 - ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA

P3

# PRILOG 3. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA O TURIZMU I UTJECAJU TURIZMA NA KVALITETU ŽIVOTA

Provedba ankete o stavovima lokalnog stanovništva o turizmu sastavni je dio izrade Plana upravljanja destinacijom, u skladu sa smjernicama za izradu planova upravljanja koje naglašavaju potrebu uključivanja lokalne zajednice i praćenja percepcije stanovništva o učincima turizma. Anketu je provela Turistička zajednica, a distribuirana je putem mrežnih stranica i društvenih mreža TZ-a i Općine te izravno, u kontaktu s građanima. Ispitanici su anketu ispunjavali online, putem platforme EUSurvey. Anketa je provedena u prvoj polovici 2025. godine, a u njoj su sudjelovala ukupno 202 ispitanika. Prema Popisu stanovništva 2021., Općina je imala 1.697 stanovnika, što znači da je u anketi sudjelovalo (samoselekcijski) oko 11,9 % ukupnog stanovništva ili približno 11,5 % stanovništva prema procjeni broja stanovnika za 2024. Rezultati ankete korišteni su kao jedna od podloga za izračun pojedinih pokazatelja održivosti i pokazatelja prihvatnih kapaciteta, za prepoznavanje ključnih razvojnih potencijala i izazova te za definiranje razvojnih smjerova upravljanja destinacijom.

U nastavku slijedi popis anketnih pitanja te sumarni rezultati odgovora ispitanika:

### SP1. Imate li stalno prebivalište u ovom gradu/mjestu?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Da | | 198 | 98,02 % |
| b) Ne | | 4 | 1,98 % |

### SP2. Koliko ste dugo stanovnik ovog mjesta?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Manje od 1 godine | | 5 | 2,48 % |
| b) Od 1 do 5 godina | | 7 | 3,47 % |
| c) Od 6 do 10 godina | | 16 | 7,92 % |
| d) Više od 10 godina | | 174 | 86,14 % |

### SP3. Kojeg ste spola?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Muškarac | | 79 | 39,11 % |
| b) Žena | | 120 | 59,41 % |
| c) Ne želim se izjasniti | | 3 | 1,49 % |

### SP4. Koliko imate godina?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Manje od 18 | | 2 | 0,99 % |
| b) 18 do 25 | | 21 | 10,4 % |
| c) 26 do 35 | | 48 | 23,76 % |
| d) 36 do 45 | | 33 | 16,34 % |
| e) 46 do 55 | | 36 | 17,82 % |
| f) 56 do 65 | | 38 | 18,81 % |
| g) 66 do 75 | | 20 | 9,9 % |
| h) 76 i više | | 4 | 1,98 % |




### SP5. Koji je najviši stupanj Vašeg obrazovanja?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Srednja škola ili niže | | 98 | 48,51 % |
| b) Viša škola | | 19 | 9,41 % |
| c) Fakultet i viši stupnjevi | | 81 | 40,1 % |
| d) Bez odgovora/ne želim odgovoriti | | 4 | 1,98 % |

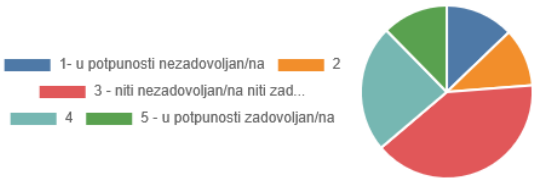
### SP6. Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Do 500 € | | 8 | 3,96 % |
| b) 501 - 1000 € | | 20 | 9,9 % |
| c) 1001 - 1500 € | | 37 | 18,32 % |
| d) 1501 - 2000 € | | 34 | 16,83 % |
| e) 2001 - 3000 € | | 34 | 16,83 % |
| f) 3001 - 4000 € | | 17 | 8,42 % |
| g) 4001 - 5000 € | | 6 | 2,97 % |
| h) 5001 € i više | | 6 | 2,97 % |
| i) Ne znam/ ne želim odgovoriti | | 40 | 19,8 % |

Socio-ekonomski profil ispitanika pokazuje da uzorak u velikoj mjeri odražava stavove stalno nastanjenog i dugotrajnije vezanog lokalnog stanovništva. Gotovo svi ispitanici imaju stalno prebivalište u mjestu, a velika većina u njemu živi dulje od deset godina. U uzorku su nešto zastupljenije žene, dok je dobna struktura razmjerno uravnotežena, s nešto većim udjelom ispitanika u dobnim skupinama od 26 do 65 godina, što je u određenoj mjeri u skladu s općom dobnom strukturom stanovništva. Prema obrazovnoj strukturi, gotovo polovicu čine osobe sa srednjoškolskim obrazovanjem ili niže, dok je vrlo visok i udio visokoobrazovanih ispitanika. Kod kućanskih prihoda vidljiva je raspršenost odgovora, pri čemu je najveći broj kućanstava koncentriran u srednjim dohodovnim razredima, dok je gotovo petina ispitanika navela da ne zna ili ne želi odgovoriti na to pitanje. Struktura uzorka upućuje da rezultati ankete prvenstveno odražavaju percepciju lokalnih, rezidentnih i relativno dobro ukorijenjenih stanovnika različitih životnih dobi i ekonomskih obilježja.

### A1. Koliko ste sveukupno zadovoljni razvojem turizma u Vašem mjestu koristeći ocjene od 1- u potpunosti nezadovoljan/na do 5- u potpunosti zadovoljan/na.

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 26 | 12,87 % |
| 2 | | 22 | 10,89 % |
| 3- niti nezadovoljan/na niti zadovoljan/na | | 81 | 40,1 % |
| 4 | | 48 | 23,76 % |
| 5- u potpunosti zadovoljan/na | | 25 | 12,38 % |



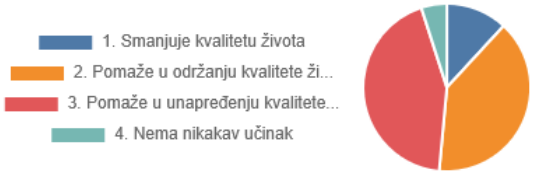
### A2. Vama i/ili članovima Vaše uže obitelji turizam je: Označite samo jedan odgovor!

