



44°15'45''S

institut zaturizam 

15°07'07''E

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA OPĆINE

# PRIVLAKA

ZA RAZDOBLJE OD 2015. DO 2025. GODINE

Zagreb, travanj 2015. godine

## OSNOVNE INFORMACIJE O PROJEKTU

NAZIV PROJEKTA	Strategija razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025. godine
NARUČITELJ	Općina Privlaka Ivana Pavla II 46 23233 Privlaka
NOSITELJ PROJEKTNIH AKTIVNOSTI	Institut za turizam Vrhovec 5 10000 Zagreb
ČLANOVI RADNOG TIMA	Dr.sc. Damir Krešić – voditelj projekta Katarina Miličević, MBA Izidora Marković, prof.geo./ing.geol.
POČETAK PROJEKTNIH AKTIVNOSTI	12. siječnja 2015. godine
PLANIRANO TRAJANJE PROJEKTA	60 radnih dana
PLANIRANI DATUM ZAVRŠETKA PROJEKTA	03. travnja 2015. godine

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b>	<b>3</b>
1.1. Ciljevi projekta	5
1.2. Metode izrade projekta	6
1.3. Pristup izradi projekta	8
<b>2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA</b>	<b>11</b>
2.1. Geografska, prostorna, prometna i infrastrukturna obilježja prostora	12
2.2. Prostorno planska dokumentacija	17
2.3. Obilježja turističke potražnje i ponude	18
2.3.1. Obilježja turističke potražnje	18
2.3.2. Obilježja turističke ponude	22
2.4. Analiza i valorizacija turističke resursne osnove	24
2.5. Pregled glavnih trendova na turističkom tržištu	28
2.6. Analiza interesnih skupina	30
<b>3. SWOT ANALIZA</b>	<b>31</b>
3.1. Prednosti i nedostaci turističkog razvoja	32
3.2. Prilike i prijetnje turističkog razvoja	35
<b>4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA</b>	<b>37</b>
4.1. Vizija turističkog razvoja	38
4.2. Ciljevi turističkog razvoja	39
4.3. Ostale odrednice upravljanja turizmom	41
4.4. Turističko zoniranje	42
<b>5. SMJERNICE DESTINACIJSKOG MARKETINGA</b>	<b>45</b>
5.1. Atributi tržišnog pozicioniranja	46
5.2. Ciljna tržišta	47
5.3. Proizvodni portfelj	48
5.4. Komunikacijske aktivnosti	50
<b>6. GLAVNI RAZVOJNI PROJEKTI</b>	<b>53</b>
<b>7. UPUTE ZA PROVEDBU I MONITORING STRATEGIJE</b>	<b>78</b>
<b>8. AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI</b>	<b>81</b>
<b>9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE</b>	<b>85</b>

# 1. UVOD

Općina Privlaka nalazi se na ravnom i pješčanom poluotoku smještenom u sjeverozpadnom dijelu Zadarske županije, te s površinom od oko 11,11 km<sup>2</sup> i s oko 2,2 tisuće stanovnika spada u red manjih općina na području ove županije. Prema podacima iz Programa ukupnog razvoja općine Privlaka<sup>1</sup> (str. 67) poljoprivreda i turizam predstavljaju najvažnije gospodarske aktivnosti na području Općine. Prema informacijama dostupnim u Glavnom planu razvoja Zadarske županije 2013.-2023.<sup>2</sup> (str. 20), općina Privlaka čini sastavni dio Zadarske turističke rivijere, gdje osim Privlake spadaju i gradovi Zadar i Nin te općine Bibinje, Sukošan i Vir. Prema podacima iz istog dokumenta (str.58-68), osnovicu turističkog razvoja općine Privlaka čine brojne prirodne atrakcije, među kojima se svakako izdvaja blaga mediteranska klima (osobito povoljni mikroklimatski uvjeti s visokom insolacijom i niskom godišnjom količinom oborina), brojne pješčane plaže, ljekovito blato te bogata kulturno-povijesna baština, gdje je posebno potrebno izdvojiti crkve i kapelice, kopnena i podvodna arheološka nalazišta, privlačke bunare kao i kulturu života i rada lokalnog stanovništva, te osobito sabunjarenje.

Osim kvalitetnih prirodnih resursa te bogate kulturno-povijesne baštine postoje i brojni kvalitativni i kvantitativni trendovi na suvremenom turističkom tržištu koji dodatno potvrđuju visoki potencijal turističkog razvoja općine Privlaka. Najvažniji među navedenim trendovima su: (1) starenje stanovništva na najvažnijim turističkim emitivnim tržištima, (2) porast diskrecijskog dijela dohotka, (3) porast broja međunarodnih turističkih dolazaka i noćenja, (4) potreba za tzv. „dokoličarskom edukacijom“, (5) porast zanimanja turista za bavljenjem dodatnim aktivnostima u destinaciji, (6) želja suvremenih turista za upoznavanjem novih kultura i običaja, (7) povećana briga za okoliš i zdravlje turista itd. S obzirom na kvalitetnu i raznovrsnu turističku resursnu osnovu te brojne nove trendove koji obilježavaju suvremeno turističko tržište, može se zaključiti da općina Privlaka ima dobre preduvjete da, kroz inoviranje postojećih i razvoj novih, tržištu zanimljivih turističkih proizvoda, zadovolji visoke standarde suvremenog turističkog tržišta odnosno da se razvije u prepoznatljivu i tržišno konkurentnu turističku destinaciju. Analiza službenih podataka Državnog zavoda za statistiku (DZS) o kretanju registriranog turističkog prometa na području općine Privlaka pokazuje da je na području Općine tijekom 2014. godine registrirano 30,1 tisuća dolazaka i 238,2 tisuće noćenja turista, što predstavlja porast broja noćenja od oko 17% te porast broja dolazaka od oko 14% u odnosu na 2013. godinu. U zadnjih deset godina, turistički promet u općini Privlaka porastao je za oko 37%, odnosno povećavao se po prosječnoj godišnjoj stopi nešto većoj od 3%. U istom desetogodišnjem razdoblju (2005.-2014.), turistički promet u Zadarskoj županiji se skoro udvostručio (+93%). S obzirom da je stopa rasta turističkog prometa u općini Privlaka znatno ispod županijskog prosjeka, može se zaključiti da izuzetno kvalitetna i raznolika turistička resursna osnova općine Privlaka trenutno nije na zadovoljavajući način turistički i tržišno valorizirana.

Razloge trenutnog suboptimalnog stanja turističkog razvoja Općine valja tražiti prvenstveno u nerazvijenoj turističkoj infra i suprastrukturi kao i u nepostojanju dobro osmišljenog, kvalitetnog i cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti odnosno nepostojanju sustava turističkih iskustava i doživljaja koji bi osigurali kvalitetan i sadržajan boravak turista na području općine Privlaka.

<sup>1</sup> Program ukupnog razvoja općine Privlaka, CroMost, 2013.

<sup>2</sup> Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023., Razvojna agencija Zadarske županije ZADRA d.o.o. i Sveučilište u Zadru, 2013. godine

Stoga je općina Privlaka, u želji da podigne kvalitetu turističkog destinacijskog proizvoda odnosno da osigura pretpostavke za stabilan i dugoročno održiv turistički rast i razvoj Općine, dana 12.01.2015. godine raspisala natječaj za izradu dokumenta pod nazivom „Strategija razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025.“. Sukladno navedenom, a temeljem ocjene svih pristiglih ponuda, ponuda Instituta za turizam iz Zagreba je odabrana kao najpovoljnija te je Institutu povjeren posao izrade ovog dokumenta. Riječ je o dugoročnom, strateškom i planskom dokumentu kojim se treba definirati tržišno održiv koncept turističkog razvoja općine Privlaka te kojim je također potrebno definirati određeni broj razvojno-investicijskih projekata koji bi bili u funkciji održivog razvoja turizma na području Općine.

Temeljem svega prethodno navedenoga, glavni cilj projekta je izrada dokumenta kojim bi se osigurali preduvjeti za planski i sustavan, stabilan, dugoročno održiv i koordiniran turistički razvoj općine Privlaka. Izrada Strategije razvoja turizma će kroz definiranje nove razvojne vizije turizma, definiranje novih razvojnih prioriteta, definiranje novih marketinških smjernica te kroz osmišljavanje određenog broja novih investicijsko-razvojnih projekata, stvoriti pretpostavke za kvalitativni iskorak turističke ponude Općine na međunarodnom turističkom tržištu odnosno za bolju tržišnu valorizaciju postojećih turističkih resursa i atrakcija te za otvaranje Općine brojnim novim, i do sada neiskorištenim, tržišnim segmentima. Sukladno svemu navedenome, u ovome planskom dokumentu bi posebnu pažnju trebalo posvetiti slijedećim problemskim područjima:

- Nedefinirana i nedovoljno valorizirana turistička resursna osnova
- Nepostojanje vizije turističkog razvoja Općine
- Nerazvijenost turističke infra i suprastrukture
- Nedostatak kvalitetnih turističkih proizvoda
- Neprepoznatljivost Općine kao turističke destinacije na turističkom tržištu
- Nepostojanje razvojno-investicijskih projekata
- Opasnost od devastacije prirode i prostora kao najvrjednijeg turističkog resursa.

Konačno, prilikom izrade Strategije razvoja turizma za općinu Privlaka, posebna pažnja će biti posvećena:

- Preporukama i odrednicama koje su sadržane u planskoj dokumentaciji višeg reda
- Brojnosti i strukturi ključnih dionika razvoja turizma kako iz javnog tako i iz privatnog sektora
- Interesima lokalnog stanovništva općine Privlaka
- Potrebi da planirani turistički razvoj općine Privlaka bude usklađen s glavnim odrednicama održivog razvoja odnosno da planirani turistički razvoj bude dugoročno održiv u društvenom, ekonomskom i ekološkom smislu

## 1.1. CILJEVI PROJEKTA

Ciljevi izrade Strategije razvoja turizma za općinu Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025. godine definirani su temeljem opisa projektnog zadatka kojega je definirao Naručitelj,

saznanja koja su stečena tijekom boravka članova projektnog tima na terenu, kroz razgovor s predstavnicima javne vlasti i razgovora s ostalim dionicima turističkog razvoja te prikupljanjem informacija iz javno dostupnih sekundarnih izvora. Kao prvo, pretpostavlja se da općina Privlaka raspolaže s vrlo kvalitetnom i raznovrsnom turističkom resursnom osnovom koja, zbog nepostojanja planskog pristupa turističkom razvoju, trenutno nije na zadovoljavajući način tržišno valorizirana. Zbog činjenice da Općina trenutno ne funkcionira kao usklađen turistički sustav odnosno kao prepoznatljiva turistička destinacija, trenutni stupanj turističkog razvoja Općine je na nižoj razini nego što bi on realno trebao odnosno mogao biti, što je ukratko opisano i argumentirano u uvodnom dijelu ovog poglavlja. Imajući to u vidu, lokalna samouprava je, kroz raspisivanje natječaja za izradu Strategije, pokazala interes za osmišljavanje dugoročno održivog i tržišno prihvatljivog modela turističkog razvoja koji može udovoljiti očekivanjima i standardima suvremenog turističkog tržišta. Osim toga, turistički razvoj općine Privlaka treba se temeljiti na odrednicama održivog razvoja turizma uz maksimalno uvažavanje principa suvremenog učesničkog planiranja što podrazumijeva postizanje suglasja svih dionika razvoja turizma oko najvažnijih razvojnih pravaca. Konačno Strategija razvoja turizma općine Privlaka treba maksimalno uvažavati želje i potrebe dionika kako iz javnog tako i iz privatnog sektora te treba biti prvenstveno u funkciji podizanja razine životnog standarda lokalnog stanovništva. Sukladno opisu projektnog zadatka te temeljem ovako definiranih pretpostavki, konkretne ciljeve izrade Strategije moguće je definirati na slijedeći način:

- Identifikacija i valorizacija turističke resursne osnove
- (Re)Definiranje vizije razvoja turizma općine Privlaka
- Utvrđivanje strateških ciljeva turističkog razvoja
- Definiranje smjernica marketinga
- Inovacija postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda
- Definiranje osnovnih promocijskih i komunikacijskih aktivnosti
- Definiranje određenog broja razvojnih projekata
- Objedinjavanje turističke ponude općine Privlaka i uspostava cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti
- Stvaranje pretpostavki za uspješno tržišno pozicioniranje općine Privlaka kao turističke destinacije te preduvjeta za diferencijaciju općine Privlaka u odnosu na najvažnije konkurentne destinacije u neposredno konkurentskom okruženju
- Poticanje suradnje među glavnim dionicima turističkog razvoja na području općine Privlaka.

S obzirom na ovako definirane ciljeve, Strategija će, po svome završetku, predstavljati cjeloviti konceptijski okvir djelovanja svih dionika turističkog razvoja, u nju će biti ugrađeni svi bitni elementi turističke politike na razini Općine te će predstavljati i važan izvor informacija za potencijalne investitore.

## 1.2. METODE IZRADA PROJEKTA

Za izradu Strategije razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025. koristiti će se metode izrade i planerski pristup koji se uobičajeno koristi za izradu planskih i razvojnih dokumenata s područja turizma, a koje uključuju cijeli niz istraživačkih, analitičkih

i interpretativnih postupaka kao što su obilazak terena, prikupljanje podataka iz javno dostupnih sekundarnih izvora (DZS, TZ općine Privlaka, postojeća planska dokumentacija itd.), analiza i valorizacija turističke resursne osnove, radionice s dionicima turističkog razvoja, intervjui s predstavnicima javne vlasti, SWOT analiza i sl. Metodologija izrade projekta biti će maksimalno orijentirana prema provedbenim rješenjima, a temeljiti će se na principima učesničkog i susretnog planiranja tj. na intenzivnoj suradnji i uključenosti svih dionika razvoja turizma. U sklopu planirane metodologije predviđen je i obilazak terena te organizacija radionice s ključnim dionicima turističkog razvoja u općini Privlaka, kako iz javnog tako i iz privatnog sektora. Neke od glavnih metodoloških postavki su :

1. Primjena suvremenih principa konzultativnog/učesničkog planiranja koji podrazumijevaju intenzivnu suradnju s lokalnom zajednicom na zajedničkom pronalasku najprihvatljivijih rješenja za budući turistički razvoj općine Privlaka

2. Razvoj provedbenih instrumenata, mehanizama i formalnih/polufornalnih tijela zaduženih za provedbu aktivnosti koje su predviđene Strategijom. Ovo prvenstveno podrazumijeva zajednički rad na definiranju i razvoju realno primjenjivih implementacijskih instrumenata Strategije

3. Analiza od pojedinačnog ka općem (tkzv. „bottom-up“ planski pristup) koji implicira sagledavanje svih pojedinačnih razvojnih mogućnosti te njihovo uvezivanje i stavljanje u funkciju postizanja ciljeva turističkog razvoja Općine.

Metodologija izrade dokumenta „Strategije razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025“, osim istraživanja za stolom, uključuje i aktivnosti na terenu opisane u tablici 1.2.1.

Tablica 1.2.1.  
Aktivnosti na izradi projekta

NAZIV AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI
OBILAZAK TERENA	Identifikacija i valorizacija turističke resursne osnove te upoznavanje s ključnim dionicima turističkog razvoja. Utvrđivanje osnovnih elemenata pozicioniranja destinacije na turističkom tržištu te sagledavanje mogućnosti razvoja turističkih proizvoda.
RAZGOVORI S PREDSTAVNICIMA JAVNE VLASTI	Utvrđivanje ključnih stavova o modelu upravljanja turističkim razvojem na području općine Privlaka.
RADIONICA S KLJUČNIM DIONICIMA TURISTIČKOG RAZVOJA OPĆINE PRIVLAKA	Utvrđivanje elemenata pozicioniranja te željene vizije turističkog razvoja općine Privlaka; cilj radionice je osigurati konsenzus oko modela budućeg turističkog razvoja.
JAVNA PREZENTACIJA	Nakon završetka, Strategija razvoja turizma općine Privlaka se prezentira i daje na uvid široj društvenoj javnosti.

Izvor: Autori studije.