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Glavni izvor prihoda | | 57 | 28,22 % |
| b) Dodatni izvor prihoda | | 101 | 50 % |
| c) Nemate nikakav prihod od turizma | | 44 | 21,78 % |




### PH1. Razmislite kako sve turizam utječe na svakodnevni život u Vašem mjestu – na lokalno gospodarstvo, okoliš, sigurnost u mjestu, društveni život, cijene i slično. Uzimajući u obzir i dobre i loše strane turizma, smatrate li da turizam u Vašem mjestu:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Smanjuje kvalitetu života | | 24 | 11,88 % |
| 2. Pomaže u održanju kvalitete života | | 80 | 39,6 % |
| 3. Pomaže u unapređenju kvalitete života | | 88 | 43,56 % |
| 4. Nema nikakav učinak | | 10 | 4,95 % |



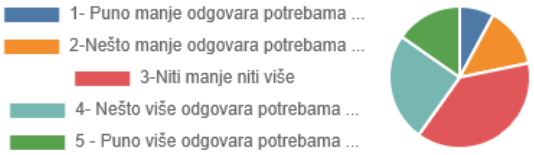

### PH2. Kako turistički razvoj utječe na izgled mjesta – postaje li ono uslijed turističkog razvoja ružnije ili ljepše?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- Puno ružnije | | 9 | 4,46 % |
| 2- Nešto ružnije | | 14 | 6,93 % |
| 3- Niti ružnije niti ljepše | | 53 | 26,24 % |
| 4- Nešto ljepše | | 93 | 46,04 % |
| 5- Puno ljepše | | 33 | 16,34 % |



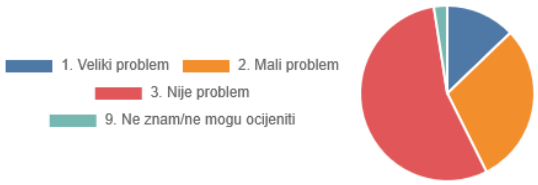
**PH3. Što mislite o načinu korištenja javnog prostora u Vašem mjestu, je li turizam javni prostor (rivu, gradske ulice i trgove, zelene površine) učinio manje ili više prikladnim za Vaše potrebe?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- Puno manje odgovara potrebama stanovništva | | 16 | 7,92 % |
| 2- Nešto manje odgovara potrebama stanovništva | | 28 | 13,86 % |
| 3- Niti manje niti više | | 77 | 38,12 % |
| 4- Nešto više odgovara potrebama stanovništva | | 50 | 24,75 % |
| 5- Puno više odgovara potrebama stanovništva | | 31 | 15,35 % |



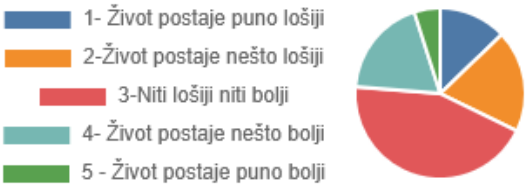

**PH4. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li buka veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Veliki problem | | 26 | 12,87 % |
| 2. Mali problem | | 60 | 29,7 % |
| 3. Nije problem | | 111 | 54,95 % |
| 4. Ne znam/ne mogu ocijeniti | | 5 | 2,48 % |



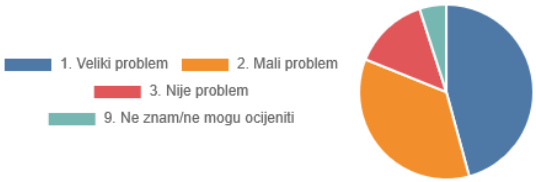
**PH5. Što mislite o pretvaranju stanova i kuća u turističke apartmane i kuće za odmor, postaje li život u mjestu zbog toga lošiji ili bolji?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- Život postaje puno lošiji | | 26 | 12,87 % |
| 2- Život postaje nešto lošiji | | 39 | 19,31 % |
| 3- Niti lošiji niti bolji | | 89 | 44,06 % |
| 4- Život postaje nešto bolji | | 38 | 18,81 % |
| 5- Život postaje puno bolji | | 10 | 4,95 % |



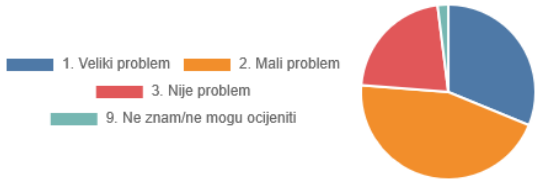

**PH6. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li neprimjereno odlaganje otpada veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Veliki problem | | 92 | 45,54 % |
| 2. Mali problem | | 71 | 35,15 % |
| 3. Nije problem | | 28 | 13,86 % |
| 4. Ne znam/ne mogu ocijeniti | | 10 | 4,95 % |



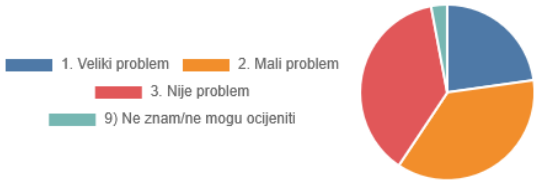
**PH7. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva u prometu veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Veliki problem | | 63 | 31,19 % |
| 2. Mali problem | | 91 | 45,05 % |
| 3. Nije problem | | 44 | 21,78 % |
| 4. Ne znam/ne mogu ocijeniti | | 4 | 1,98 % |




**PH8. Kada pomislite na život u svojem mjestu tijekom turističke sezone, predstavlja li gužva na ulicama/ javnim površinama veliki problem, mali problem ili uopće nije problem?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Veliki problem | | 46 | 22,77 % |
| 2. Mali problem | | 74 | 36,63 % |
| 3. Nije problem | | 76 | 37,62 % |
| 4. Ne znam/ne mogu ocijeniti | | 6 | 2,97 % |



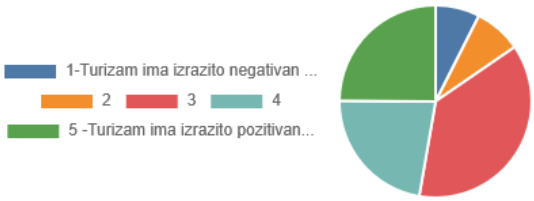
### C1. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na duh Vašeg mjesta, na njegovu autentičnost?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- Turizam ima izrazito negativan utjecaj | | 8 | 3,96 % |
| 2 | | 14 | 6,93 % |
| 3 | | 70 | 34,65 % |
| 4 | | 46 | 22,77 % |
| 5- Turizam ima izrazito pozitivan utjecaj | | 62 | 30,69 % |




### C2. Prema Vašem mišljenju, kako turistički razvoj utječe na očuvanje tradicije, običaja i kulture Vašeg mjesta?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- Turizam ima izrazito negativan utjecaj | | 15 | 7,43 % |
| 2 | | 16 | 7,92 % |
| 3 | | 75 | 37,13 % |
| 4 | | 45 | 22,28 % |
| 5- Turizam ima izrazito pozitivan utjecaj | | 50 | 24,75 % |




### D1. Jeste li posljednjih mjesec dana većinom boravili u mjestu u kojem živite?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1. Da | | 194 | 96,04 % |
| 2. Ne | | 8 | 3,96 % |

**D2. Molimo Vas da navedete koliko često ste se u posljednjih mjesec dana osjećali ili razmišljali na određeni način zbog turizma u Vašem mjestu.**

**1. Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana osjećali uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada |  | 101 | 50 % |
| 1- Skoro nikada |  | 29 | 14,36 % |
| 2- Ponekad |  | 39 | 19,31 % |
| 3- Prilično često |  | 26 | 12,87 % |
| 4- Vrlo često |  | 7 | 3,47 % |

**2. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana zbog turizma osjećali da nemate kontrolu nad važnim stvarima u svom životu?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada |  | 112 | 55,45 % |
| 1- Skoro nikada |  | 29 | 14,36 % |
| 2- Ponekad |  | 29 | 14,36 % |
| 3- Prilično često |  | 20 | 9,9 % |
| 4- Vrlo često |  | 12 | 5,94 % |

**3. Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana zbog turizma osjećali nervozno i pod stresom?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada |  | 72 | 35,64 % |
| 1- Skoro nikada |  | 48 | 23,76 % |
| 2- Ponekad |  | 33 | 16,34 % |
| 3- Prilično često |  | 27 | 13,37 % |
| 4- Vrlo često |  | 22 | 10,89 % |

**4. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana bili sigurni u svoju sposobnost za rješavanje svakodnevnih poteškoća koje stvara turizam?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 47 | 23,27 % |
| 1- Skoro nikada | | 34 | 16,83 % |
| 2- Ponekad | | 43 | 21,29 % |
| 3- Prilično često | | 36 | 17,82 % |
| 4- Vrlo često | | 42 | 20,79 % |

**5. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana imali dojam da se turizam u Vašem mjestu razvija onako kako vi želite?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 59 | 29,21 % |
| 1- Skoro nikada | | 47 | 23,27 % |
| 2- Ponekad | | 49 | 24,26 % |
| 3- Prilično često | | 38 | 18,81 % |
| 4- Vrlo često | | 9 | 4,46 % |

**6. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana osjećali da se zbog turizma ne možete nositi sa svim obvezama?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 97 | 48,02 % |
| 1- Skoro nikada | | 41 | 20,3 % |
| 2- Ponekad | | 31 | 15,35 % |
| 3- Prilično često | | 24 | 11,88 % |
| 4- Vrlo često | | 9 | 4,46 % |

**7. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana bili u mogućnosti kontrolirati stresne podražaje koji su posljedica turizma u Vašem mjestu?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 61 | 30,2 % |
| 1- Skoro nikada | | 29 | 14,36 % |
| 2- Ponekad | | 47 | 23,27 % |
| 3- Prilično često | | 29 | 14,36 % |
| 4- Vrlo često | | 36 | 17,82 % |

**8. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana imali dojam da ste se dobro prilagodili pritiscima turizma?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 45 | 22,28 % |
| 1- Skoro nikada | | 29 | 14,36 % |
| 2- Ponekad | | 44 | 21,78 % |
| 3- Prilično često | | 44 | 21,78 % |
| 4- Vrlo često | | 40 | 19,8 % |

**9. Koliko često ste se u posljednjih mjesec dana ljutili zbog događaja uzrokovanih turizmom, a koji su bili izvan Vaše kontrole?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 90 | 44,55 % |
| 1- Skoro nikada | | 33 | 16,34 % |
| 2- Ponekad | | 38 | 18,81 % |
| 3- Prilično često | | 22 | 10,89 % |
| 4- Vrlo često | | 19 | 9,41 % |

**10. Koliko često ste u posljednjih mjesec dana imali osjećaj da su se poteškoće u životu uzrokovane turizmom toliko nagomilale da ih ne možete nadvladati?**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- Nikada | | 114 | 56,44 % |
| 1- Skoro nikada | | 36 | 17,82 % |
| 2- Ponekad | | 27 | 13,37 % |
| 3- Prilično često | | 10 | 4,95 % |
| 4- Vrlo često | | 15 | 7,43 % |

Rezultati ankete pokazuju da lokalno stanovništvo turizam u Općini u cjelini percipira pretežno pozitivno, ali ne i nekritički. Ukupno zadovoljstvo razvojem turizma dominantno je koncentrirano u sredini ljestvice, pri čemu je najviše ispitanika odabralo neutralnu ocjenu, dok je udio zadovoljnih ipak veći od udjela nezadovoljnih. Takav raspored odgovora upućuje na zaključak da turizam među stanovništvom nije doživljen ni kao izrazito problematičan ni kao jednoznačno uspješan razvojni proces, nego kao važan sektor čiji se učinci istodobno prepoznaju i kao korisni i kao opterećujući. To potvrđuje i podatak da je za velik dio kućanstava turizam glavni ili dodatni izvor prihoda, što pokazuje visoku ekonomsku upućenost lokalne zajednice na turizam.

Kada je riječ o općem utjecaju turizma na kvalitetu života, prevladava stav da turizam kvalitetu života održava ili unapređuje, dok samo manji dio ispitanika smatra da je smanjuje. To sugerira da stanovnici u većoj mjeri prepoznaju razvojne i gospodarske koristi turizma nego njegove negativne posljedice. Slično vrijedi i za percepciju izgleda mjesta: većina ispitanika smatra da turistički razvoj doprinosi tome da mjesto izgleda ljepše, dok je negativna percepcija razmjerno slabo zastupljena. Može se zaključiti da se turistički razvoj ne doživljava dominantno kao degradacija prostora, nego prije kao proces koji je u određenoj mjeri pridonio uređenju, atraktivnosti i vizualnom identitetu destinacije.

Istodobno, odgovori o javnom prostoru pokazuju nešto suzdržaniju sliku. Najveći broj ispitanika smatra da turizam nije bitno promijenio prikladnost javnog prostora za potrebe stanovništva, dok je ipak nešto više onih koji procjenjuju da su promjene pozitivne nego negativne. Učinci turističkog razvoja na korištenje prostora, dakle, nisu jednoznačni: dio stanovništva očito prepoznaje poboljšanja u uređenju i opremanju prostora, ali se ne može zaključiti da su koristi ravnomjerno raspoređene ili da javni prostori u punoj mjeri odgovaraju potrebama lokalne zajednice tijekom sezone.

Rezultati vezani uz sezonske pritiske pokazuju jasnu hijerarhiju problema. Buka se u usporedbi s drugim pojavama pokazuje kao slabije izražen problem, budući da više od polovice ispitanika navodi da ona tijekom sezone uopće nije problem, a dodatni dio da je riječ tek o manjem problemu. Nasuprot tome, neprimjereno odlaganje otpada nameće se kao jedan od najozbiljnijih opaženih problema, budući da ga velika većina ispitanika percipira kao velik ili mali problem. Slično vrijedi i za gužve u prometu, koje većina također prepoznaje kao opterećenje svakodnevice tijekom turističke sezone. Gužve na ulicama i javnim površinama ocijenjene su nešto blaže nego prometne gužve, ali i ovdje značajan dio stanovništva prepoznaje negativan učinak turističke koncentracije u prostoru. Ovakvi rezultati upućuju na to da se glavni negativni učinci turizma ne očituju prvenstveno kroz opći otpor stanovništva prema turistima ili prema samom turizmu, nego kroz vrlo konkretne komunalne i prometne pritiske koji najviše dolaze do izražaja u vršnim razdobljima.