Konačno, metodologija rada na projektu u obzir će uzeti i glavne smjernice koje su definirane u planskoj dokumentaciji višeg reda, kao i ostalu plansku dokumentaciju, u što spada:

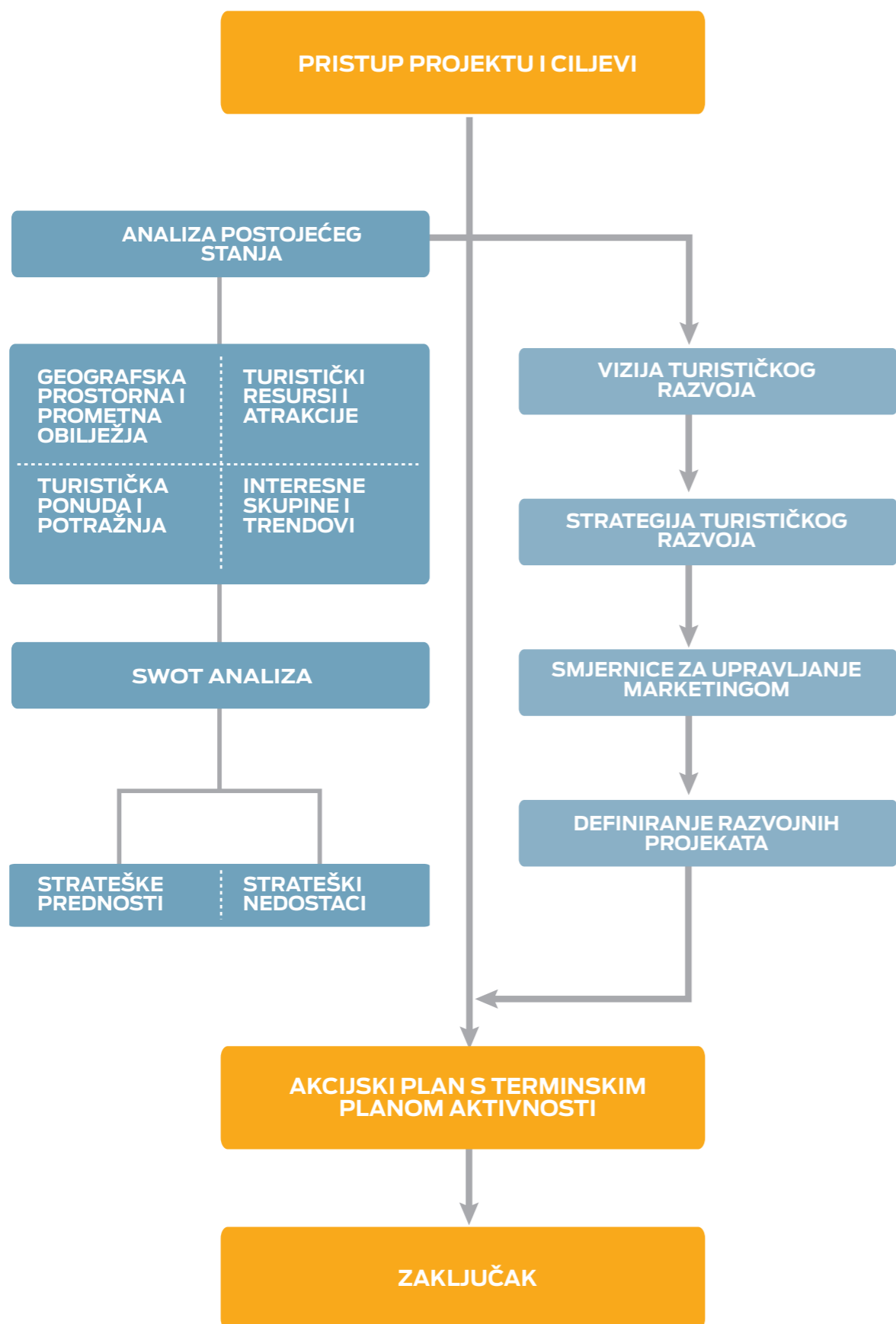
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
- Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije od 2013. do 2023. godine
- Program ukupnog razvoja općine Privlaka
- Prostorno plansku dokumentaciju općine Privlaka

### 1.3. PRISTUP IZRADI PROJEKTA

Uvažavajući opis projektnog zadatka i prethodno definirane glavne metodološke odrednice, pristup izradi projekta opisan je u tekstu koji slijedi. Projekt započinje s analizom postojećeg stanja, što predstavlja temeljni input za kasniji rad na projektu. Analiza postojećeg stanja obuhvaća geografske, prostorne i prometne značajke prostora. Nadalje, analizira se trenutna turistička ponuda i potražnja u općini Privlaka te se također provodi detaljna analiza i vrednovanje turističke resursne osnove. Također se daje pregled glavnih kvalitativnih i kvantitativnih trendova na međunarodnom turističkom tržištu koje je potrebno uzeti u obzir prilikom definiranja koncepta budućeg turističkog razvoja općine Privlaka, kao i pregled glavnih interesnih skupina. Spoznaje stečene analizom postojećeg stanja se sintetiziraju kroz SWOT analizu što pruža analitički uvid u prednosti, nedostatke, mogućnosti i ograničenja turističkog razvoja općine Privlaka.

Temeljem informacija dobivenih SWOT analizom definira se strategija razvoja turizma koja uključuje viziju turističkog razvoja, ciljeve turističkog razvoja, odrednice upravljanja turizmom i turističko zoniranje. Temeljem prethodno definiranih elemenata strategije razvoja, definiraju se i smjernice destinacijskog marketinga, koje uključuju attribute tržišnog pozicioniranja, ciljna tržišta, proizvodni portfelj i komunikacijske aktivnosti. Konačno, definira se određeni broj razvojno-investicijskih projekata, pri čemu se za svaki projekt definira opis projektnih aktivnosti, ciljevi projekta, nositelj projektnih aktivnosti, uključeni dionici, razdoblje provedbe te prioritete provedbe projekta (nizak/srednji/visok). Prioritet se određuje temeljem trenutnog stupnja tržišne spremnosti projektnog prijedloga, visine predvidivih ulaganja te značaja projekta za ukupni turistički razvoj Općine. Dokument završava s akcijskim planom u kojemu su definirana razdoblja provedbe pojedinih projektnih prijedloga kao i njihova moguća povezanost. Pristup izradi Strategije razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje od 2015. do 2025. shematski je prikazan slikom 1.3.1

Prikaz 1.3.1.  
Pristup izradi projekta



## 2.1. GEOGRAFSKA, PROSTORNA, PROMETNA I INFRASTRUKTURNA OBILJEŽJA PROSTORA

Općina Privlaka se nalazi na sjeverozapadnom dijelu Ravnih kotara, u sklopu Ninske rivijere, te se prostire na površini od 11,39 km<sup>2</sup>, a sastoji se od jednog istoimenog naselja, s nekoliko urbanih jezgri i centralnim funkcijama manjeg lokalnog središta. U sastavu Općine je i morski obalni pojas površine 14,74 km<sup>2</sup>. Administrativno Općina je dio Zadarske županije te zauzima svega 0,3% ukupne površine Županije. Privlaka sa sjevera graniči s općinom Vir, s istoka s općinom Vrsi (morska granica), s juga s gradom Ninom, te sa zapada s teritorijalnim morem. Smještena je na prostranom, ravnom poluotoku pjeskovitog tla (7km dužine i 4km širine) koji sa sjeveroistočne strane zatvara Ninski zaljev, a s jugozapadne Zadarski kanal.

Prikaz 2.1.1.

Prostorni položaj općine Privlaka i topografska karta Općine



Izvor: Autori studije.

Obala Privlake izrazito je razvedena i njena dužina iznosi 14,65 km. Obalu oblikuju brojni poluotočići, rtovi, uvale, zatoni i prolazi. Cijeli prostor je izrazito uravnjen i maritimno eksponiran, okružen Zadarskim kanalom s jugozapada, Privlačkim zaljevom sa sjeverozapada te Ninskim sa sjeveroistoka. More uz obalu je plitko, s brojnim pjesčanim

## 2. ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA

plažama i manjim uvalama. Privlaka je smještena na niskom, u podlozi vapnenačkom, te uglavnom pješčanim naslagama prekrivenom poluotoku. Plitke obale nisu omogućile snažniju pomorsku usmjerenost u prošlosti, osim na pjeskarenje, ali su velike mogućnosti poljodjelskog vrednovanja oduvijek bile poticajna osnova za dosadašnji razvoj ovog naselja.

Općinu Privlaka karakterizira geološka građa u kojoj dominiraju pleistocenske pjeskovite gline. Na malom krajnje sjeverozapadnom dijelu zastupljeni su eocenski foraminiferski, debelo uslojeni vapnenci. Kao rezultat djelovanja abrazije, na obalama su nastali klifovi. Klifovi su ujedno i rijetka uzvišenja u zaravnjenom prostoru Općine, čije najveće visine sežu do 20m. Analogno geološkoj građi, u sastavu tla dominira rendzina na laporu (flišu). Od ostalih jedinica tla u ovoj skupini izdvajaju se: rigolana tla vinograda, sirozem silikatno-karbonatni, lesivirano tlo na laporu ili praporu, močvarno glejno i euterično smeđe (PUR Privlaka, 2013).

U najužem obalnom pojasu razvijene su biljne zajednice priobalja s prirodnim pokrovom zeljastih slanuša ili halofita, koje variraju od onih izloženih posolici, pretežito zbog vjetrova, do onih koje su inače smještene na morskim obalama te one koje trpe zaslanjena tla. Postojanje plodnih tala ima veliko značenje u poljodjelskoj valorizaciji ovoga prostora, odnosno njegovoj kontinuiranoj agrarnoj orijentaciji. Na poljodjelsko zemljište otpada oko 50% ukupne površine, što je značajno više nego u drugim dijelovima Zadarske županije.

Klima na području Općine je mediteranskog tipa, koji karakteriziraju topla, suha i sunčana ljeta te kratke, kišovite i blage zime, te snažna izloženost maritimnom utjecaju (uslijed niskog reljefa). Najbliža službena mjerna stanica se nalazi u Ninu i prema njoj je prosječna siječanjska tempera 7,8°C, a najtopliji mjesec srpanj s prosječnom temperaturom od 24,7°C. Godišnja insolacija na području Ninskog primorja iznosi 2.450 sati, s dnevnim prosjekom od 7,1 sunčana sata (ljeti 11,3 sata, zimi 4,2 sata). Po mjerenjima na prostoru Privlake ima 42 dana s temperaturom višom od 30°C, te samo sedam dana s temperaturama ispod 0°C. Padaline na području općine Privlake su koncentrirane u jesenskom i zimskom dijelu godine, a najučestalija je kiša s prosjekom od 100 kišnih dana godišnje, te godišnjom količinom od 809 mm. Od vjetrova na području Općine najučestalija je bura koja je iznimno jaka tijekom zimskih mjeseci. Ostali vjetrovi na području Ninskog primorja su jugo, koje najčešće donosi kišu, maestral koji je najizraženiji od proljeća do jeseni, te burin koji je najčešći tijekom ljetnih noći.

Općina Privlaka, kao što je već ranije navedeno, sastoji se od jednog naselja, pri čemu prema posljednjem popisu iz 2011. godine općina Privlaka ima 2.253 stanovnika, što je u odnosu na 2001. godinu rast broja stanovnika od 2,4%. Ovaj pozitivan demografski trend i dalje nije na tragu 1991. godine kada je Privlaka imala gotovo 3000 stanovnika (naselje, tada još nije postojala Općina).

Ukupan broj kućanstava u Općini prema popisu 2011. godine iznosi 823. Što se tiče stambenih jedinica ukupno ih je u Općini 3.218, od čega su za stalno stanovanje namijenjene tek 1.397, što govori da je preko 2/3 svih stanova namijenjeno za gospodarsku djelatnost ili kao turističko-rekreacijski stanovi (vikend stanovi).

S obzirom na dobnu strukturu stanovništva, ni aktivitet stanovništva na ovom području nije povoljan, no prema popisu iz 2001. godine ipak se popravio. Tako je u općini Privlaka 2011. godine u segment aktivnog stanovništva pripadalo 62,7% svog stanovništva, dok su osobe s osobnim prihodom (mirovinom) činile 24,72% stanovništva.

Na uzdržavane osobe (djeca i stariji stanovnici bez mirovine) otpada udio od 12,61%. Iz ranije navedenog jasno je da demografski trendovi nisu pozitivni na području Općine, te time predstavljaju moguću prepreku u daljnjem razvoju turizma, posebice zbog pomanjkanja stručne turističke radne snage koja starenjem stanovništva i iseljavanje mlađeg stanovništva ima sve manju bazu. To bi se u budućnosti moglo odraziti i na promjenu tradicionalnog identiteta Privlake zbog potrebe za imigracijom radne snage u turizmu iz manje razvijenih dijelova Hrvatske, ali i okruženja.

Što se tiče obrazovne strukture, 2011. godine je bilo manje od 2% stanovnika bez školske spreme, te 13,7% stanovnika s nepotpunom osnovnom školom. Osnovnu školu je završilo 31,3% stanovnika, a SSS ima najveći udio stanovnika, njih 49,77%. Više i visoko obrazovanje, te magisterij ili doktorat prema popisu je imalo samo 10% stanovnika.

Općina Privlaka povezana je, izravno ili neizravno, s hrvatskim i europskim prometnim sustavom, putem pomorskih, cestovnih zrakoplovnih i željezničkih veza (Slika 2.1.2). Prometna povezanost i dostupnost Općine je izvrsna. Glavna državna cesta D 306 cestovno povezuje Općinu s kopnom, integrirajući je u prometni sustav priobalne urbane regije koju sačinjava potez Vir-Nin-Zadar. Osim navedene državne ceste, iznimno je bitna i autocesta A1 koja se nalazi na udaljenosti od samo 17 kilometara od općine Privlaka, a najbliži čvor je Zadar 1. Cestovni promet nerijetko opterećuje prometnice neposredno uz more i urbanoj jezgri. Promet u mirovanju u ovom trenutku predstavlja značajno ograničenje za daljnji razvoj destinacije, te su dodatna i kvalitetnija rješenja nužna, a posebice ona kojima bi se promet u mirovanju uklonio iz uže obalne zone.

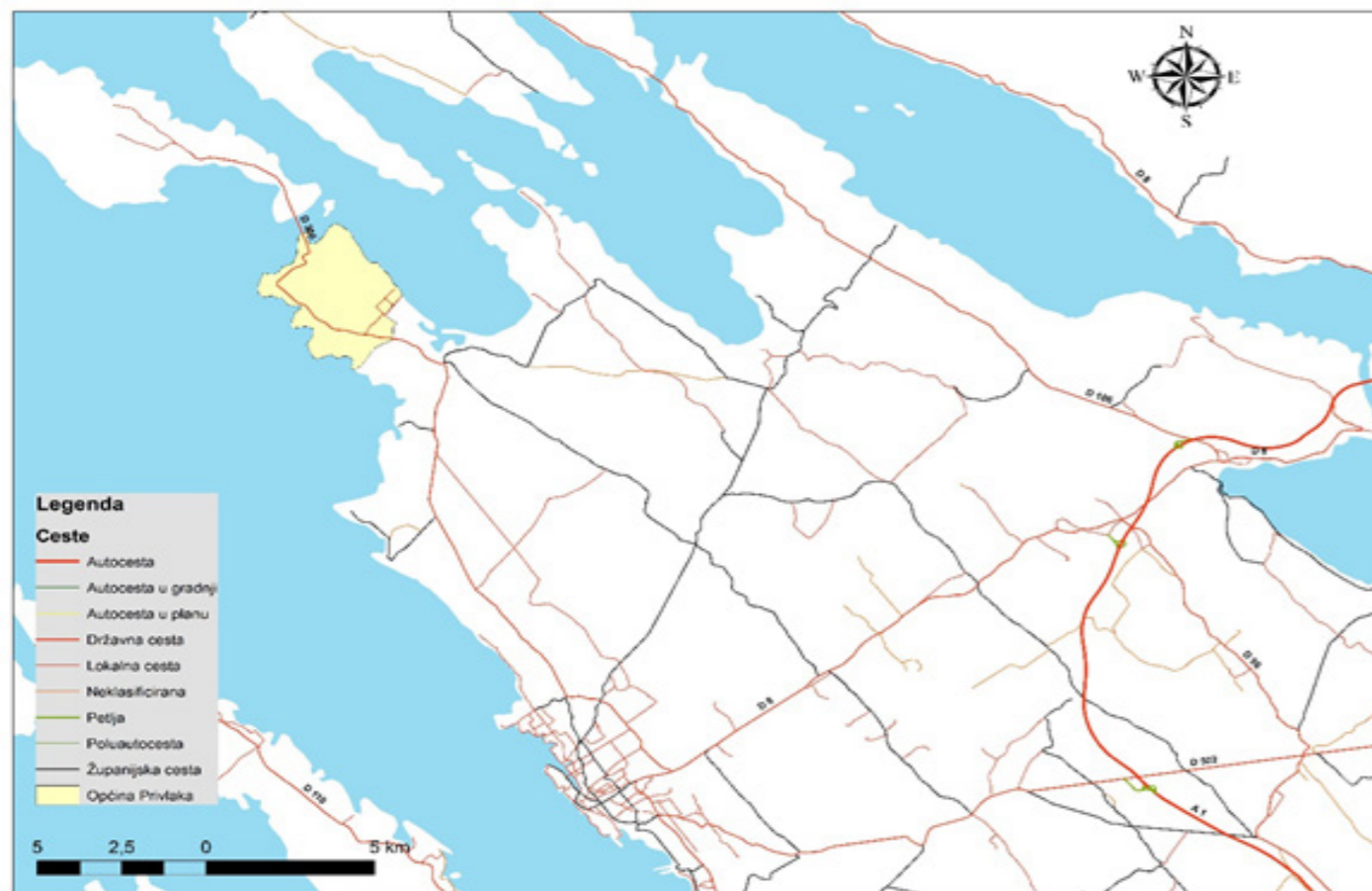
Tablica 2.1.1.  
Broj stanovnika, kućanstava i stanova 2011. godine u općini Privlaka i Zadarskoj županiji