Odgovori o apartmanizaciji dodatno potvrđuju potrebu za opreznim upravljanjem prostornim razvojem. Najveći broj ispitanika ocjenjuje da pretvaranje stanova i kuća u turističke apartmane nije ni pozitivno ni negativno utjecalo na život u mjestu, ali je udio onih koji u tome vide pogoršanje ipak veći od udjela onih koji smatraju da je učinak pozitivan. To sugerira da apartmanizacija još nije percipirana kao dominantno razoran proces, ali jest prepoznata kao pojava koja kod dijela stanovništva izaziva zabrinutost, vjerojatno zbog pritiska na prostor, promjene strukture naselja i slabljenja rezidencijalne funkcije mjesta.

Kada je riječ o identitetu mjesta, rezultati pokazuju umjereno pozitivan, ali ne i posve jednoznačan odnos stanovništva prema utjecaju turizma na autentičnost, tradiciju i kulturu. Kod pitanja o duhu mjesta i autentičnosti prevladavaju neutralni i pozitivni odgovori, pri čemu je pozitivna percepcija ipak izraženija od negativne. Slično vrijedi i za očuvanje tradicije, običaja i kulture, iako su kod tog pitanja neutralni odgovori još nešto zastupljeniji, a negativni stavovi nešto češći nego kod pitanja o autentičnosti općenito. Takvi rezultati sugeriraju da stanovnici turizam ne doživljavaju kao snažnu prijetnju lokalnom identitetu, ali istodobno ne postoji ni posve čvrsto uvjerenje da on automatski pridonosi njegovu očuvanju. Drugim riječima, turizam može biti podrška identitetu i tradiciji, ali samo uz svjesno upravljanje sadržajima, prostorom i načinom prezentacije lokalnih vrijednosti.

Većina ispitanika navodi da se u posljednjih mjesec dana rijetko ili nikada nije osjećala uznemireno zbog neočekivanih događaja povezanih s turizmom, da nije imala izražen osjećaj gubitka kontrole nad važnim stvarima u životu te da nije imala dojam da su se poteškoće uzrokovane turizmom nagomilale do razine s kojom se nisu mogli nositi. Slično tome, osjećaj da se zbog turizma ne mogu nositi sa svim obvezama ili da ih turizam često dovodi do ljutnje izvan njihove kontrole također nije dominantan obrazac. To upućuje na zaključak da turizam za većinu stanovništva ne proizvodi visoku razinu kroničnog osobnog stresa ni osjećaj ozbiljne svakodnevne ugroženosti.

Ipak, kada se promatraju pitanja o mogućnosti utjecaja i prilagodbe, rezultati su nešto složeniji. Značajan dio ispitanika navodi da tek povremeno ili rijetko ima dojam da se turizam razvija onako kako oni žele, što sugerira određenu distancu između lokalne zajednice i procesa upravljanja razvojem turizma. S druge strane, odgovori pokazuju da dio stanovništva ipak procjenjuje kako se može prilagoditi pritiscima turizma, kontrolirati stresne podražaje i nositi s poteškoćama koje turizam stvara. To znači da lokalna zajednica ne djeluje pasivno ili bespomoćno, ali postoji vidljiv prostor za jačanje osjećaja uključenosti, utjecaja i zajedničkog upravljanja razvojem destinacije.

U cjelini gledano, rezultati ankete upućuju na destinaciju u kojoj je turizam široko prihvaćen kao važna gospodarska i razvojna osnova, ali i na zajednicu koja vrlo jasno prepoznaje njegove konkretne prostorne, komunalne i organizacijske pritiske. Stanovništvo ne iskazuje dominantno odbacivanje turizma, no ne iskazuje ni bezrezervno zadovoljstvo postojećim modelom razvoja. Podaci stoga sugeriraju potrebu za upravljanjem koje će istodobno očuvati gospodarske koristi turizma, smanjivati sezonska opterećenja na prostor i komunalni sustav te jačati osjećaj stanovnika da mogu utjecati na smjer razvoja destinacije.

# PRILOG 4 - ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA

P4

# Prilog 4. ISTRAŽIVANJE ZADOVOLJSTVA TURISTA I JEDNODNEVNIH POSJETITELJA BORAVKOM U DESTINACIJI

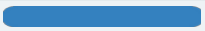
Istraživanje zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja boravkom u destinaciji provedeno je u ljeto 2025. godine, sukladno tada dostupnim smjernicama Ministarstva turizma i sporta za provedbu primarnih istraživanja u okviru izrade planova upravljanja destinacijom. Provedba istraživanja važan je dio analitičke osnove Plana upravljanja destinacijom jer omogućuje uvid u obilježja posjetitelja, njihovo zadovoljstvo boravkom, percepciju ključnih elemenata turističke ponude te iskustvo korištenja prostora i sadržaja destinacije. U istraživanju je sudjelovalo ukupno 400 ispitanika, a rezultati su korišteni kao jedna od podloga za razumijevanje obilježja potražnje, prepoznavanje glavnih prednosti i slabosti destinacijske ponude te za definiranje razvojnih smjerova i mjera upravljanja destinacijom.

U nastavku slijedi popis anketnih pitanja te sumarni rezultati odgovora ispitanika:

**IP4. Vi ste - zaokružite što Vas najbolje opisuje (samo jedan odgovor)[1]:**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Gost koji noći u komercijalnom (plaćenom) smještaju *(hotel, hostel, kamp, soba, apartman, kuća i sl.)* |  | 260 | 65 % |
| b) Gost koji noći u vlastitoj kući ili stanu za odmor ili kod rodbine ili prijatelja *(ne plaća smještaj)* |  | 90 | 22,5 % |
| c) Jednodnevni posjetitelj (ne noći), uključujući i posjetitelje s brodskih kružnih putovanja. |  | 39 | 9,75 % |

**IP5. Vaša zemlja stalnog boravka je:**

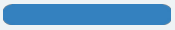
| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) R. Hrvatska |  | 138 | 34,5 % |
| b) Neka druga zemlja |  | 262 | 65,5 % |

**IP6. Vrsta smještajnog objekta u kojem odsjedate u ovom mjestu (samo jedan odgovor) :**

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Hotel |  | 30 | 7,5 % |
| b) Hostel |  | 2 | 0,5 % |
| c) Kamp |  | 44 | 11 % |
| d) Turističko naselje |  | 3 | 0,75 % |
| e) Obiteljski smještaj *(soba, apart., kuća i sl.)* |  | 277 | 69,25 % |
| f) Nešto drugo, što? |  | 27 | 6,75 % |
| Bez odgovora |  | 17 | 4,25 % |

1 Na pitanje nije odgovorilo 11 ispitanika.

### SP1: Spol:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Muškarac |  | 173 | 43,25 % |
| b) Žena |  | 221 | 55,25 % |
| c) Ne želim se izjasniti |  | 6 | 1,5 % |

### SP2. Dob u godinama:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) manje od 18 |  | 15 | 3,75 % |
| b) 18 do 25 |  | 43 | 10,75 % |
| c) 26 do 35 |  | 61 | 15,25 % |
| d) 36 do 45 |  | 100 | 25 % |
| e) 46 do 55 |  | 105 | 26,25 % |
| f) 56 do 65 |  | 52 | 13 % |
| g) 66 do 75 |  | 22 | 5,5 % |
| h) 76 i više |  | 2 | 0,5 % |

### SP3. Obrazovanje:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Srednja škola ili niže |  | 115 | 28,75 % |
| b) Viša škola |  | 91 | 22,75 % |
| c) Fakultet i viši stupnjevi |  | 179 | 44,75 % |
| d) Bez odgovora/ne želim odgovoriti |  | 15 | 3,75 % |

### SP4. Mjesečna primanja Vašeg kućanstva su:

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Do 500 € |  | 11 | 2,75 % |
| b) 501 - 1000 € |  | 19 | 4,75 % |
| c) 1001 - 1500 € |  | 47 | 11,75 % |
| d) 1501 - 2000 € |  | 47 | 11,75 % |
| e) 2001 - 3000 € |  | 60 | 15 % |
| f) 3001 - 4000 € |  | 61 | 15,25 % |
| g) 4001 - 5000 € |  | 22 | 5,5 % |
| h) 5001 - 6000 € |  | 16 | 4 % |
| i) 6001 - 7000 € |  | 5 | 1,25 % |
| j) 7001 - 8000 € |  | 5 | 1,25 % |
| k) 8001 € i više |  | 9 | 2,25 % |
| l) Ne znam / ne želim odgovoriti |  | 98 | 24,5 % |

Presjek socio-ekonomskog profila ispitanika pokazuje da uzorak dominantno čine „klasični“ turisti koji ostvaruju noćenje u destinaciji, ponajprije u komercijalnom smještaju (65 %), dok je manji, ali i dalje značajan udio gostiju (22,5 %) koji borave u vlastitim objektima, kod rodbine i prijatelja ili pak dolaze kao jednodnevni posjetitelji (9,75 %). Većinu ispitanika čine strani gosti, dok domaći gosti čine nešto više od trećine uzorka. Prema demografskim obilježjima, u uzorku su nešto zastupljenije žene, što odgovara i inače većoj spremnosti žena da odgovaraju na anketna pitanja, a dobna struktura pokazuje najveću koncentraciju ispitanika u srednjim dobnim skupinama, osobito između 36 i 55 godina, što upućuje na prevladavanje zrelijih gostiju i obiteljskih ili individualnih putovanja srednje životne dobi. Navedeno odgovara i statističkim podacima Turističke zajednice o općoj strukturi gostiju u destinaciji. Obrazovna struktura pokazuje visok udio više i visokoobrazovanih ispitanika (zajedno 67,5 %), dok su kućanski prihodi raspoređeni kroz više dohodovnih razreda, uz nešto veći udio srednjih i viših primanja te razmjerno velik broj onih koji nisu željeli navesti prihod. Ovdje je važno istaknuti da je značajan broj ispitanika (gotovo četvrtina) odbio odgovoriti na navedeno pitanje. Generalno, struktura uzorka sugerira da rezultati istraživanja u velikoj mjeri odražavaju stavove gostiju srednje i više platežne moći, pretežno stranih posjetitelja koji u destinaciji borave više dana te najčešće koriste obiteljski smještaj.

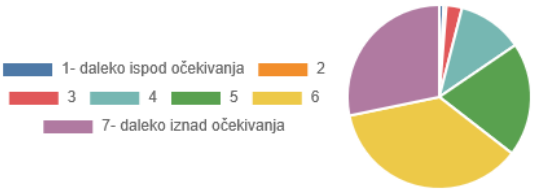
### A1. Koliko ste zadovoljni svojim cjelokupnim boravkom u ovoj destinaciji?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 8 | 2 % |
| 2 | | 5 | 1,25 % |
| 3 | | 13 | 3,25 % |
| 4 | | 33 | 8,25 % |
| 5 | | 61 | 15,25 % |
| 6 | | 117 | 29,25 % |
| 7- u potpunosti zadovoljan/na | | 163 | 40,75 % |




### A2. U kojoj mjeri je boravak u ovoj destinaciji ispunio Vaša očekivanja?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- daleko ispod očekivanja | | 3 | 0,75 % |
| 2 | | 2 | 0,5 % |
| 3 | | 11 | 2,75 % |
| 4 | | 46 | 11,5 % |
| 5 | | 80 | 20 % |
| 6 | | 145 | 36,25 % |
| 7- daleko iznad očekivanja | | 113 | 28,25 % |



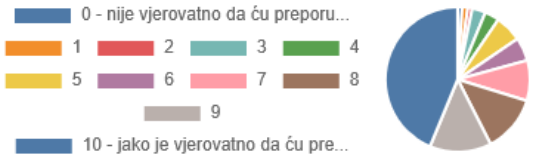
### A3. Kako biste ocijenili svoj boravak u ovoj destinaciji?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- najgori mogući boravak kojega možete zamisliti | | 3 | 0,75 % |
| 2 | | 3 | 0,75 % |
| 3 | | 11 | 2,75 % |
| 4 | | 24 | 6 % |
| 5 | | 82 | 20,5 % |
| 6 | | 170 | 42,5 % |
| 7- najbolji mogući boravak kojega možete zamisliti | | 107 | 26,75 % |



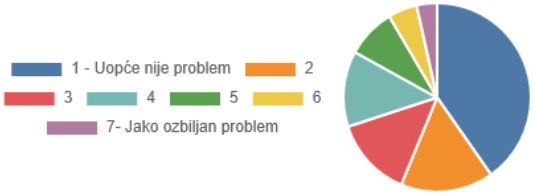

### B1. Koliko je vjerojatno da ćete ovo mjesto preporučiti prijateljima, rodbini ili kolegama?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 0- nije vjerojatno da ću preporučiti | | 4 | 1 % |
| 1 | | 5 | 1,25 % |
| 2 | | 4 | 1 % |
| 3 | | 12 | 3 % |
| 4 | | 13 | 3,25 % |
| 5 | | 24 | 6 % |
| 6 | | 21 | 5,25 % |
| 7 | | 36 | 9 % |
| 8 | | 51 | 12,75 % |
| 9 | | 55 | 13,75 % |
| 10- jako je vjerojatno da ću preporučiti | | 175 | 43,75 % |



### PH1. U kojoj Vam mjeri gužva na ulicama/trgovima/atrakcijama predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- uopće nije problem | | 161 | 40,25 % |
| 2 | | 64 | 16 % |
| 3 | | 55 | 13,75 % |
| 4 | | 52 | 13 % |
| 5 | | 34 | 8,5 % |
| 6 | | 20 | 5 % |
| 7- jako ozbiljan problem | | 14 | 3,5 % |