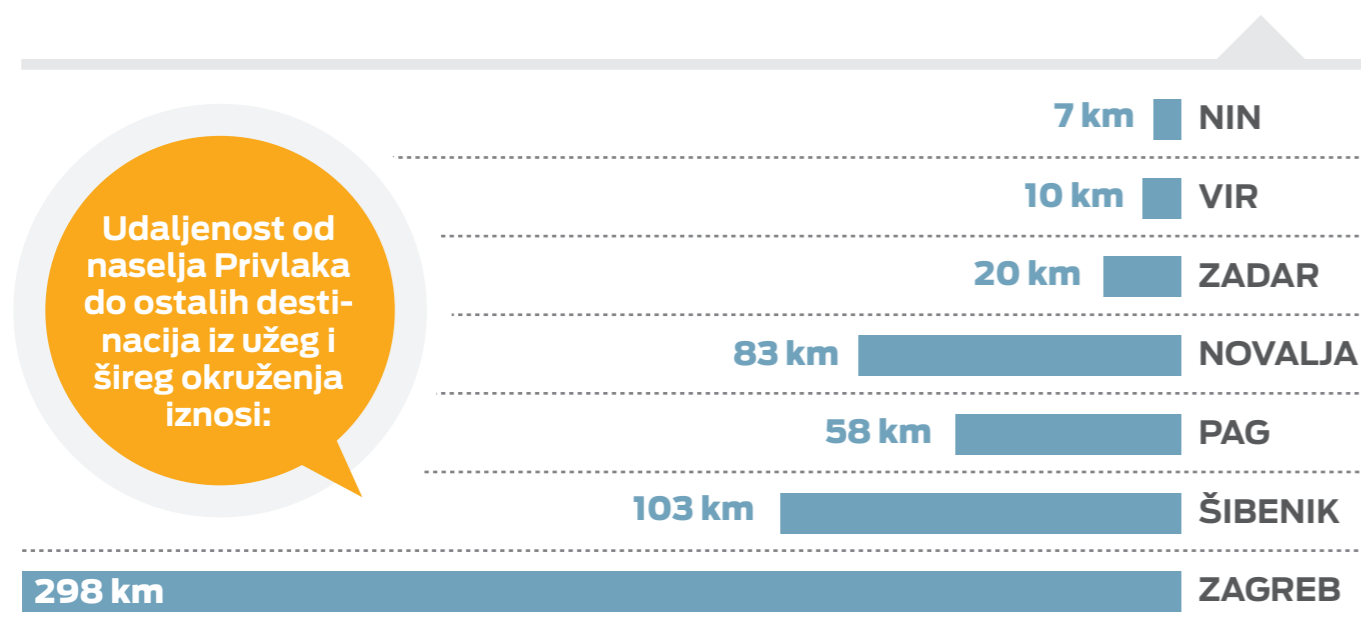
Izvor: Popis stanovništva i kućanstava 2011. godine, DZS.



Prikaz 2.1.2.  
Prometnice na području općine Privlaka i u okruženju



Izvor: Autori studije.



Za prometni sustav još je bitna Luka Privlaka lokalnog značaja. Formirana je unutar postojećeg naselja. Luka je mješovite namjene, ograničenog kapaciteta, kojom se odvija javni, nautički i sportski promet. Pored objekata lučke infrastrukture u luci Privlaka, unutar područja naselja postoji veći broj malih luka i priveza za čamce koji su značajni za prometno povezivanje naselja te za razvoj nautičkog turizma. U uvali Loznica, gdje postoji izgrađena lučka infrastruktura, planira se luka lokalnog značaja. Planirana namjena luke je mješovita, unutar koje se planiraju zone za javni promet, komunalne vezove i nautički promet. Izravne lokalne, odnosno unutrašnje brodske pomorske veze s Privlakom nema, s obzirom da na području općine ne postoji izgrađena marina niti trajektno pristanište. Najbliža međunarodna zračna luka nalazi se u Zadru (Zemunik), na udaljenosti od 31 km. Ona zadnjih godina bilježi sve veći putnički promet (450.000 putnika 2014. godine), s 21 ugovorenim redovnim i sezonskim prijevoznikom. Blizina zračne luke, predstavlja konkurentsku prednost općine Privlaka.

Područje Općine u potpunosti je pokriveno električnom mrežom, koja je dio elektroenergetskog sustava na prostoru HEP-a Zadar, a sačinjava je dalekovod TS 110/35/10(20) kV NIN s pripadajućim raspletom 110 i 35 kV dalekovoda. Uz postojeću elektroenergetsku mrežu važno je za napomenuti da postoje i odlični uvjeti za korištenje solarne energije te time i samoopskrbu turističkog sektora energijom. Plin je dostupan samo u bocama ili putem ugrađenih spremnika. Vodoopskrba je riješena za mjesta uz more i sve korisnike uz trasu cjevovoda. Postojeći vodoopskrbni sustav zajednički je za grad Nin i općinu Privlaka, a čine ga: crpna postaja „Boljkovac“ instaliranog kapaciteta 150 l/s, tlačni cjevovod „Boljkovac – Straža“, vodosprema „Straža“ zapremine 600m<sup>3</sup>, crpna postaja „Jezerce“ instaliranog kapaciteta oko 400l/s, tlačni cjevovod „Jezerce – Straža“, glavni gravitacijski granasti sustav iz vodospreme „Straža“, sjeverni gravitacijski podsustav od vodospreme Straža u pravcu Grbe-Zukve-MuloVrsi te jugoistočni gravitacijski sustav „Ninski stanovi Žerava – Poljaci“.

Na području općine Privlaka također ne postoji organizirani zajednički sustav odvodnje otpadnih voda, odnosno, još uvijek nije izrađeno jedinstveno, tehnički i sanitarno ispravno rješenje u svezi sakupljanja, pročišćavanja i dispozicije otpadnih voda za cijelo područje ovog dijela Zadarske županije. Otpadne vode najvećim dijelom sakupljaju se u individualnim septičkim jamama, koje su uglavnom vodo propusnog dna, pa se otpadne tvari bez ikakvog prethodnog pročišćavanja direktno procjeđuju u podzemlje i more.

Opće stanje infrastrukture može se ocijeniti kao dobro, s velikim prostorom za poboljšanje. Ta poboljšanja potrebno je provesti ponajprije u segmentu vodoopskrbe te kanalizacijske infrastrukture koje su još uvijek podkapacitirane i onemogućuju održivi razvoj turizma. Održivom razvoju također bi uvelike pridonijelo i ulaganje u održive oblike energije, poput solarne i energije vjetra, koje imaju veliki potencijal na prostoru općine Privlaka.

## 2.2. PROSTORNO PLANSKA DOKUMENTACIJA

Temeljem odluke Općinskog vijeća, važeći Prostorni plan uređenja općine Privlaka donešen je 2004. godine (uz izmjene i dopune 2007. i 2011. godine), a njime su utvrđene nove granice građevinskog područja naselja temeljem kriterija iz Prostornog plana Županije (PPŽ) i svedene su na primjeren prostorni obuhvat. Člankom 5. navedenog Plana određeni su elementi prostornog razvoja: uređenje građevinskih područja (GP) naselja, gdje je glavna namjena stanovanje, uređenje GP-a turističke djelatnosti, uređenje ostalih GP-a izvan naselja, razmjesta gospodarskih i društvenih funkcija lokalnog značenja, namjena prostora i uvjeti korištenja i zaštite priobalja, mora i podmorja, izgradnja mreže komunalne infrastrukture i način zbrinjavanja otpada, te utvrđivanje područja za koje će se izrađivati detaljniji planovi.

Za daljnji turistički razvoj osobito su bitne zone ugostiteljsko-turističke namjene, koje imaju ukupnu površinu 40,17 ha, od čega je 37,17 ha neizgrađenog zemljišta. Planom su utvrđene zone ugostiteljsko turističke namjene izvan građevinskog područja naselja, pri čemu su tri okarakterizirane kao T2, odnosno zona za izgradnju turističkog naselja (do 70% vile, 30% hoteli).

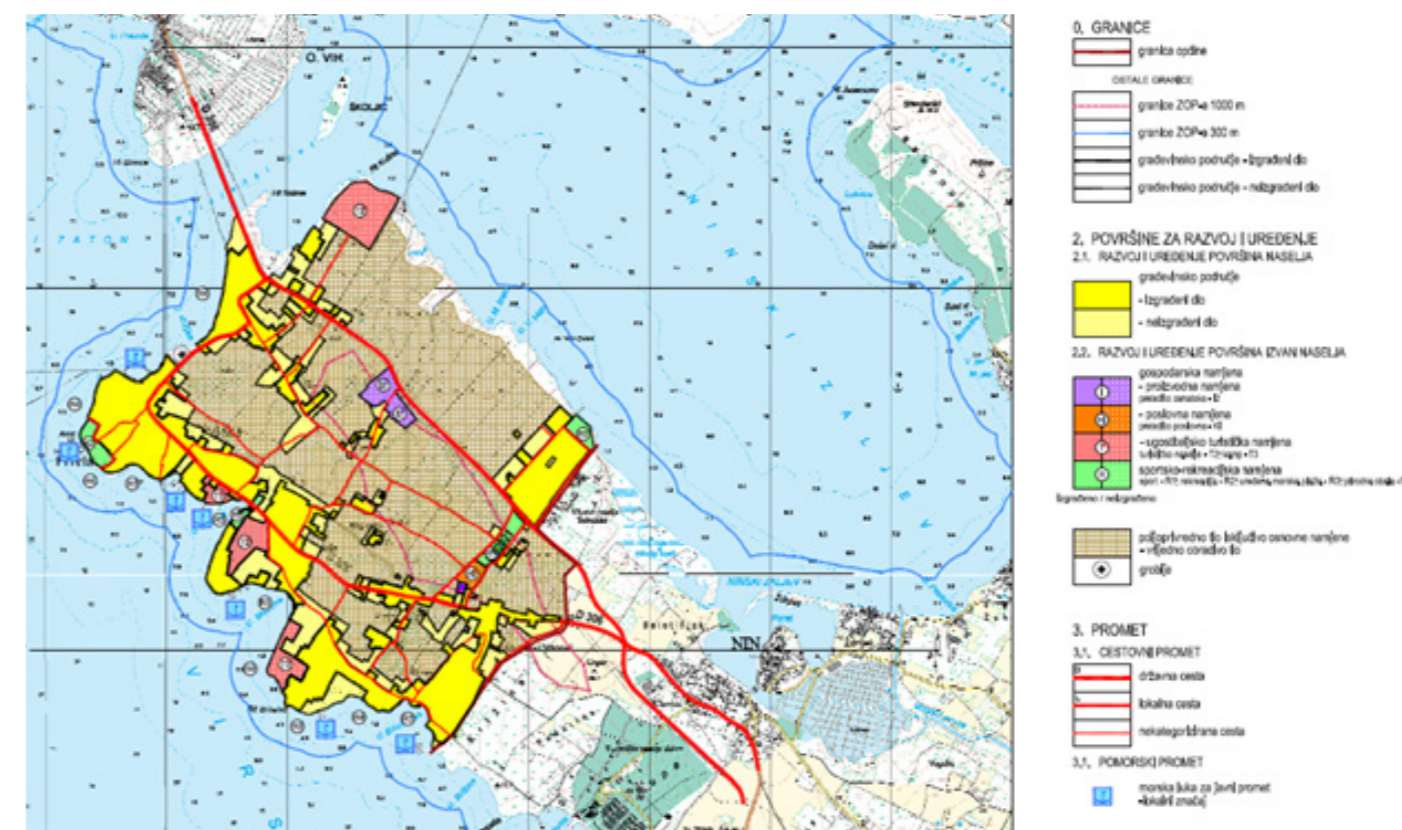
Tablica.2.2.1.  
Zone ugostiteljsko-turističke namjene općine Privlaka

Naziv zone	Tip zone	Tip zone PPŽ	Površina (ha)	Kapacitet/ broj ležaja	Izgrađenost
BATALAŽA	T2	T1 T2 T3	7,17	500	Neizgrađena
MLETAK	T2	T2	10,00	500	Neizgrađena
RT KULINE	T2	T2	20,00	1.000	Neizgrađena
BATALAŽA	T3	T3	3,00	600	Izgrađena

Izvor: PPUO Privlaka, 2011.

U funkciji razvoja turizma na području Općine mogu se uvrstiti i područja za šport i rekreaciju koja su prostornim planom obuhvatila površinu od 10,58 ha ili 0,25% površine Općine.

Prikaz 2.2.1.  
Namjena površina općine Privlaka



Izvor: PPUO Privlaka

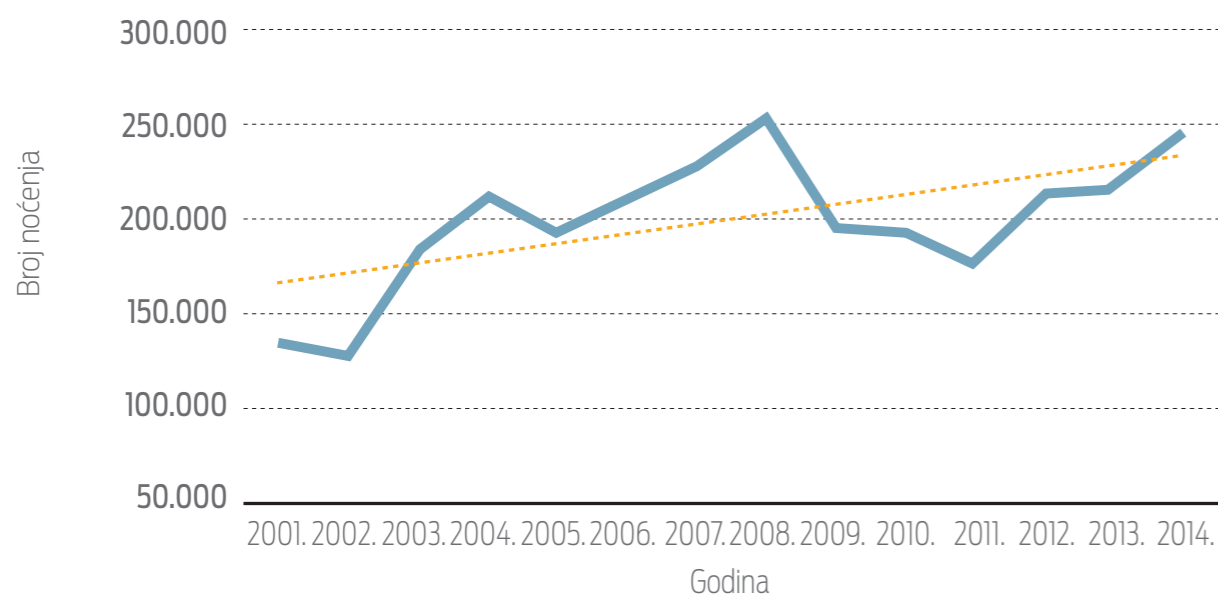
## 2.3. OBILJEŽJA TURISTIČKE POTRAŽNJE I PONUDE

### 2.3.1. Obilježja turističke potražnje

Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku, tijekom 2014. godine je u općini Privlaka ostvareno 30,1 tisuća turističkih dolazaka i 238,2 tisuće noćenja turista, što predstavlja porast broja noćenja od 17,2% odnosno porast broja dolazaka turista od 14,0% u odnosu na 2013. godinu. U zadnjih deset godina turistički promet u općini Privlaka je značajno varirao (slika 2.2.1.1.) te se u promatranom razdoblju, prema pokazateljima fizičkog turističkog prometa, kao najuspješnija može ocijeniti 2008. godina, kada je u općini Privlaka zabilježeno 247,5 tisuća turističkih noćenja i 28,4 tisuće dolazaka turista. Sveukupno, u zadnjih deset godina turistički promet u općini Privlaka je porastao za oko 37%. U istom tom razdoblju (od 2005. do 2014. godine) broj noćenja turista u Zadarskoj županiji se skoro udvostručio (porast od 93%). S obzirom da je stopa rasta turističkog prometa u općini Privlaka u zadnjih deset godina značajno ispod županijskog prosjeka, može se zaključiti da turistički resursi i atrakcije općine Privlaka trenutno nisu na zadovoljavajućem načinu tržišno valorizirani, odnosno da trenutni stupanj turističkog razvoja Općine nije na zadovoljavajućoj razini.