### PH2. Koliko ste zadovoljni ljepotom mjesta?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 30 | 7,5 % |
| 2 | | 19 | 4,75 % |
| 3- niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na | | 23 | 5,75 % |
| 4 | | 26 | 6,5 % |
| 5 | | 54 | 13,5 % |
| 6 | | 99 | 24,75 % |
| 7- u potpunosti zadovoljan/na | | 149 | 37,25 % |



### PH3. Koliko ste zadovoljni uređenošću mjesta?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 18 | 4,5 % |
| 2 | | 35 | 8,75 % |
| 3- niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na | | 36 | 9 % |
| 4 | | 34 | 8,5 % |
| 5 | | 62 | 15,5 % |
| 6 | | 105 | 26,25 % |
| 7- u potpunosti zadovoljan/na | | 110 | 27,5 % |



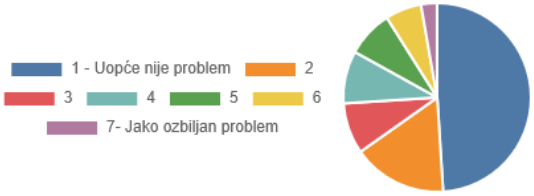

### PH4. Koliko ste zadovoljni uređenošću glavnih atrakcija u ovoj destinaciji?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 16 | 4 % |
| 2 | | 28 | 7 % |
| 3- niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na | | 49 | 12,25 % |
| 4 | | 23 | 5,75 % |
| 5 | | 72 | 18 % |
| 6 | | 99 | 24,75 % |
| 7- u potpunosti zadovoljan/na | | 113 | 28,25 % |



### PH5. U kojoj Vam mjeri buka na javnim prostorima (ulicama, trgovima, atrakcijama) predstavlja problem tijekom Vašeg boravka u destinaciji?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- uopće nije problem | | 196 | 49 % |
| 2 | | 65 | 16,25 % |
| 3 | | 35 | 8,75 % |
| 4 | | 36 | 9 % |
| 5 | | 32 | 8 % |
| 6 | | 25 | 6,25 % |
| 7- jako ozbiljan problem | | 11 | 2,75 % |




### PH6. Koliko ste zadovoljni prometom u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- u potpunosti nezadovoljan/na | | 22 | 5,5 % |
| 2 | | 43 | 10,75 % |
| 3- niti zadovoljan/na niti nezadovoljan/na | | 83 | 20,75 % |
| 4 | | 32 | 8 % |
| 5 | | 59 | 14,75 % |
| 6 | | 75 | 18,75 % |
| 7- u potpunosti zadovoljan/na | | 86 | 21,5 % |

### C1. Je li ovo Vaš prvi posjet ovom mjestu?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Da | | 174 | 43,5 % |
| b) Ne | | 200 | 50 % |
| Bez odgovora | | 26 | 6,5 % |

### D1. Kojim ste prijevoznim sredstvom doputovali u ovu destinaciju (ako ste koristili više vrsta prijevoznih sredstava, označite ono kojim ste prevalili najveći dio puta)?

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| a) Automobilom (uključujući s kamp-kućicom) i kamper | | 310 | 77,5 % |
| b) Motociklom | | 4 | 1 % |
| c) Biciklom | | 1 | 0,25 % |
| d) Autobusom | | 54 | 13,5 % |
| e) Zrakoplovom | | 22 | 5,5 % |
| f) Brodom/ trajektom | | 4 | 1 % |
| g) Drugim prijevoznim sredstvom | | 5 | 1,25 % |

### F1. Molimo Vas da ocijenite elemente turističke ponude mjesta u kojemu sada boravite!

#### a) Ljepota prirode i krajolika

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 4 | 1 % |
| 2 | | 2 | 0,5 % |
| 3 | | 6 | 1,5 % |
| 4 | | 7 | 1,75 % |
| 5 | | 46 | 11,5 % |
| 6 | | 85 | 21,25 % |
| 7- odlično | | 250 | 62,5 % |

#### b) Ljepota mjesta

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 7 | 1,75 % |
| 2 | | 6 | 1,5 % |
| 3 | | 13 | 3,25 % |
| 4 | | 38 | 9,5 % |
| 5 | | 70 | 17,5 % |
| 6 | | 113 | 28,25 % |
| 7- odlično | | 153 | 38,25 % |

### c) Uređenost mjesta

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 5 | 1,25 % |
| 2 | | 14 | 3,5 % |
| 3 | | 22 | 5,5 % |
| 4 | | 40 | 10 % |
| 5 | | 98 | 24,5 % |
| 6 | | 116 | 29 % |
| 7- odlično | | 105 | 26,25 % |

### d) Atmosfera, ugođaj

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 7 | 1,75 % |
| 2 | | 5 | 1,25 % |
| 3 | | 19 | 4,75 % |
| 4 | | 38 | 9,5 % |
| 5 | | 78 | 19,5 % |
| 6 | | 103 | 25,75 % |
| 7- odlično | | 150 | 37,5 % |

### e) Ekološka očuvanost prostora

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 8 | 2 % |
| 2 | | 7 | 1,75 % |
| 3 | | 26 | 6,5 % |
| 4 | | 42 | 10,5 % |
| 5 | | 86 | 21,5 % |
| 6 | | 99 | 24,75 % |
| 7- odlično | | 132 | 33 % |

### f) Osobna sigurnost

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 2 | 0,5 % |
| 2 | | 2 | 0,5 % |
| 3 | | 8 | 2 % |
| 4 | | 18 | 4,5 % |
| 5 | | 43 | 10,75 % |
| 6 | | 105 | 26,25 % |
| 7- odlično | | 222 | 55,5 % |

### g) Prometna dostupnost destinacije

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 7 | 1,75 % |
| 2 | | 10 | 2,5 % |
| 3 | | 14 | 3,5 % |
| 4 | | 31 | 7,75 % |
| 5 | | 72 | 18 % |
| 6 | | 100 | 25 % |
| 7- odlično | | 166 | 41,5 % |

### h) Prilagođenost destinacije djeci

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 3 | 0,75 % |
| 2 | | 9 | 2,25 % |
| 3 | | 24 | 6 % |
| 4 | | 50 | 12,5 % |
| 5 | | 93 | 23,25 % |
| 6 | | 99 | 24,75 % |
| 7- odlično | | 122 | 30,5 % |

### i) Mogućnost kvalitetnog kretanja pješice u destinaciji

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 9 | 2,25 % |
| 2 | | 9 | 2,25 % |
| 3 | | 30 | 7,5 % |
| 4 | | 33 | 8,25 % |
| 5 | | 65 | 16,25 % |
| 6 | | 98 | 24,5 % |
| 7- odlično | | 156 | 39 % |

### j) Prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 28 | 7 % |
| 2 | | 27 | 6,75 % |
| 3 | | 45 | 11,25 % |
| 4 | | 72 | 18 % |
| 5 | | 78 | 19,5 % |
| 6 | | 69 | 17,25 % |
| 7- odlično | | 81 | 20,25 % |

### k) Lokalni javni prijevoz

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 45 | 11,25 % |
| 2 | | 35 | 8,75 % |
| 3 | | 44 | 11 % |
| 4 | | 82 | 20,5 % |
| 5 | | 74 | 18,5 % |
| 6 | | 47 | 11,75 % |
| 7- odlično | | 73 | 18,25 % |

### l) Promet u mjestu (protočnost prometa, parkirališta)

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 15 | 3,75 % |
| 2 | | 14 | 3,5 % |
| 3 | | 37 | 9,25 % |
| 4 | | 68 | 17 % |
| 5 | | 76 | 19 % |
| 6 | | 86 | 21,5 % |
| 7- odlično | | 104 | 26 % |

### m) Gostoljubivost lokalnog stanovništva

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 5 | 1,25 % |
| 2 | | 9 | 2,25 % |
| 3 | | 17 | 4,25 % |
| 4 | | 32 | 8 % |
| 5 | | 45 | 11,25 % |
| 6 | | 94 | 23,5 % |
| 7- odlično | | 198 | 49,5 % |

### n) Smještajni objekt

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 3 | 0,75 % |
| 2 | | 2 | 0,5 % |
| 3 | | 8 | 2 % |
| 4 | | 23 | 5,75 % |
| 5 | | 42 | 10,5 % |
| 6 | | 77 | 19,25 % |
| 7- odlično | | 153 | 38,25 % |
| Noćenje u vlastitom/ obiteljskom objektu) | | 92 | 23 % |

### o) Čistoća plaža

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 8 | 2 % |
| 2 | | 9 | 2,25 % |
| 3 | | 29 | 7,25 % |
| 4 | | 48 | 12 % |
| 5 | | 50 | 12,5 % |
| 6 | | 130 | 32,5 % |
| 7- odlično | | 126 | 31,5 % |

### p) Opremljenost/ uređenost plaža

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 14 | 3,5 % |
| 2 | | 17 | 4,25 % |
| 3 | | 35 | 8,75 % |
| 4 | | 45 | 11,25 % |
| 5 | | 88 | 22 % |
| 6 | | 98 | 24,5 % |
| 7- odlično | | 103 | 25,75 % |

### q) Biciklističke rute i staze

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 12 | 3 % |
| 2 | | 12 | 3 % |
| 3 | | 38 | 9,5 % |
| 4 | | 54 | 13,5 % |
| 5 | | 83 | 20,75 % |
| 6 | | 89 | 22,25 % |
| 7- odlično | | 112 | 28 % |

### r) Pješačke staze

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 10 | 2,5 % |
| 2 | | 7 | 1,75 % |
| 3 | | 21 | 5,25 % |
| 4 | | 37 | 9,25 % |
| 5 | | 57 | 14,25 % |
| 6 | | 107 | 26,75 % |
| 7- odlično | | 161 | 40,25 % |

### s) Označavanje znamenitosti

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 8 | 2 % |
| 2 | | 7 | 1,75 % |
| 3 | | 18 | 4,5 % |
| 4 | | 43 | 10,75 % |
| 5 | | 86 | 21,5 % |
| 6 | | 105 | 26,25 % |
| 7- odlično | | 133 | 33,25 % |

### t) Informacije u destinaciji

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 6 | 1,5 % |
| 2 | | 13 | 3,25 % |
| 3 | | 18 | 4,5 % |
| 4 | | 39 | 9,75 % |
| 5 | | 79 | 19,75 % |
| 6 | | 103 | 25,75 % |
| 7- odlično | | 142 | 35,5 % |

### u) Informacije/ edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (centri, poučne staze, programi)

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 5 | 1,25 % |
| 2 | | 9 | 2,25 % |
| 3 | | 18 | 4,5 % |
| 4 | | 49 | 12,25 % |
| 5 | | 68 | 17 % |
| 6 | | 98 | 24,5 % |
| 7- odlično | | 153 | 38,25 % |

### v) Kultura i umjetnost

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 13 | 3,25 % |
| 2 | | 15 | 3,75 % |
| 3 | | 36 | 9 % |
| 4 | | 70 | 17,5 % |
| 5 | | 77 | 19,25 % |
| 6 | | 82 | 20,5 % |
| 7- odlično | | 107 | 26,75 % |

### w) Događanja i manifestacije

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 10 | 2,5 % |
| 2 | | 17 | 4,25 % |
| 3 | | 29 | 7,25 % |
| 4 | | 81 | 20,25 % |
| 5 | | 64 | 16 % |
| 6 | | 90 | 22,5 % |
| 7- odlično | | 109 | 27,25 % |

### x) Zabava/noćni život

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše |  | 21 | 5,25 % |
| 2 |  | 28 | 7 % |
| 3 |  | 46 | 11,5 % |
| 4 |  | 73 | 18,25 % |
| 5 |  | 67 | 16,75 % |
| 6 |  | 69 | 17,25 % |
| 7- odlično |  | 96 | 24 % |

### y) Gastronomska ponuda u mjestu

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše |  | 9 | 2,25 % |
| 2 |  | 17 | 4,25 % |
| 3 |  | 33 | 8,25 % |
| 4 |  | 51 | 12,75 % |
| 5 |  | 77 | 19,25 % |
| 6 |  | 79 | 19,75 % |
| 7- odlično |  | 134 | 33,5 % |

### z) Sportski sadržaji

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše |  | 11 | 2,75 % |
| 2 |  | 14 | 3,5 % |
| 3 |  | 38 | 9,5 % |
| 4 |  | 54 | 13,5 % |
| 5 |  | 77 | 19,25 % |
| 6 |  | 85 | 21,25 % |
| 7- odlično |  | 121 | 30,25 % |

### aa) Ponuda organiziranih izleta u okolicu

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 6 | 1,5 % |
| 2 | | 12 | 3 % |
| 3 | | 28 | 7 % |
| 4 | | 55 | 13,75 % |
| 5 | | 85 | 21,25 % |
| 6 | | 87 | 21,75 % |
| 7- odlično | | 127 | 31,75 % |

### bb) Mogućnost za kupnju

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 12 | 3 % |
| 2 | | 15 | 3,75 % |
| 3 | | 38 | 9,5 % |
| 4 | | 52 | 13 % |
| 5 | | 80 | 20 % |
| 6 | | 81 | 20,25 % |
| 7- odlično | | 122 | 30,5 % |

### cc) Besplatni internet u destinaciji

| | | ODGOVORI | UDIO |
|---|---|---|---|
| 1- jako loše | | 41 | 10,25 % |
| 2 | | 16 | 4 % |
| 3 | | 28 | 7 % |
| 4 | | 55 | 13,75 % |
| 5 | | 52 | 13 % |
| 6 | | 73 | 18,25 % |
| 7- odlično | | 135 | 33,75 % |

Rezultati istraživanja pokazuju visoku ukupnu razinu zadovoljstva gostiju boravkom u destinaciji. Na svim osnovnim pokazateljima općeg zadovoljstva – ukupnom dojmu boravka, ispunjenosti očekivanja i ocjeni cjelokupnog iskustva – dominantni su visoki rezultati, pri čemu najveći broj ispitanika daje ocjene iz gornjeg dijela ljestvice. To upućuju da destinacija u velikoj mjeri uspijeva ispuniti, a dijelom i nadmašiti očekivanja svojih posjetitelja. Posebno je važno istaknuti

i vrlo visoku vjerojatnost preporuke destinacije drugim osobama (70,25 %), što sugerira snažan potencijal usmene promocije i dobar opći doživljaj boravka među gostima.