Prikaz 2.3.1.1.

Broj noćenja u općini Privlaka u razdoblju od 2005. do 2014. godine s trendom



Izvor: Državni zavod za statistiku.

Analiza turističkog prometa za općinu Privlaka (izvor: TZ općine Privlaka) prema emitivnim tržištima pokazuje da su, tijekom 2014. godine u općini Privlaka najbrojniji bili turisti iz Njemačke (29% noćenja) te turisti iz Slovenije i Češke koji su sudjelovali s 9% i 8% u ukupno ostvarenom broju noćenja.

Općinu Privlaka karakterizira i relativno visok udio domaćih gostiju koji su tijekom 2014. godine sudjelovali s 24% u ukupno ostvarenom turističkom prometu. Prosječna dužina boravka turista u općini Privlaka iznosila je 8,9 dana što je znatno iznad nacionalnog prosjeka (5,2 dana) pri čemu su najdužu prosječnu dužinu boravka ostvarili domaći turisti (11,4 dana) te turisti iz Velike Britanije (10,8 dana) i Njemačke (9,9 dana).

Tablica 2.2.1.1. pokazuje strukturu turističkog prometa u općini Privlaka prema najvažnijim emitivnim tržištima tijekom 2014. godine.

Tablica 2.3.1.1.

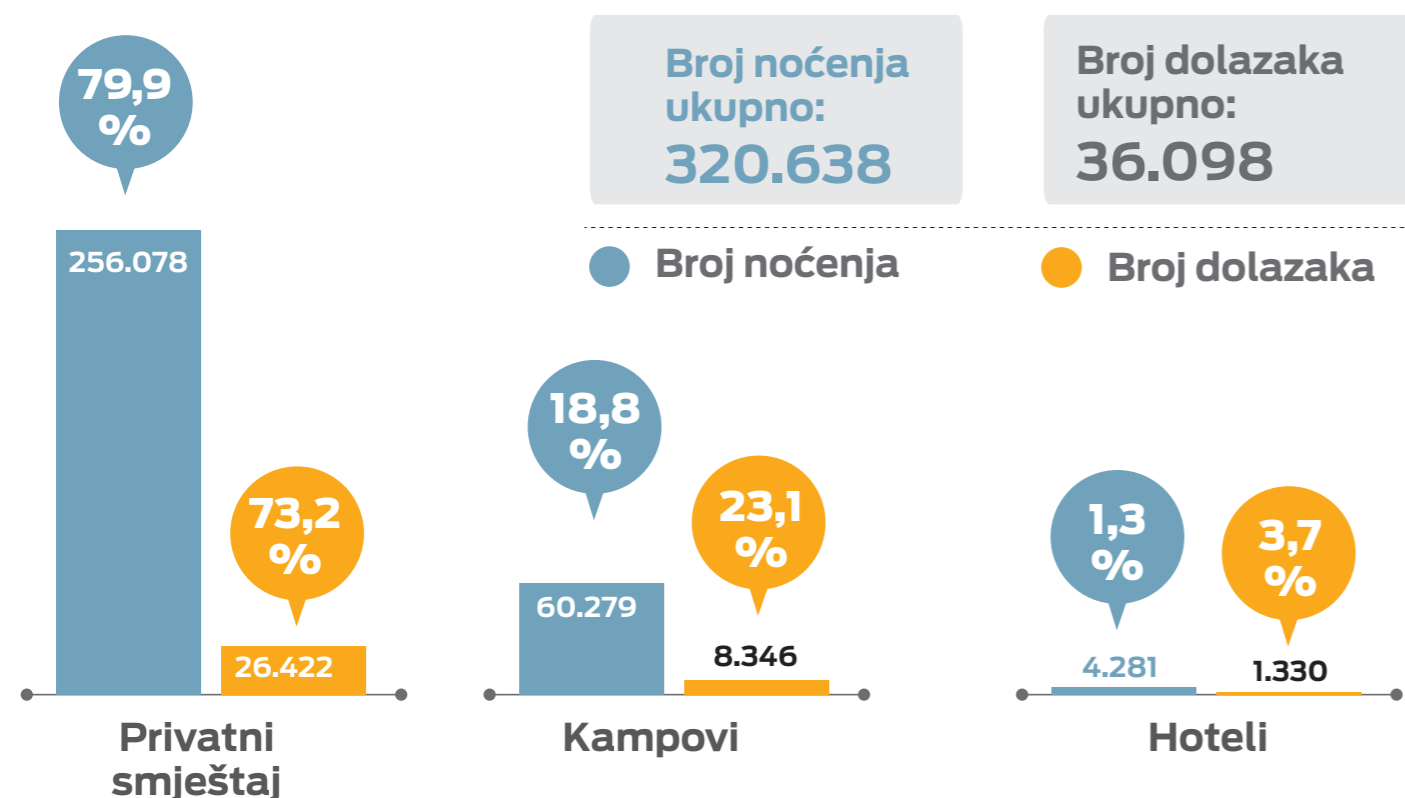
Turistički promet u općini Privlaka prema emitivnim tržištima u 2014. godini

	BROJ NOĆENJA	%	BROJ DOLAZAKA	%	PDB
Njemačka	91.867	28,7	9.323	25,8	9,9
Hrvatska	78.077	24,4	6.845	18,9	11,4
Slovenija	29.156	9,1	3.497	9,7	8,3
Češka	22.551	7	2.835	7,8	8
Slovačka	20.952	6,5	2.834	7,8	7,4
Poljska	17.417	5,4	2.219	6,1	7,8
Austrija	14.788	4,6	1.883	5,2	7,9
Mađarska	14.004	4,4	2.168	6	6,5
BIH	6.400	2	877	2,4	7,3
Italija	4.919	1,5	765	2,1	6,4
Nizozemska	3.793	1,2	407	1,1	9,3
Francuska	2.172	0,7	491	1,4	4,4
Švicarska	1.952	0,6	306	0,8	6,4
Švedska	1.488	0,5	179	0,5	8,3
Rusija	1.403	0,4	130	0,4	10,8
V. Britanija	1.319	0,4	160	0,4	8,2
Srbija	1.155	0,4	132	0,4	8,8
Belgija	1.004	0,3	193	0,5	5,2
Rumunjska	992	0,3	142	0,4	7
Danska	769	0,2	108	0,3	7,1
Norveška	704	0,2	91	0,3	7,7
Španjolska	336	0,1	66	0,2	5,1
Kanada	259	0,1	33	0,1	7,8
SAD	238	0,1	53	0,1	4,5
Litva	180	0,1	49	0,1	3,7
Australija	110	0	27	0,1	4,1
Ostale zemlje	2.633	0,8	375	1	7
<b>ukupno:</b>	<b>320.638</b>		<b>36.188</b>		<b>8,9</b>

Izvor: TZ općine Privlaka.

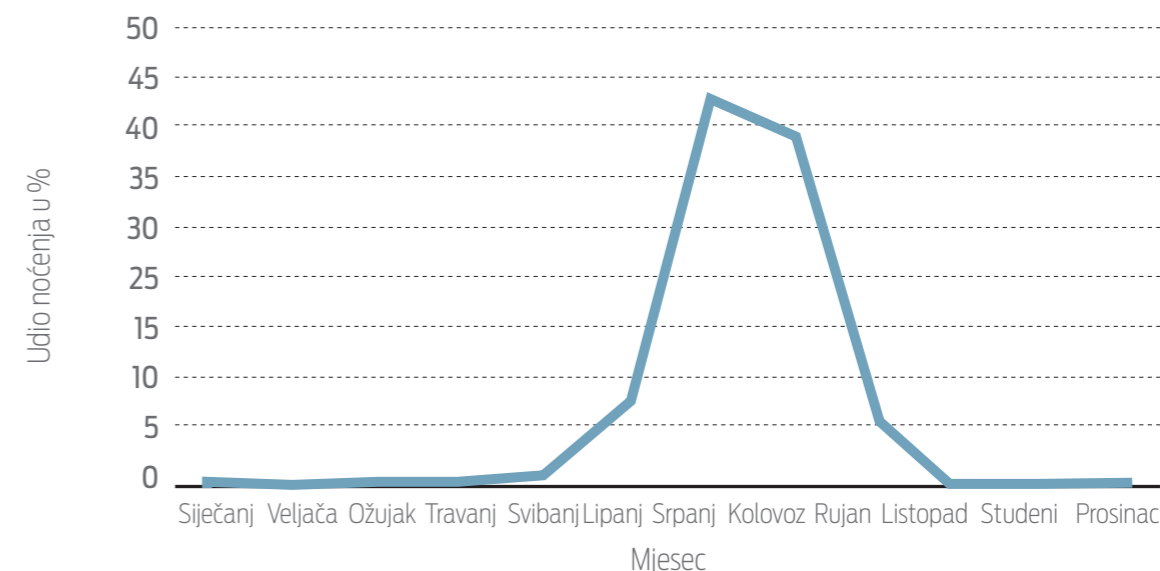
Jedno od važnih obilježja trenutnog stupnja turističkog razvoja općine Privlaka je i izražena sezonalnost turističke potražnje. Prema podacima TZ općine Privlaka, tijekom 2014. godine je više od 90% turističkog prometa ostvareno tijekom tri sezonska mjeseca (lipanj-kolovoz) dok je broj turističkih dolazaka i noćenja tijekom ostatka godine zanemariv. Ovako izražena sezonalnost prvenstveno je posljedica nepovoljne strukture smještajnih kapaciteta u općini Privlaka u kojima dominira privatni smještaj. Tijekom 2014. godine oko 80% ukupnog turističkog prometa je ostvareno u privatnom smještaju, oko 19% u kampovima tek nešto više od 1% u ostalim vrstama smještajnih kapaciteta (tablica 2.3.1.2.).

Tablica 2.3.1.2.  
Turistički promet u općini Privlaka prema vrstama SO, u 2014. godini



Izvor: TZ općine Privlaka.

Prikaz 2.3.1.2.  
Sezonalnost turističke potražnje u općini Privlaka u 2014. godini



Izvor: TZ općine Privlaka.

Konačno, može se zaključiti da trenutni stupanj turističke potražnje za općinom Privlaka, kao turističkom destinacijom, karakteriziraju određeni problemi, među kojima je posebno potrebno istaknuti:

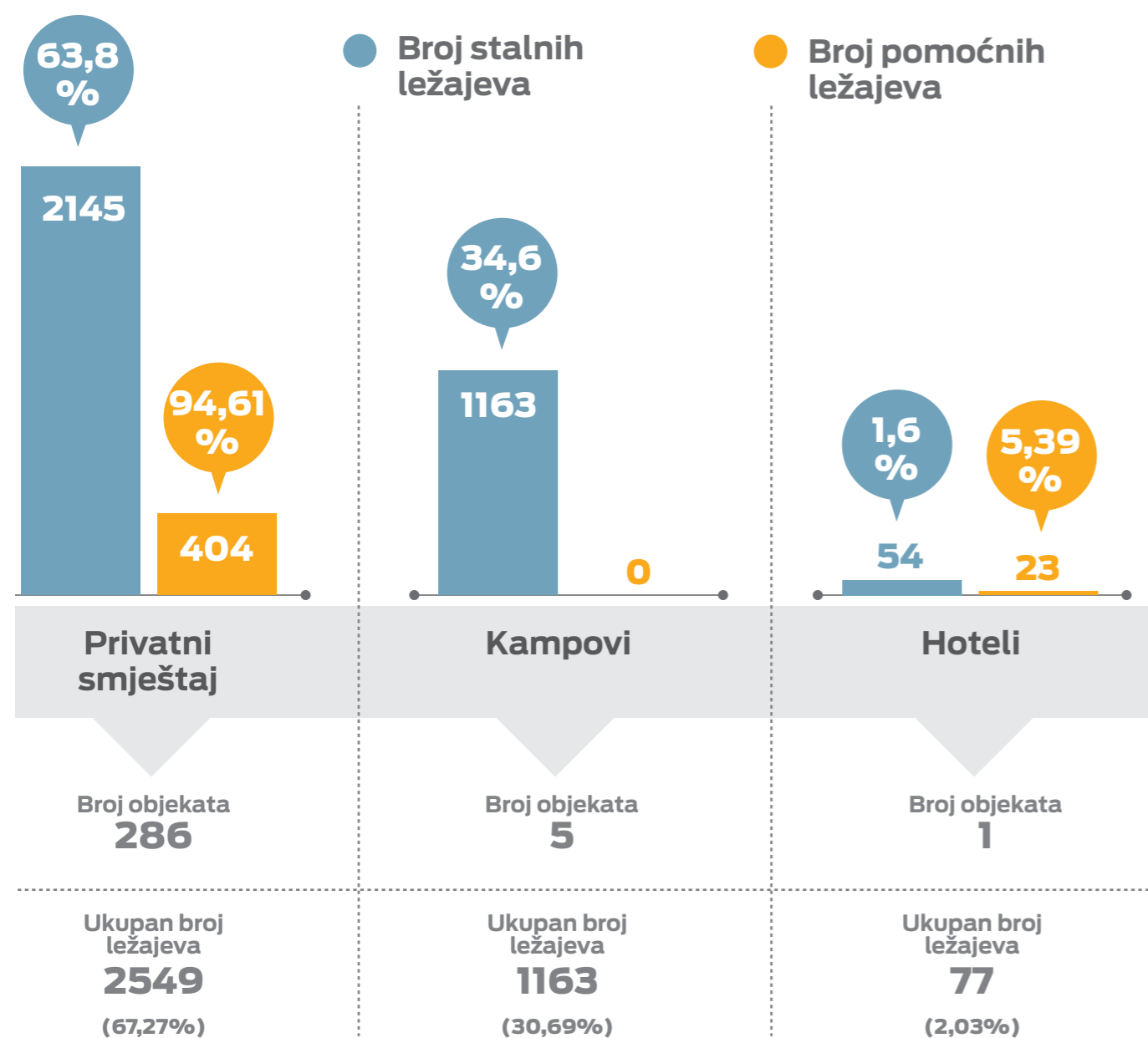
- Ispodprosječni porast turističkog prometa u odnosu na Zadarsku županiju
- Dominaciju jednog inozemnog emitivnog tržišta (Njemačka) u ukupno ostvarenom turističkom prometu
- Visoki udio domaćih turista u ukupno ostvarenom turističkom prometu
- Nepovoljna struktura smještajnih kapaciteta u kojima dominira privatni smještaj
- Izražena sezonalnosti turističke potražnje.

### 2.3.2. Obilježja turističke ponude

Prema službenim podacima Državnog zavoda za statistiku, u općini Privlaka je tijekom 2013. godine bilo registrirano 3.789 ležajeva u 286 privatnih i 6 kolektivnih smještajnih kapaciteta. Većina službeno registriranog smještaja otpada na privatne smještajne kapacitete – kućanstva (286 kućanstava s 2.549 ležajeva ili oko 67%), nešto manji udio na kampove (5 kampova s 1.163 ležaja ili oko 31%), dok hotelski smještajni kapaciteti na području općine Privlaka, u ukupnom broju smještajnih kapaciteta, sudjeluju s tek nešto više od 2% (1 hotel s 54 stalna i 23 pomoćna ležaja). Kada je riječ o kampovima, posebno je potrebno izdvojiti najveći kamp „Dalmacija“ koji predstavlja najvažniji komercijalni smještajni objekt na području Općine i zauzima površinu od oko 40.000 m<sup>2</sup>.

Kamp Dalmacija raspolaže s 351 kamp parcelom veličine od 60m<sup>2</sup> do 90 m<sup>2</sup>, kapaciteta oko 1.000 postelja te raspolaže s brojnim trgovačkim i ugostiteljskim sadržajima (supermarket, pizzeria, slastičarnica, pivski vrt, bar na plaži), kao i sa svom infrastrukturom neophodnom za smještaj i boravak turista. Ostatak smještajnih kapaciteta u kampovima odnosi se na manje kampove koji raspolažu s po 7 parcela (1 kamp), 10 parcela (2 kampa) i 18 parcela (1 kamp)<sup>3</sup>. Tablicom 2.2.1. prikazan je ukupan broj i struktura službeno registriranih smještajnih kapaciteta na području općine Privlaka.

Tablica 2.3.2.1.  
Smještajni kapaciteti na području općine Privlaka



Izvor: Državni zavod za statistiku.

<sup>3</sup> Izvor: Program ukupnog razvoja općine Privlaka, str. 74

Analiza službeno registriranih smještajnih kapaciteta na području općine Privlaka pokazuje da se broj i struktura smještajnih kapaciteta (s izuzetkom hotela Laguna, koji je otvoren 2006. godine) u zadnjih deset godina (2005.-2014.) nije u većoj mjeri mijenjalo. Kada je riječ o ugostiteljskoj ponudi, na području općine Privlaka trenutno posluje 10 ugostiteljskih objekata, i to 1 restoran (restoran Leut u hotelu Laguna), 2 pizzerie, 2 caffe-bara, 2 buffet-a te po jedna gostionica, konoba i bistro, od kojih je većina otvorena samo tijekom glavne turističke sezone. Veličina ugostiteljskih objekata je od 20 do 50 mjesta, a po uređenju svojih interijera su izrazito raznoliki. Neki od ugostiteljskih objekata specijalizirali su se za ponudu originalnih domaćih jela, ali to je tek jedan manji dio te se može reći da ugostiteljskoj ponudi općine Privlaka predstoji ulaganje u podizanje kvalitete. Osim toga, može se reći da ugostitelji na području općine Privlaka za sada nedovoljno koriste ambijentalne vrijednosti prostora odnosno posebnosti okruženja za uređenje, kako interijera tako i vanjskih dijelova ugostiteljskih objekata.

Konačno, trenutna ugostiteljska ponuda općine Privlaka se može ocijeniti kao nedovoljno kvalitetna te je sasvim sigurno da će ugostitelji, kako bi se podigla razina kvalitete ukupnog turističkog proizvoda u destinaciji, morati uložiti dodatni napor s ciljem podizanja kako raznolikosti tako i kvalitete ugostiteljske ponude na području općine Privlaka.

## 2.4. ANALIZA I VALORIZACIJA TURISTIČKE RESURSNE OSNOVE

Resursna osnova nekog područja čini skup turističkih atrakcija i infrastrukture koja je neophodna za razvoj nekog potencijalnog turističkog područja. Za inicijalni razvoj turizma tu su najbitnije turističke atrakcije, realne i potencijalne, koje predstavljaju bazu za turistički razvoj nekog područja. Upravo struktura i intenzitet privlačnosti atrakcija određuju moguću strukturu turističkog destinacijskog proizvoda i njegov mogući imidž na turističkom tržištu. Stoga svako razvojno (dugoročno) planiranje turizma, mora sadržavati analizu turističke atrakcijske osnove konkretne turističke destinacije, što se, u ovom slučaju, odnosi na područje općine Privlaka. Proces se pri tome mora sastojati od prepoznavanja svih turističkih atrakcija koje postoje na određenom području, od onih koje već imaju svoju turističku funkciju (realne), do onih koje se tek prepoznaju kao takve (potencijalne).

Za potrebe ovoga plana prikupljeni su i obrađeni dostupni podaci o ključnim turističkim atrakcijama, pri čemu su turističke atrakcije valorizirane na temelju značaja te mogu biti: međunarodnog značaja (M), nacionalnog značaja (N), regionalnog značaja (R) i turističke atrakcije lokalnog značaja (L).

Analizom dokumenata, kartografskom analizom, terenskim obilaskom, te suradnjom s diionicima je ustanovljeno da je resursna osnova općine Privlaka raznovrsna i time predstavlja odličnu bazu za daljnji razvoj turizma na području Općine. Analiza i sinteza turističke atrakcijske osnove područja općine Privlaka pokazala je da se kao osnovica za dugoročni razvoj destinacijskog turističkog proizvoda izdvajaju obalno područje, s naglaskom na plaže raznolikog karaktera i uređenja. Sukladno tome najveći značaj (nacionalni) imaju plaže (ne kao pojedinačni subjekti, pri čemu bi imale lokalni značaj, već kao skup plaža raznovrsnih obilježja i uređenosti). S obzirom na sadašnje stanje atrakcijske osnove nacionalni značaj ima još samo Jadransko more (kao opći element privlačnosti hrvatske obale).

Regionalni značaj ima još 10 atrakcija, za koje je u većoj mjeri još uvijek nužna turistička valorizacija i interpretacija. Ostale atrakcije imaju lokalni značaj, no njihovim povezivanjem u turističke proizvode moguća je i njihova daljnja turistička valorizacija, kao što je i otvorena mogućnost povećanja njihovog značaja u budućnosti (posebice manifestacije).

Tablica 2.4.1.  
Prirodna atrakcijska osnova općine Privlaka s obzirom na tipove atrakcija i značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Glavne značajke prostora	Plaže (Vrilo, Jaz, Škrapavac, Mostina, Sabunike, Loznica, Punta, Selo, Soline, Pliša, Livadice, Bilotinjak, Blato)	N
	Pjeskovito tlo	L
	Uvale, zatoni i rtovi	L
	Razvedena obala	R
Vode	Jadransko more	N
	Izvori (bunari)	R
Klima	Mediterranska klima	R
	Bura	R
Ljekoviti čimbenici	Ljekovito crno blato	L

Izvor: Autori studije.

Kulturna baština Općine je raznolika, no s obzirom na značaj i sadašnje stanje turističke spremnosti nešto je manje važnosti za daljnji razvoj turističkih proizvoda na području Općine, a daljnji naglasak bi trebao biti na razvoju manifestacija i turističke suprastrukture (putevi, staze, tereni za rekreaciju).

Slika 2.3.1.  
Prirodna plaža Vrilo, jedan od najvažnijih resursa Općine



Izvor: Autori studije.

Tablica 2.4.2.  
Kulturna i ostala antropogena atrakcijska osnova općine Privlaka s obzirom na tipove atrakcija i značaj

Tipovi atrakcija	Atrakcija	Značaj
Kulturna baština	Povijesna jezgra Privlake	R
	Etnološke cjeline – pučko graditeljstvo (Gornji Begonjići, Donji Begonjići, Sangići, Skoblari, Buvići, Glavani, Kršlovići, Mletak, Buškulići, Kurtići, Grbići)	L
	Crkva Sv. Marije	L
	Crkva Sv. Vida	R
	Kapelica Sv. Nikole	L
	Vila Chiara	L
	Bunari (bunar Sokolar, bunar Novak)	L
	Podmorski arheološki lokaliteti (Bilotinjak, Gaz, Taraboškovića)	L
	Kopneni arheološki lokaliteti (Busje, Brtalić, Supetar, Škornica, Sabunike, Tureta)	L
	Ruševine crkvi (Sv. Barbare, Sv. Katarine, Sv. Kristofora, Sv. Petra)	L
Kultura života i rada	Ribolov	L
	Sabunjarenje	L
	Dalmatinske klape	R
	Dalmatinska kuhinja	R
Sportsko-rekreacijske građevine	Nogometni tereni (3)	L
	Odbojka na pijesku (2)	L
Putevi i ceste	Biciklistička staza (21km)	R
Manifestacije	Privlačka noć	R
	Ribarska noć	L
	Susret klapa	L

Izvor: Autori studije.

Kvaliteta same resursne osnove je neupitna, no stanje pojedinih resursa, kao i njihova spremnost za korištenje je na vrlo niskoj razini. To se ponajprije odnosi na različita nalazišta, iskopine, kao i ruralne cjeline, koji se važni potencijali, no daleko su od mogućnosti turističkog korištenja. U najboljem stanju za turističko korištenje se nalaze plaže i crkva sv. Vida s bunarom Sokolarom, dok lokaliteti poput etnoloških cjelina, arheoloških nalazišta imaju nisku razinu spremnosti za korištenje u turizmu. Uređenjem i interpretacijom navedenih, ali i brojnih drugih resursa, moguće je daljnje unaprjeđenje kvalitete turističke ponude općine Privlaka. Nužna je i daljnja razrada manifestacija u vidu jačanja njihovog značaja, ali i interpretacija nematerijalne baštine, s posebnim naglaskom na Sabunjarenje kao faktor diferencijacije. Ipak, važno je naglasiti da je trenutni stupanj razvoja manifestacija namijenjenih turistima na području općine Privlaka na zadovoljavajućoj razini. Naime, Općina TZ općine organizira cijeli niz zabavnih i "gastro" manifestacija na različitim lokacijama na području Općine. Važan sudionik tih manifestacija su ugostitelji s područja općine Privlaka koji svojom gastronomskom ponudom prezentiraju tradicijska jela. Osim toga, organiziraju se različita kulturna događanja kao npr. izložba slika privlačkih umjetnica "Fragmenti našeg mista", a tijekom 2015. se planira organizacija izložbe slika privlačkih sabunjara. Konačno, TZ općine organizira i različita druga događanja kao npr. Junior Jadranske igre, kazališne predstave i sl.

Prikaz 2.4.1.

Prostorna distribucija analiziranih resursa i postojećih zona ugostiteljsko-turističke i rekreacijske namjene



Izvor: Autori studije.

## 2.5. PREGLED GLAVNIH TRENDOVA NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Promjene u različitim sferama suvremenog društva uvelike utječu na turistička kretanja. Stoga je sustavno praćenje i analiziranje kvantitativnih i kvalitativnih trendova u turizmu neophodno za kvalitetno planiranje razvoja turizma destinacije. Iako se promjene na turističkom tržištu događaju svakodnevno, trendove razvoja je moguće identificirati tek nakon proteka određenog vremena. Analiza navedenih promjena i trendova pomaže destinaciji kritički sagledati vlastiti položaj na turističkom tržištu kako bi se mogla što bolje prilagoditi promjenama i nositi s konkurencijom.

### Analiza kvantitativnih trendova

Usprkos ekonomski kriznim godinama, broj međunarodnih turističkih dolazaka kontinuirano raste te je u 2014. godini iznosio rekordnih 1,1 milijardu, što je prema izvještaju Svjetske turističke organizacije 4,7% više u odnosu na 2013. godinu. Sve svjetske regije bilježe pozitivan rast, a Svijet do kraja godine očekuje rast međunarodnih turističkih dolazaka od 3-4% što će svakako pridonijeti oporavku ekonomija mnogih država. Prema dugoročnim prognozama Svjetske turističke organizacije, predviđa se daljnji rast i oko 1,6 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u 2020. godini. Vodeće svjetske receptivne destinacije po broju inozemnih dolazaka u 2013. godini su Francuska, SAD, Španjolska, Kina i Italija, a iste zemlje bilježe ujedno i najveće prihode od turizma. Ukupni prihodi od turizma u 2014. godini procijenjeni su na 1,3 bilijuna eura, što je u prosjeku 3,5 milijarde eura dnevno, a turizam u ukupnom svjetskom izvozu dobara i usluga svrstavan na četvrto mjesto. Za mnoge zemlje u razvoju to je jedan od glavnih izvora deviznih prihoda. Prema procjenama Svjetske turističke organizacije, doprinos turizma u odnosu na gospodarske aktivnosti u svijetu je oko 5%. Stoga sve veći broj destinacija ulaže u razvoj turizma, pretvarajući tako suvremeni turizam u ključni faktor socio-ekonomskog razvoja kroz stvaranje novih tvrtki, radnih mjesta i razvoj infrastrukture.

Europa je i dalje najposjećenija regija u kojoj se odvija nešto više od polovice (51,7% u 2014. godini) svjetskog turističkog prometa, što potvrđuje njezin status najzrelije svjetske turističke regije. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, u Europi je 2014. godine ostvareno 588 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka. Od toga je gotovo 40% dolazaka ostvareno na Mediteranu, 30% u Zapadnoj Europi, 20% u Srednjoj i Istočnoj Europi, a tek 10% u Sjevernoj Europi. Destinacije u kojima je ostvareno najviše međunarodnih turističkih dolazaka su Francuska, Španjolska, Italija, Njemačka i Turska.

### Analiza kvalitativnih trendova

Globalni turistički trendovi s kojima se suočavaju gotovo sve zemlje svijeta su pod utjecajem brojnih gospodarskih i društvenih kretanja, kao i tehnoloških dostignuća koja svakodnevno mijenjaju želje i potrebe suvremenog turističkog potrošača. Brzi gospodarski rast Azije oblikuje nova jaka tržišta poput BRICS<sup>4</sup> i GCC<sup>5</sup> zemalja koje utječu na promjene turističke ponude i potražnje. Rast potrošačke moći novih tržišta utječe na povećani

<sup>4</sup>Označava akronim za Brazil, Rusiju, Indiju, Kinu i Južnoafričku Republiku.

<sup>5</sup>Gulf Cooperation Council – Bahrein, Katar, Kuvajt, Oman, Saudijska Arabija i Ujedinjeni Arapski Emirati

broj i odmorišnih i poslovnih putovanja. Aktivni odmor, težnja za cjelokupnim doživljajem i kvalitetom, individualna organizacija putovanja, inovativni oblici turističkih sadržaja te vrijednost za novac, glavne su promjene navika u putovanjima suvremenih turista. S obzirom na starenje, povećanu brigu o zdravlju i sve veću educiranost ljudi, turisti postaju sve zahtjevniji. Putuju češće, ali kraće, okreću se specifičnim oblicima turizma i potraži za novim doživljajima. Turističko putovanje postaje doživljaj, prilika za učenje i ulaganje „u sebe“. Na turističkom tržištu se sve više cijene autohtone i izvorne vrijednosti, stoga raste popularnost interakcije s lokalnim stanovništvom i upoznavanja drugačijeg stila života. Brendiranje je postalo jedno od glavnih marketinških alata, a sve s ciljem komuniciranja jedinstvenih obilježja destinacije, hotela, agencija i drugih pružatelja usluga u turizmu.

Svakodnevno povećanje broja turističkih destinacija jedno je od glavnih obilježja ponude u turizmu. Intenzivna konkurencija među turističkim destinacijama transformirala je turističko tržište iz tzv. tržišta masovnog turizma u tržište specifičnih ili posebnih interesa. To podrazumijeva turističke aktivnosti kojima se bave turisti čiji je izbor destinacije za odmor u najvećoj mjeri motiviran njihovim specifičnim interesima i kod kojih je stupanj zadovoljstva turističkim proizvodima i uslugama u najvećoj mjeri određen kvalitetom iskustva kojeg dožive u destinaciji. Destinacije nastoje biti konkurentne, razvijaju nove proizvode i usluge, a sve s ciljem stvaranja prepoznatljivih turističkih brendova. Dolazi do horizontalnih i vertikalnih integracija subjekata na turističkom tržištu čime se stvaraju „moćni“ turistički koncerni koji su u mogućnosti pružiti cjelokupnu turističku uslugu iz samo jednog izvora. To utječe i na povezivanje geografski bliskih destinacija na način da nude povezane proizvode smanjujući tako sve prisutniju mogućnost supstitucije jedne destinacije drugom. Važan trend danas čine i promjene u svijesti potrošača o važnosti očuvanja prirode i svega što nas okružuje. Ljudi postaju ekološki svjesni, traže ekološku ravnotežu, okrenutost prema zdravlju, netaknutu prirodu, zdravu hranu, boravak na otvorenom i laganu rekreaciju. Sve se više govori o eko hotelima, eko proizvodima i svemu onome što uključuje prirodno, izvorno i istinsko.