Kad je riječ o doživljaju prostora i osnovnih obilježja destinacije, rezultati potvrđuju da gosti posebno pozitivno vrednuju ljepotu mjesta, uređenost mjesta i glavnih atrakcija te opći vizualni i ambijentalni dojam destinacije. Visoke ocjene ovih elemenata pokazuju da prostor, njegov izgled i doživljaj okoliša čine jednu od važnijih sastavnica turističke privlačnosti. Istodobno, rezultati vezani uz gužve na ulicama, trgovima i atrakcijama te uz buku na javnim prostorima pokazuju da za većinu gostiju ti elementi nisu izražen problem, iako dio ispitanika ipak prepoznaje određenu razinu opterećenja, osobito u vršnim razdobljima sezone, što sugerira da sezonski pritisci postoje, ali još ne narušavaju dominantno pozitivnu sliku boravka u destinaciji.

Nešto uravnoteženije ocjene prisutne su kod zadovoljstva prometom u mjestu. Iako i ovdje prevladavaju pozitivne ocjene, vidljiv je veći udio srednjih (43,25 % - ocjene 3,4 i 5 od 7) i nižih ocjena (16,25 %) nego kod općeg zadovoljstva boravkom ili vizualnog dojma mjesta. To upućuje na to da su prometna protočnost, parkiranje i svakodnevna prometna organizacija neke od osjetljivijih područja turističkog iskustva, odnosno segment u kojem gosti lakše prepoznaju određena ograničenja destinacije.

Podaci o prvom posjetu pokazuju razmjerno uravnotežen odnos između novih i povratnih gostiju, uz blagu prevagu onih koji su mjesto već ranije posjetili, što je važan pokazatelj sposobnosti destinacije da privlači nove goste i zadržava interes onih koji se vraćaju. Visok udio povratnih dolazaka, doduše, vezan je dijelom i uz visok postotak nekomercijalnog smještaja u koji se redovito vraćaju vlasnici, njihove obitelji i prijatelji.

Struktura dolaska prema prijevoznom sredstvu pokazuje izrazitu dominaciju automobila, dok su ostali oblici dolaska znatno slabije zastupljeni. To potvrđuje snažnu ovisnost destinacije o cestovnom pristupu, što je važno i za razumijevanje prometnih opterećenja tijekom glavne sezone. Relativno malen udio dolazaka javnim prijevozom ili drugim alternativnim oblicima mobilnosti sugerira potrebu daljnjeg promišljanja dostupnosti destinacije i održivijih prometnih rješenja.

Ocjene pojedinih elemenata turističke ponude dodatno nijansiraju ukupnu sliku i jasno pokazuju koje su najjače strane destinacije. Među najbolje ocijenjenim elementima ističu se ljepota prirode i krajolika (83,75 % visokih ocjena), osobna sigurnost (81,75 %), prometna dostupnost destinacije (66,5 %), mogućnost kvalitetnog kretanja pješice (63,5 %), pješačke staze (67 %), gostoljubivost lokalnog stanovništva (73 %) te informacije i edukacija u zaštićenim prirodnim područjima (62,75 %). Vrlo dobre ocjene ovih elemenata sugeriraju da destinacija osobitu snagu ima u prirodnim resursima, osjećaju sigurnosti, ambijentu, boravku na otvorenom i iskustvima povezanima s prirodom i aktivnim boravkom u prostoru. To je ujedno i važna potvrda identiteta destinacije, koji se oslanja na pejzažnu vrijednost, dostupnost prirodnih atrakcija i kvalitetu boravka u sigurnom okruženju.

Pozitivno su ocijenjeni i brojni drugi elementi ponude, uključujući ljepotu mjesta, uređenost mjesta, atmosferu i ugođaj, ekološku očuvanost prostora, prilagođenost destinacije djeci, označavanje znamenitosti, informacije u destinaciji, kulturno-umjetničku ponudu, događanja i manifestacije, gastronomsku ponudu, sportske sadržaje, organizirane izlete u okolicu, mogućnosti za kupnju i besplatni internet u destinaciji (preko 50 % visokih ocjena). Iako postoje razlike u intenzitetu ocjena, ukupna slika pokazuje da gosti ponudu destinacije procjenjuju uglavnom povoljno i da ne prepoznaju ozbiljne strukturne nedostatke u većini ključnih sastavnica boravka.

S druge strane, određeni elementi turističke ponude pokazuju nešto veći prostor za unaprjeđenje. To se osobito odnosi na lokalni javni prijevoz, prilagođenost destinacije osobama s invaliditetom, promet u mjestu, kao i neke elemente plažne (30 % visokih ocjena i 20 % vrlo niskih) i komunalne infrastrukture koji, iako nisu loše ocijenjeni, ne dosežu razinu najviše vrednovanih sastavnica destinacijskog iskustva. Slično vrijedi i za zabavu i noćni život (41,25 % visokih ocjena), koji su ocijenjeni umjerenije od prirodnih, ambijentalnih i sigurnosnih obilježja destinacije. Takvi rezultati sugeriraju da destinacija svoju konkurentnost primarno temelji na prirodnim, prostornim i ambijentalnim vrijednostima, dok su sadržaji sekundarne turističke potrošnje i dio funkcionalne infrastrukture područja u kojima postoji dodatni prostor za razvoj.

U cjelini gledano, rezultati istraživanja pokazuju da gosti destinaciju doživljavaju vrlo pozitivno te da su njezine glavne komparativne prednosti povezane s prirodnim ljepotama, sigurnošću, ambijentom, gostoljubivošću i mogućnostima boravka na otvorenom. Istodobno, nešto niže, iako još uvijek pretežno povoljne ocjene, upozoravaju na potrebu daljnjeg unaprjeđenja prometnih rješenja, javnog prijevoza, pristupačnosti za osobe s invaliditetom te pojedinih dodatnih sadržaja i infrastrukturnih elemenata. Podaci stoga sugeriraju da daljnji razvoj destinacije treba biti usmjeren na očuvanje njezinih temeljnih prostornih i prirodnih vrijednosti, uz postupno jačanje funkcionalne kvalitete boravka i dostupnosti sadržaja za različite skupine posjetitelja.