Motivi koji pokreću turiste se konstantno mijenjaju, povećan je osjećaj za kvalitetom putovanja, bilo da se radi o kvaliteti smještaja, prijevoza ili kvaliteti cjelokupnog doživljaja. Destinacije moraju biti zanimljive, nuditi nešto novo i drugačije, naročito, jer je glavni motiv gotovo više od polovice međunarodnih turističkih putovanja još uvijek odmor i rekreacija (51%). Uz sveprisutan dugoročni trend porasta korištenja zračnog prijevoza (55% međunarodnih turističkih dolazaka), znatan broj europskih turista se ipak odlučuje za odmor u svojoj zemlji ili u susjednim destinacijama koje su im dostupne cestovnim prijevozom. Najvažniji motiv putovanja među Europljanima su „sunce i more“ pri čemu dolazi do napuštanja tradicionalnih odredišta poput Španjolske i Portugala, a sve više ih zamjenjuju destinacije Srednje i Jugoistočne Europe. Iako i dalje tradicionalno „sunce i more“ destinacija, na Mediteranu su vidljivi pokušaji razvoja turizma specijalnih interesa poput kulturnog, gradskog, nautičkog, vjerskog, zdravstvenog, omladinskog, sportskog i ruralnog turizma.

Konačno, pojava Interneta i ubrzani razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija imali su veliki utjecaj na suvremeno turističko poslovanje, osobito na poslovanje malih i srednjih poduzeća kakvih je na području općine Privlaka najviše. ICT je mali i srednjim

poduzećima s područja turizma omogućio da se, pod relativno ravnopravnim uvjetima, na svjetskom turističkom tržištu natječu sa velikim poduzećima, omogućio im je veću fleksibilnost u formiranju proizvoda i cijena te visok stupanj interakcije u promotivnim aktivnostima. Internet je omogućio i potpuno nove, globalne i virtualne prodajno-komunikacijske kanale pružajući značajne mogućnosti informiranja, promocije i prodaje proizvoda turističke destinacije što ujedno mijenja, ali i olakšava marketinške i upravljačke procese u destinaciji.

## 2.6. ANALIZA INTERESNIH SKUPINA

Ključni subjekti u razvoju turizma na području Privlake su:

- Općina Privlaka: općina Privlaka jedinica je lokalne samouprave koju sačinjavaju Općinsko vijeće kao predstavničko tijelo (11 članova), Načelnik Općine kao izvršno tijelo i jedinstveni upravni odbor. Ingerencije Općine uključuju poslove uređenja mjesta, prostorno i urbanističko planiranje, komunalne djelatnosti, zaštitu okoliša, poticanje poduzetništva kroz posebne programe, obrazovanje i informiranje javnosti.
- Turistička zajednica Općine Privlaka: TZ rukovodi poslovima turističke promocije destinacije, radi na uslugama pružanja informacija, sudjeluje u organizaciji manifestacija te je jedan od aktera u planiranju turističkog razvoja Općine. Novi zakon o turističkim zajednicama otvara dodatne mogućnosti komercijalnog djelovanja.
- Važniji gospodarski subjekti u turizmu:
  - Hotel Laguna
  - Kampovi: Dalmacija, Darinka, Medanić, U.O. Gara, Nina
  - Privatni smještaj: Pretežito apartmani srednje kategorije (3\*) u privatnim kućama
  - Ugostiteljska ponuda: desetak restorana i konoba
  - Turističke agencije: registrirane su dvije turističke agencije
- Komunalno poduzeće
- Udruge i društva: Na području Općine djeluje 10-tak udruga, pri čemu u kontekstu turističkog razvoja valja istaknuti Udrugu vlasnika nekretnina u naselju Sabunike-Privlaka, Udruga za promicanje privlačkih pučkih običaja i KUD Privlaka
- Sportski klubovi: U Privlaci djeluju brojne sportske udruge kao što su košarkaški, nogometni i malonogometni klubovi koji uglavnom nose tradicionalno ime ovog kraja; „Sabunjar“ također djeluju i šahovski klub „Sveti Vid“.



## 3. SWOT ANALIZA

Cilj SWOT<sup>6</sup> analize je objektivno sagledavanje svih relevantnih prednosti i nedostataka općine Privlaka, kao destinacije u kojoj je „sunce i more“ dominantan oblik turizma, a koja ima preduvjete za razvoj još nekoliko atraktivnih oblika turizma. SWOT analiza sagledava i prilike i prijetnje iz okruženja koje mogu utjecati na budući razvoj turizma Općine te je napravljena temeljem:

- Neposrednih zapažanja i informacija prikupljenih tijekom obilaska terena te mišljenja ekspertnog tima
- Analize resursne osnove projektnog područja
- Odgovora prikupljenih na radionici s dionicima turističkog razvoja projektnog područja
- Aktualnih turističkih tržišnih trendova i saznanja o tržišnim prilikama i prijetnjama u Hrvatskoj.

Važnost SWOT analize je u tome što se iz definiranih prednosti, nedostataka i tržišnih prilika dalje unapređuju postojeći i razvijaju novi turistički proizvodi, definira se vizija turističkog razvoja projektnog područja kao i glavni razvojni projekti. Elementi SWOT analize su detaljno analizirani pomoću sljedeće četiri varijable:

- Resursi i atrakcije
- Ljudski potencijali
- Infrastruktura
- Upravljanje i marketing.

### 3.1. PREDNOSTI I NEDOSTACI TURISTIČKOG RAZVOJA

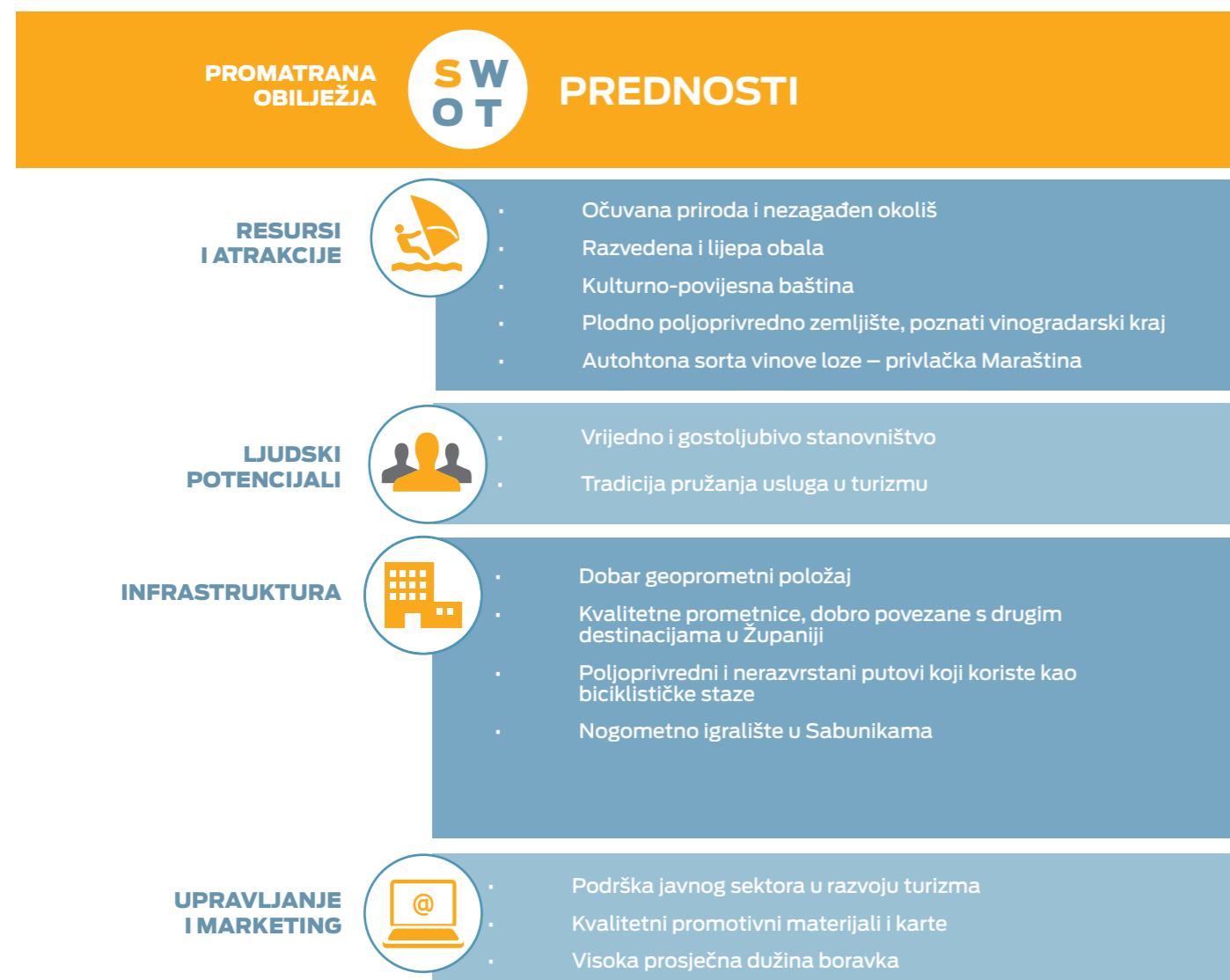
Prednosti općine Privlaka (tablica 3.1.1.) predstavljaju njezinu privlačnu snagu te cjelokupan prostor čine jedinstvenim u odnosu na konkurente na turističkom tržištu. S druge strane, zapaženi nedostaci predstavljaju prepreku razvoju turizma. Ipak, nedostatke treba promatrati kao faktore koji uz pomoću aktivnosti destinacijskog menadžmenta mogu postati prednosti, ali i podloga za definiranje novih, konkurentnih turističkih proizvoda.

Najznačajniju prednost općine Privlaka čini očuvana priroda, nezagađen okoliš te razvedena i lijepa obala što predstavlja vrijedan resurs za razvoj ljetnog odmorišnog turizma. Tome mogu pridonijeti i atrakcije kulturno-povijesne baštine koje tek treba staviti u funkciju razvoja turizma. Prednost za razvoj turizma Općine predstavlja i plodno poljoprivredno zemljište koje je dalo autohtonu sortu vinove loze, privlačku Maraštinu, a može koristiti za razvoj raznih aktivnosti što je detaljnije opisano u dijelu dokumenta koji definira turističke proizvode. Gledano iz perspektive ljudskih potencijala, važnu prednost predstavlja vrijedno i gostoljubivo stanovništvo te tradicija pružanja usluga u turizmu. Među infrastrukturne prednosti spada povoljan geoprometni položaj i kvalitetne prometnice dobro povezane s drugim destinacijama u Županiji. Prednost su i poljoprivredni i nerazvrstani putovi koji koriste kao biciklističke rute, a uz nogometno igralište u Sabunikama čine turističku infrastrukturu koja služi za razvoj dodatnih aktivnosti u destinaciji.

<sup>6</sup> SWOT označava akronim od Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats (prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje).

Razvoju turizma pridonosi i podrška javnog sektora, što pokazuje i inicijativa za izradom ovog projekta, te kvalitetni promotivni materijali koje će s razvojem novih proizvoda trebati ažurirati.

Tablica 3.1.1.  
Prednosti općine Privlaka kao turističke destinacije



Izvor: Autori studije.

Suprotno prednostima, nedostaci općine Privlaka (tablica 3.1.2.) prvenstveno su vidljivi kada je u pitanju turistička infrastruktura i suprastruktura. Na plažama nedostaju moderni popratni sadržaji koji su zaista nužni budući da je u Općini izuzetno visok udio privatnog smještaja i turisti najviše vremena provode na javnim plažama. Primjetna je i slaba ugostiteljska ponuda koja se tijekom ljetnih mjeseci odvija u pokretnim objektima što dugoročno onemogućuje podizanje kvalitete cjelokupne turističke ponude Privlake.

Nedovoljna valoriziranost kulturno-povijesne baštine te usitnjenost parcela u unutrašnjem dijelu Općine također otežavaju razvoj novih turističkih proizvoda i posljedično podizanje kvalitete turističke ponude. Osim navedenih nedostataka, treba navesti i nisku razinu suradnje među dionicima turističkog razvoja te nedostatak obrazovanih turističkih kadrova i nepovoljnu demografsku sliku. Međutim, navedeno nije samo nedostatak općine Privlaka, nego i mnogo razvijenijih destinacija u Hrvatskoj. Nedostatak predstavlja i visoka sezonalnost s iznadprosječnim udjelom domaćih turista i turista iz Njemačke, a stopa rasta turističkog prometa je znatno ispod županijskog prosjeka. Konačno, nedovoljna prepoznatljivost Privlake kao turističke destinacije te nepostojanje internog marketinga predstavljaju upravljačko-marketingške nedostatke koje je moguće unaprijediti aktivnostima definiranim u nastavku dokumenta - u planu marketinga i u projektnim prijedlozima.

Tablica 3.1.2.  
Nedostaci općine Privlaka kao turističke destinacije



Izvor: Autori studije.

### 3.2. PRILIKE I PRIJETNJE TURISTIČKOG RAZVOJA

Prilike za razvoj turizma Privlake (tablica 3.2.1.) proizlaze ponajprije iz trendova koji karakteriziraju suvremeno turističko tržište te iz do sada neiskorištenih potencijala razvoja ovog područja poput mogućnosti razvoja organske poljoprivrede. Priliku predstavlja i porast vikend potražnje te porast svijesti o značaju aktivnog načina života što je pogodno za razvoj pojedinih oblika turizma. Tomu valja pridodati i bogatu kulturno-povijesnu baštinu susjednog Nina kao i blizinu grada Zadra. Gledano iz perspektive infrastrukture, priliku predstavlja blizina najznačajnijih prometnica u državi (A1, Jadranska magistrala), mogućnost korištenja obnovljivih izvora energije te udruživanje malih iznajmljivača. Osim navedenog, priliku za razvoj turizma Privlake predstavlja i već pokrenuta suradnja općinske TZ s turističkim zajednicama iz okruženja (Nin, Vir, Zadar) koja se realizira kroz uvezivanje biciklističkih staza, zajedničko izdavanje promocijskih materijala (brošura) te zajedničke nastupe na sajmovima te mogućnosti korištenja međunarodnih izvora financiranja (EU fondovi). Konačno, imajući u vidu da je prostornim planom Županije predviđena luka nautičkog turizma u selu Loznica, postoji prilika za razvoj novog oblika turizma što bi značajno utjecalo na podizanje kvalitete cjelokupne turističke ponude.

Tablica 3.2.1.  
Prilike za razvoj turizma u općini Privlaka

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	PRILIKE
<b>RESURSI I ATRAKCIJE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mogućnost razvoja organske poljoprivrede</li> <li>Porast vikend potražnje</li> <li>Porast svijesti o značaju aktivnog načina života što je pogodno za razvoj pojedinih oblika turizma</li> <li>Bogata kulturno-povijesna baština susjednog Nina</li> <li>Blizina grada Zadra</li> </ul>
<b>LJUDSKI POTENCIJALI</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Programi tijela javne uprave (MINT, HGK i sl.) za jačanje konkurentnosti ljudskih potencijala u turizmu</li> </ul>
<b>INFRASTRUKTURA</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Blizina najznačajnijih prometnica u državi</li> <li>Mogućnost korištenja obnovljivih izvora energije</li> <li>Udruživanje malih iznajmljivača</li> </ul>
<b>UPRAVLJANJE I MARKETING</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Već pokrenuta suradnja općinske TZ s turističkim zajednicama iz okruženja (Nin, Vir, Zadar)</li> <li>Prostornim planom Županije je predviđena luka nautičkog turizma – uvala Loznica</li> <li>Mogućnost korištenja međunarodnih izvora financiranja (EU fondovi)</li> </ul>

Izvor: Autori studije.

Jedna od glavnih prijetnji razvoju turizma općine Privlaka (tablica 3.2.2.) je nepostojanje jasno definiranih granica pomorskog dobra što posljedično utječe i na izdavanje koncesija za upravljanje plažama. Iako je postojanje biciklističkih staza u Privlaci prednost, ipak prijetnju predstavlja to što one prolaze putovima koje koriste Hrvatske šume d.o.o. i vlasnici poljoprivrednih zemljišta.

Prijetnju predstavlja i visoka nezaposlenost domaćeg stanovništva, jer turisti iz Hrvatske, uz Nijemce, predstavljaju najvažnije emitivno tržište. Konačno, treba imati u vidu i prijedlog novog Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma koji je još uvijek u radnoj fazi i upitno je koje će promjene donijeti.

Tablica 3.2.2.  
Prijetnje za razvoj turizma u općini Privlaka

PROMATRANA OBILJEŽJA	SWOT	PRIJETNJE
<b>RESURSI I ATRAKCIJE</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nedefinirane granice pomorskog dobra</li> <li>Problem s vlasništvom pojedinih zemljišta</li> <li>Problem s putovima koje koriste Hrvatske šume d.o.o. i vlasnici poljoprivrednih zemljišta, a kojima prolaze biciklističke staze</li> <li>Rasprodaja najatraktivnijih parcela uz more u svrhu stambene gradnje i prodaje stanova</li> </ul>
<b>LJUDSKI POTENCIJALI</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Depopulacijski trendovi u Hrvatskoj</li> <li>Visoka nezaposlenost domaćeg stanovništva</li> </ul>
<b>UPRAVLJANJE I MARKETING</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Prijedlog novog zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma</li> </ul>

Izvor: Autori studije.

## 4. STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

### 4.1. VIZIJA TURISTIČKOG RAZVOJA

Vizijom turističkog razvoja općine Privlaka definira se slika poželjne turističke budućnosti općine Privlaka te stoga ona predstavlja ideju vodilju i inspiraciju za sve dionike turističkog razvoja koji je svojim djelovanjem i radom trebaju podupirati i težiti prema njezinoj realizaciji te biti aktivni sudionici u njezinom ostvarenju. Vizija turističkog razvoja Općine temelji se na turističkoj tradiciji Općine, činjenici da se radi o prepoznatljivoj turističkoj destinaciji na području Zadarske rivijere, ali i na kvalitetnim prirodnim i kulturno-povijesnim turističkim resursima i atrakcijama koji postoje na području općine Privlaka. Dodatno, pri definiranju vizije turističkog razvoja općine Privlaka posebnu pozornost treba obratiti na principe održivog razvoja turizma odnosno potrebi da se prekomjernim turističkim razvojem ne ugroze glavni turistički resursi te da razvoj turizma, u konačnici, bude u funkciji podizanja razine životnog standarda svih stanovnika Općine. Također, pri definiranju vizije turističkog razvoja Općine, u obzir treba uzeti i najvažnije trendove na globalnom turističkom tržištu, kako bi se kroz realizaciju vizije moglo odgovoriti željama i potrebama suvremenih turista.

Konačno, prilikom definiranja vizije razvoja turizma za općinu Privlaka, potrebno je uvažiti i glavne odrednice vizije razvoja turizma Zadarske županije. U glavnom planu razvoja turizma Zadarske županije od 2013. do 2023. godine (str. 200) vizija razvoja turizma Zadarske županije je definirana na slijedeći način:

**„Zadarska županija razvija turizam u interesu rasta kvalitete života, ekonomskog blagostanja i osiguranja održive budućnosti lokalnom stanovništvu Zadarske županije. Zadarska županija je u 2023. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija koja posluje u većem dijelu godine i time osigurava dugoročnu profitabilnost i održivost turizma u interesu svih uključenih subjekata, osobito lokalnog stanovništva.“**

Temeljem analize turističke resursne osnove, inputa dobivenih na radionici s glavnim dionicima turističkog razvoja, analize trendova na suvremenom turističkom tržištu, vizije razvoja turizma na razini Zadarske županije te uvažavajući potrebu za održivim razvojem turizma, temeljne odrednice vizije budućeg turističkog razvoja općine Privlaka definirane su na slijedeći način:

- Općina Privlaka je destinacija kvalitetne smještajne i ugostiteljske ponude
- Općina Privlaka je destinacija uređenih javnih površina
- Općina Privlaka je destinacija koja svoj osnovni turistički proizvod temelji na prirodnim resursima, prije svega na „moru i suncu“
- Općina Privlaka je destinacija koja svoj prošireni turistički proizvod temelji na bogatoj kulturno-povijesnoj baštini te brojnim manifestacijama
- Općina Privlaka je destinacija namijenjena ponajviše obiteljskom odmoru, prvenstveno obiteljima s malom djecom te starijim parovima s odraslom djecom (tkzv. „empty nesters“)
- Općina Privlaka je destinacija u kojoj se poštuju tradicijske i autohtone vrijednosti
- Razvoj turizma u općini Privlaka je u funkciji podizanja životnog standarda lokalnog stanovništva.

Sve prethodno definirane odrednice vizije turističkog razvoja općine Privlaka moguće je sažeti u jedinstveno formuliranu razvojnu viziju turizma, koja glasi:

**„U 2025. godini općina Privlaka biti će prepoznatljiva turistička destinacija Zadarske županije, koja svoju turističku privlačnost temelji na prirodnim i kulturno-povijesnim resursima te čiji je turistički proizvod namijenjen prvenstveno obiteljskim tržišnim segmentima koji traže odmor od svakodnevice u mirnom i ekološki očuvanom prirodnom ambijentu u kojemu se poštuju izvorne, autohtone i tradicijske vrijednosti.**

**Turistički razvoj i tržišnu konkurentnost općina Privlaka temeljiti će na kvalitetnoj smještajnoj i ugostiteljskoj ponudi, uređenim javnim površinama, dobro osmišljenoj valorizaciji turističke resursne osnove, na kreativnim i inovativnim marketinškim aktivnostima, učinkovitoj suradnji svih dionika razvoja turizma, a sve u cilju razvoja lokalne zajednice i podizanja razine životnog standarda lokalnog stanovništva.“**

Ovako definirana vizija turističkog razvoja općine Privlaka:

- Uvažava potrebu za dodatnom tržišnom diferencijacijom općine Privlaka u odnosu na konkurenciju, osobito u odnosu na susjedne gradove i općine u Zadarskoj županiji
- Naglašava opredjeljenje Općine da se, u turističkom smislu, razvija kao destinacija namijenjena ponajviše, ali ne isključivo, obiteljskom odmoru
- Ističe potrebu za razvojem novih i inovativnih turističkih proizvoda koji se temelje na autohtonim i tradicijskim vrijednostima
- Usklađena je s vizijom razvoja turizma na području Zadarske županije
- Naglašava potrebu za održivim turističkim razvojem, koji osigurava očuvanje vrijednih turističkih resursa za budućnost
- Stvara pretpostavke za dugoročno održiv i stabilan turistički rast i razvoj Općine usmjeren na podizanje životnog standarda lokalnog stanovništva.

## 4.2. CILJEVI TURISTIČKOG RAZVOJA

Ciljevi turističkog razvoja temelje se na prethodno formuliranoj viziji, odnosno definiraju se rastavljanjem relativno načelne i složene vizije na konkretne, operativne ciljeve koje je moguće delegirati i čije je provođenje moguće mjeriti, poticati i nadzirati. Nakon definiranja ciljeva turističkog razvoja, i nakon njihovog prihvaćanja od najvažnijih dionika razvoja turizma, definiraju se investicijsko-razvojni projekti koji su u funkciji postizanja ciljeva i posredno, preko ciljeva u funkciji ostvarenja prethodno definirane vizije razvoja turizma.

Na osnovu prethodno definirane vizije razvoja turizma za općinu Privlaka, glavne/strateške ciljeve turističkog razvoja moguće je definirati na slijedeći način:

1. Podizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda i stvaranje cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti.

Iako općina Privlaka ima relativno dugu turističku tradiciju, trenutna razina kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda u općini Privlaka nije u stanju udovoljiti visokim stan-

dardima suvremenog turističkog tržišta. Ovakvo stanje je, između ostalog, posljedica nedovoljne razine suradnje među glavnim dionicima razvoja turizma odnosno trenutne rascjepkanosti turističke ponude Općine. Kako bi se turistički proizvod općine Privlaka podigao na višu razinu, potrebno je kontinuirano raditi na ideji uspostavljanja i unaprjeđenja tkzv. integralnog destinacijskog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude (smještaj, ugostiteljstvo, aktivnosti u destinaciji, promocija, komunikacijske aktivnosti i sl.) moraju biti međusobno kompletirani, stavljani u kontekst realne tržišne potražnje te sinergijski djelovati prema ostvarenju vizije turističkog razvoja.

2. Produženje turističke sezone.

S obzirom da je tijekom 2014. godine više od 90% turističkog prometa ostvareno tijekom tri sezonska mjeseca (lipanj-kolovoz), sezonalnost turističke potražnje predstavlja jedno od najvećih ograničenja budućeg turističkog razvoja Općine te produženje turističke sezone predstavlja jedan od najvažnijih strateških ciljeva. Ovako izražena sezonalnost prvenstveno je posljedica nepovoljne strukture smještajnih kapaciteta u općini Privlaka u kojima dominira privatni smještaj, ali i nedovoljno razvijenog proširenog turističkog proizvoda. Stoga je potrebno uložiti dodatni napor u edukaciju privatnih iznajmljivača s ciljem podizanja kvalitete privatnog smještaja, udruživanja privatnih iznajmljivača te njihovog boljeg i kvalitetnijeg zajedničkog nastupa na tržištu, što bi sigurno rezultiralo produženjem turističke sezone.

3. Inoviranje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda.

Osim edukacije i udruživanja privatnih iznajmljivača, inoviranje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda, koji bi bili usklađeni s trendovima na suvremenom turističkom tržištu, također predstavlja važan strateški cilj turističkog razvoja općine Privlaka. Ovo je osobito bitno u kontekstu činjenice da je vizijom razvoja turizma planirana diferencijacija Općine u odnosu na glavne konkurente što trenutnim turističkim proizvodom, u kojemu dominira „more i sunce“ nije moguće postići. Stoga je od postojećih turističkih resursa i atrakcija potrebno razvijati nove i inovativne turističke proizvode koji bi u obliku proširene turističke ponude destinaciji osigurali podizanje tržišne prepoznatljivosti u odnosu na konkurenciju, a turistima bi omogućili zanimljiv, kvalitetan i sadržajan boravak u destinaciji.

4. Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja.

Uspješan turistički razvoj u velikoj mjeri ovisi o podršci lokalne zajednice te je, u tom kontekstu, vrlo važno planirati turistički razvoj koji je podržan od strane lokalnog stanovništva te koji, istodobno, vodi prema ostvarenju definirane vizije. Bez obzira na relativno dugu tradiciju bavljenja turizmom, lokalno stanovništvo na području općine Privlaka nije do kraja upoznato sa svim potencijalnim posljedicama razvoja turizma. Osim toga, stanovništvo Općine nema niti isti stav prema potrebi odnosno prema dinamici i/ili načinu budućeg turističkog razvoja. U tom smislu, većina lokalnog stanovništva ne zna ni koja će biti njihova uloga u budućem turističkom razvoju, niti koliko se aktivno u taj proces mogu ili trebaju uključiti. Može se reći da niska razina javne svijesti o svim mogućim prednostima i nedostacima razvoja turizma može rezultirati nepovjerenjem pa i čak bojkotom aktivnosti usmjerenih na razvoj turizma. Stoga je, u cilju stvaranja poticajnog razvojnog okruženja, potrebno:

- Provoditi aktivnu i kontinuiranu edukaciju lokalnog stanovništva o njihovoj ulozi u razvojnom procesu te ih upoznavati, ne samo s pozitivnim učincima turističkog razvoja, nego i s potencijalnim negativnim učincima kao i s aktivnostima koje je moguće provoditi s ciljem minimizacije negativnih učinaka
- Osigurati primjerenu brigu za okoliš i kulturno-povijesnu baštinu kao osnovicu turističkog razvoja
- Podizati razinu stručne osposobljenosti turističkih djelatnika radi osiguranja kvalitete turističkog proizvoda
- Stvarati preduvjete za ubrzano osposobljavanje malih i srednjih poduzetnika koji su zainteresirani za ulaganje u turističke i s turizmom povezane projekte
- Educirati djelatnike javnih službi kao i cjelokupno lokalno stanovništvo o najprimjerenijim načinima komunikacije i ophođenja s turistima

#### 5. Aktivno upravljanje prostorom i zaštita okoliša.

S obzirom da čist, uređen i ekološki očuvan prostor predstavlja jedan od najvažnijih turističkih resursa općine Privlaka, jasno je da aktivno upravljanje prostorom predstavlja važan strateški cilj turističkog razvoja Općine, osobito u kontekstu promicanja održivog razvoja turizma. Koncept aktivnog upravljanja prostorom podrazumijeva:

- Kvalitetno prostorno planiranje
- Primjereno gospodarenje otpadom i zbrinjavanje otpada
- Čistoću, uređenost i kvalitetan estetski dojam javnih površina – hortikultuno uređenje javnih površina, njihovo opremanje urbanom galanterijom (koševi za smeće, klupe i sl.), uređenost fasada i sl. s ciljem kreiranja urbanog sklada
- Upravljanje plažnim prostorom – uređenost, čistoća i održavanje plaža
- Zaštitu od vizualnog zagađenja prostora (npr. uslijed betonskih stupova električnih kablova, loše riješenog prometa u mirovanju i sl.)

#### 6. Podizanje razine životnog standarda stanovništva Općine.

Lokalno stanovništvo, u kontekstu održivog razvoja, interesna je skupina s izuzetno važnom ulogom. Naime, upravo se i razvoj turizma promišlja kako bi podigla razina dobrobiti i kvalitete života lokalnog stanovništva. Pri tome je važno imati na umu da je upravo lokalno stanovništvo sudionik u upravljanju kojeg je teško, iako ne i nemoguće, uključiti u planiranje turističkog razvoja. Rezultat je to činjenice da je lokalno stanovništvo izrazito heterogena skupina te da afiniteti prema razvoju turizma često ovise o dobi, zanimanju, zaposlenosti ili nezaposlenosti u turističkoj industriji i sl. Ipak, važno je imati na umu da je prihvaćanje vizije razvoja od strane lokalnog stanovništva ključno za budući turistički razvoj a sklonost lokalnih žitelja ka planiranom turističkom razvoju biti će veća ako je jedan od ciljeva toga razvoja podizanje razine životnog standarda lokalnog stanovništva.

### 4.3. OSTALE ODREDNICE UPRAVLJANJA TURIZMOM

Osim vizije turističkog razvoja Općine definirane u poglavlju 4.1. te ciljeva razvoja turizma koji su opisani u poglavlju 4.2., na budući turistički razvoj općine Privlaka u većoj mjeri može uticati i cijeli niz drugih odrednica kao što je zakonska regulativa kojom se uređuje

turističko poslovanje, planska dokumentacija višeg reda, odnosno sektorska studije koje pokrivaju područja koja ne dotiču ili samo rubno dotiču turizam i sl.. Među te odrednice spadaju:

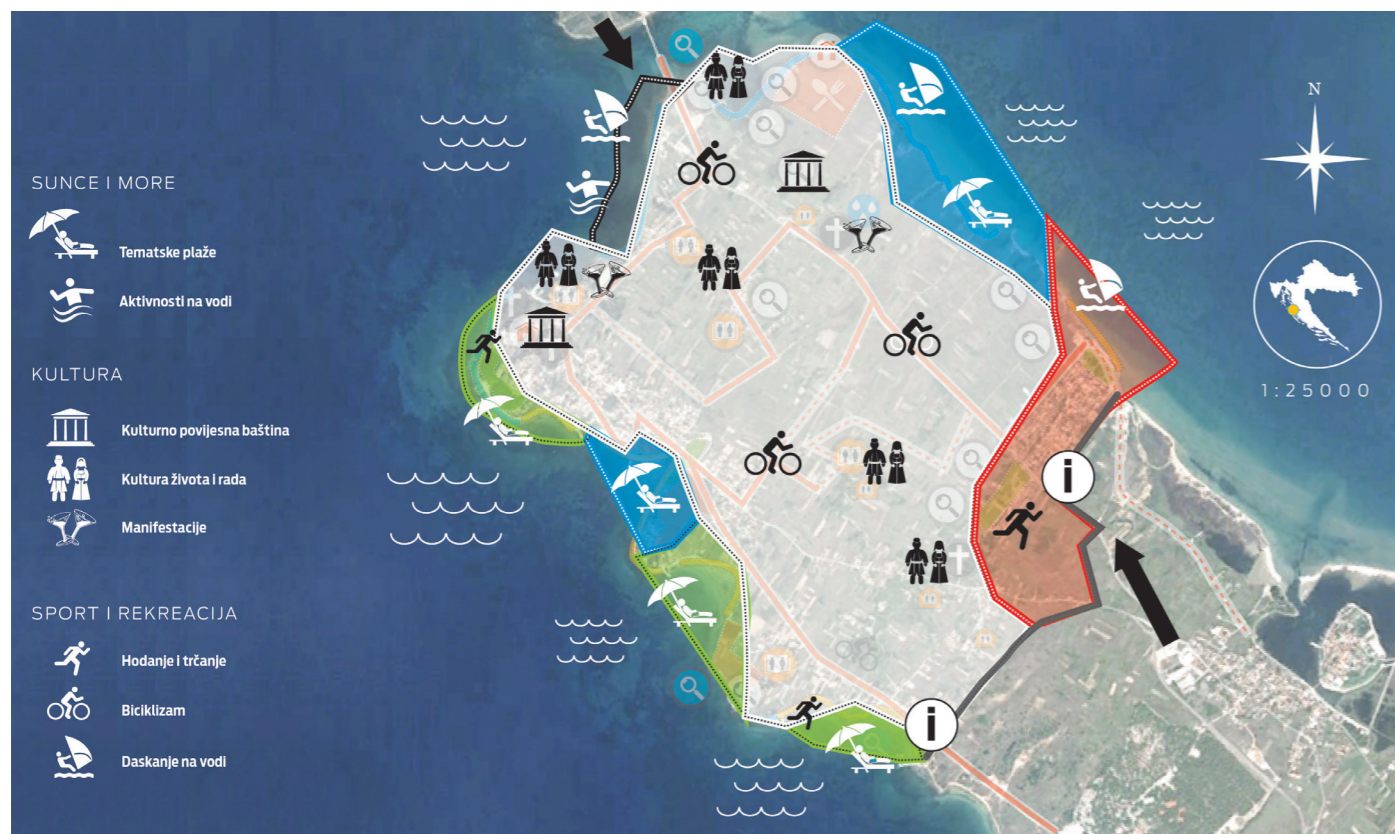
- Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine
- Glavni plan razvoja turizma Zadarske županije 2013.-2023. godine
- Program ukupnog razvoja općine Privlaka
- Prostorno-planska dokumentacija – prostorni plan uređenja općine Privlaka
- Postojeća organizacija i moguće izmjene u sustavu turističkih zajednica s fokusom na turističke zajednice na razini JLS-a
- Moguće najavljene izmjene skupine turističkih zakona, koji uključuju
  - Zakon o pružanju usluga u turizmu
  - Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti
  - Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i o Zakon o po morskome dobru i morskim lukama
- Postojeća struktura ključnih gospodarskih subjekata s područja javnog i privatnog sektora

### 4.4. TURISTIČKO ZONIRANJE

Na području općine Privlaka glavne zone razvoja proizvoda u budućnosti, s obzirom na resursnu osnovu i proizvode koje proizlaze iz njih, bi trebale biti:

1. Zona razvoja proizvoda sunca i mora - obalni pojas
  - Resursi: plaže, razvedena obala, Jadransko more, pijesak, mediteranska klima, uvale, rtovi, zatoni i ljekovito crno blato.
2. Zona proizvoda kulture – unutrašnjost obale i urbane cjeline uz obalu
  - Resursi: elementi kulturno povijesne baštine (crkve, arheološki lokaliteti, bunari), urbane i etnološke cjeline, manifestacije i sabunjarenje.
3. Zona sporta i rekreacije – naglasak na područje Sabunika te obalni pojas na sjeveroistoku Općine, te puteve i ceste u unutrašnjem dijelu Općine
  - Resursi: sportski tereni, biciklističke staze, plaže i obalni pojas.

Prikaz 4.4.1.  
Prostorni razmještaj turističkih proizvodnih zona



Izvor: Autori studije.

Na području općine Privlaka glavne točke razvoja u budućnosti, s obzirom na resursnu osnovu, bi trebali biti:

- Područje Vrila (jedan hotel 4\*, do 100 postelja i nekoliko pripadajućih vila, sezonsko poslovanje od travnja do listopada, ugostiteljski objekti, oko 10.000 m<sup>2</sup> plažnog prostora, prema standardima oko 1.200 kupača dnevno, uređenje sadržaja za aktivnosti na vodi)
- Područje Sebačeva (jedan hotel 4\*, 100 ležajeva, niz privatnih smještajnih objekata visoke kategorije, s obzirom na površinu od oko 2.000 m<sup>2</sup> ima kapacitet od 500 kupača, u sezoni trajanja 3,5 mjeseca)
- Područje Škrapavca (površine oko 2.400 m<sup>2</sup>, s oko 600 kupača dnevno, postojeći hotel Laguna i niz privatnog smještaja, razvoj tematskih sadržaja za obitelji s djecom)
- Info centar Privlaka (interpretacija atrakcija, informiranje posjetitelja, interaktivne radionice; kapacitet centra 200 posjetitelja dnevno)
- Područje Mostine (postojeći kamp Dalmacija, manji obiteljski hotel kapaciteta 40 ležajeva s ponudom wellnessa, te tematizacija plaže za korištenje ljekovitog blata)

- Područje Gornjeg i Donjeg Sela (razvoj proizvoda vezano uz manifestacije, kulturnu baštinu i sabunjarenje)
- Područje Kršlovića i sv. Vida (razvoj etnološke cjeline, s naglaskom na ekološku proizvodnju i kulturnu baštinu)
- Šetnica (dužina šetnice 6 km, kapacitet šetača i biciklista, 2.000 dnevno)
- Sabunike (uređeno vikend naselje u zelenoj oazi s kratkom trim stazom, kapaciteta 100 posjetitelja, te rekreacijskim terenima i teretanom na otvorenom)
- Biciklističke staze (uređenje postojećih 21km staza, sa sezonom od 9 mjeseci, uz moguću dnevni kapacitet od 600 turista)

Uz navedene točke razvoja na području Privlake se može izdvojiti 5 glavnih jezgara razvoja, a to su:

- Područje Gornjeg sela
- Područje Mostina i Sebačeva
- Područje Škrapavca
- Područje Sabunika
- Područje Vrila

Navedene zone razvoja imaju, s obzirom na stupanj razvijenosti i resursnu osnovu, različitu bazu postojećih, ali i potencijalni turističkih proizvoda. Upravo stoga potrebno je definirati mogućnosti za daljnji razvoj proizvoda u svakoj zoni, s osobitim naglaskom na povezivanje pojedinačnih proizvoda u integriranu turističku ponudu destinacije Privlaka.

## 5. SMJERNICE DESTINACIJSKOG MARKETNIGA

### 5.1. ATRIBUTI TRŽIŠNOG POZICIONIRANJA

Cjelokupna marketinška strategija općine Privlaka se temelji na tržišnom pozicioniranju čiji je cilj istaknuti sve posebnosti i vrijednosti koje čine ponudu i identitet destinacije, a relevantne su ciljnim skupinama turista. Proces pozicioniranja traje i traži strpljenje dionika razvoja turizma destinacije. Pri tome se ne smije zanemariti da je lako izgubiti stečene pozicije te je stoga nužno održavati i podizati razinu kvalitete usluge kako bi se olakšalo provođenje marketinških aktivnosti. Svi dionici razvoja turizma Privlake bi trebali razumjeti pozicioniranje i koristiti ga kao temelj pri donošenju odluka bitnih za razvoj turizma.

Općina Privlaka ima nekoliko značajnih elemenata diferencijacije, tkzv. točaka različitosti, koji ju čine konkurentnom u odnosu na destinacije u Zadarskoj županiji. Upravo su one temelj za pozicioniranje Privlake kao poželjne turističke destinacije što je prikazano u tablici u nastavku.

Tablica 5.1.1.

*Ključni atributi pozicioniranja općine Privlaka*

OPĆINA PRIVLAKA		
PLAŽE	TRADICIJA I KULTURA ŽIVOTA I RADA	DOSTUPNOST
<p>Ukupno 15 km lijepih i očuvanih pješčanih plaža daje općini Privlaka posebnu ambijentalnu vrijednost. One su ujedno i najvažniji prirodni resurs Privlake i svakako trebaju imati važnu ulogu u turističkom pozicioniranju Privlake.</p>	<p>Privlaka je nekada bila poznata po uzgoju vinove loze i sabunjarenju što u današnjem kontekstu predstavlja vrijednu baštinu iz domene kulture života i rada. Ovdje posebno valja naglasiti važnost sabunjarenje koje uz plaže treba biti značajan element pozicioniranja.</p>	<p>Općina Privlaka ima povoljan geoprometni položaj, cestovno je lako dostupan što naročito može potaknuti jednodnevne i vikend posjetitelje na ponovni dolazak.</p>
POZICIONIRANJE		
<p>Destinacija za ugodan obiteljski odmor u očuvanom i opuštajućem prirodnom ambijentu zanimljive povijesti. Destinacija u kojoj još uvijek „žive“ autohtone vrijednosti.</p>		

Izvor: Autori studije.

#### VIZUALNI IDENTITET

Uz navedene attribute pozicioniranja, pozornost treba posvetiti i vizualnom identitetu općine Privlaka. Zbog spoja mora, vinove loze, ali i odličnog pogleda na Velebit, svakako treba koristiti plavu, zelenu i bijelu boju. Bilo bi poželjno da turistički znak sadrži elemente mora, pijeska i trske. Vizualni identitet Općine treba ujednačiti s vizualnim turističkim identitetom.



## 5.2. CILJNA TRŽIŠTA

Pri definiranju ciljnih tržišta za općinu Privlaka, u obzir treba uzeti činjenicu da suvremeno turističko tržište zahtjeva konstantno prilagođavanje potrebama i željama potencijalnih turista. Odabir ciljnih tržišta ovisi o resursima općine Privlaka i definiranim ciljevima razvoja turizma do 2025. godine. Sukladno tome, strategija ciljnih tržišta se prvenstveno odnosi na veću penetraciju s novim turističkim proizvodima na tradicionalno najjača geografska tržišta te intenzivnije privlačenje automobilom dostupnih geografskih tržišta. U nastavku su predložena i opisana četiri ciljna tržišta – obitelji s djecom, stariji parovi koji putuju bez djece, umirovljenici i sportski rekreativci.

 <b>OBITELJI S DJECOM</b>	<b>Austrija BiH Češka Hrvatska Italija Mađarska Njemačka Poljska Slovačka Slovenija</b>	<p>Mlade obitelji s djecom u dobi do 16 godina, srednjih i viših primanja</p>	   <p>Uz „sunce i more“ traže aktivnosti na vodi, uživanje u očuvanom prirodnom ambijentu. Traže dodatne sadržaje poput tradicionalnih aktivnosti i zabavnih sadržaja</p>
 <b>STARIJI PAROVI KOJI PUTUJU BEZ DJECE</b>	<b>Austrija Češka Italija Mađarska Njemačka Poljska Slovačka Slovenija</b>	<p>Visokoobrazovani, dobrih primanja u dobi od 40 do 65 godina</p> <p>Predstavljaju trenutno najveći tržišni segment</p>	   <p>Putuju nekoliko puta godišnje, dobri su potrošači. Vode brigu o zdravoj prehrani i zdravom načinu života, očekuju kvalitetan smještaj i kvalitetnu gastronomsku ponudu</p>
 <b>UMIROVLJENICI</b>	<b>Austrija Italija Mađarska Njemačka Slovenija</b>	<p>Muškarci i žene, stariji od 65 godina, većinom umirovljenici, bolje situirani</p>	   <p>Nisu više vezani za potrebe svoje djece, imaju osigurana financijska sredstva za putovanje. Žele ugoditi sebi, aktivni su, traže intelektualno stimulativna putovanja (upoznavanje novih kultura i sl.), traže kvalitetan smještaj</p>
 <b>SPORTSKI REKREATIVCI</b>	<b>Austrija Italija Mađarska Njemačka Slovenija</b>	<p>Prvenstveno muškarci, žene su manje zastupljene, u dobi od 25 do 45 godina, zaposleni, viših primanja</p>	   <p>Traže dodatne sadržaje na odmoru (biciklizam, daskanje na vodi). Važna im je kvaliteta smještaja i dodatnih sportskih sadržaja</p>

## 5.3. PROIZVODNI PORTFELJ

Pri razvoju turističkih proizvoda na području općine Privlaka glavni naglasak treba biti na dodatnim aktivnostima, tj. proširenju već postojećih turističkih proizvoda s ciljem:

- Produženja turističke sezone
- Podizanja kvalitete cjelokupne turističke ponude
- Podizanja stupnja zadovoljstva turista.

Zbog nedovoljne razvijenosti pojedinih turističkih proizvoda potrebna su određena ulaganja u turističku infrastrukturu i suprastrukturu što je detaljnije opisano u projektnim prijedlozima. Pri razvoju novih proizvoda treba voditi računa i o tome da su turisti dobro informirani i da posebno cijene ono što je drugačije i originalno. Zbog toga, svaki turistički proizvod treba pričati svoju priču i biti formiran kao istinski doživljaj. Sukladno navedenom, u nastavku se daje opis turističkih proizvoda općine Privlaka koji uključuje glavne tržišne trendove i moguće modalitete proizvoda te njihove korisnike, tj. ciljna tržišta.



### SUNCE I MORE

#### OPIS PROIZVODA

„Sunce i more“ je još uvijek glavni motiv dolaska turista u Hrvatsku, a naročito u općinu Privlaka. Ovaj turistički proizvod će i dalje rasti, ali nešto sporije. Prema predviđanjima Svjetske turističke organizacije, turizam na Mediteranu će sporije rasti, ali dugoročne prognoze i dalje govore o zadržavanju ove regije kao liderske svjetske odmorišne destinacije. U tom kontekstu, općina Privlaka treba i dalje razvijati ovu vrstu turističke ponude uz naglasak na proširenje turističkog proizvoda, podizanja njegove kvalitete i stvaranja dodatne vrijednosti za turiste.

#### MOGUĆI MODALITETI

- Tematske plaže (obitelj i djeca, zdravlje, rekreacija, nudizam)
- Aktivnosti na vodi (daskanje, vožnja kajakom, zabavne aktivnosti za djecu – trampolini na vodi)

#### CILJNA TRŽIŠTA

- Obitelji s djecom
- Stariji parovi koji putuju bez djece
- Umirovljenici
- Sportski rekreativci



## KULTURA

### OPIS PROIZVODA

Kulturni turizam obuhvaća kulturne aktivnosti i doživljaje koji privlače turiste u neku destinaciju i obogaćuju njihov boravak u destinaciji. Proizvodi kulturnog turizma omogućuju posjetiteljima upoznavanje životnog stila lokalnog stanovništva, kulturne i povijesne baštine, ali i svega onoga što daje identitet i karakter određenoj destinaciji. Prema podacima Svjetske turističke organizacije, više od polovice međunarodnih turističkih putovanja uključuje komponentu kulturnog turizma.

Ovaj oblik turizma preferiraju visokoobrazovani turisti koji imaju iznadprosječna primanja. Traže dulja putovanja, očekuju kvalitetan smještaj i rado kupuju različite proizvode tijekom putovanja. Najčešće su to turisti u dobi od 45 do 60 godina, a značajan je i porast mlađih turista koje zanima kulturno-povijesna baština te kultura života i rada.

### MOGUĆI MODALITETI

- Kulturno-povijesna baština
- Kultura života i rada (sabunjarenje, OPGovi)
- Manifestacije (stara jezgra Privlake, crkva Sv. Vida, Loznica - Privlačka noć, Škrapavac i Sabunike)

### CILJNA TRŽIŠTA

- Obitelji s djecom
- Stariji parovi koji putuju bez djece
- Umirovljenici
- Sportski rekreativci



## SPORT I REKREACIJA

### OPIS PROIZVODA

Sport i rekreacija nižeg intenziteta, u destinacijama obilježja sličnih Privlaci, podrazumijeva manje fizičke napore, aktivnosti poput boravka i šetnje u prirodi, promatranja biljnog i životinjskog svijeta, biciklizma te manje zahtjevnih aktivnosti na vodi.

Za ovaj proizvod se najčešće odlučuju visokoobrazovani turisti srednje i više platežne moći, u dobi od 25 do 45 godina. Odlučuju se za duži boravak u destinaciji, naročito ukoliko destinacija nudi sadržaje koje odgovaraju njihovim preferencijama.

### MOGUĆI MODALITETI

- Hodanje i trčanje
- Biciklizam
- Daskanje na vodi

### CILJNA TRŽIŠTA

- Obitelji s djecom
- Stariji parovi koji putuju bez djece
- Sportski rekreativci

## 5.4. KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI

Prethodno definirano pozicioniranje, ciljna tržišta i proizvodi čine temelj marketinške strategije turističke destinacije. Međutim, suvremeni marketing naglašava važnost komunikacijskih aktivnosti jer upravo pomoću njih potencijalni turisti mogu stvoriti sliku o proizvodu i usluzi koju kupuju. Suvremene komunikacijske aktivnosti raspolažu s nizom alata putem kojih destinacija može doprijeti do ciljnih tržišta. Riječ je o klasičnim promotivnim aktivnostima kao što su oglašavanje, odnosi s javnošću, direktni marketing i unapređenje prodaje. Sve ove aktivnosti se mogu provoditi putem različitih medija, među kojima u turizmu sve značajnije postaju komunikacijske aktivnosti putem mrežnih stranica i društvenih mreža. Komunikacijske aktivnosti koje je potrebno poduzeti s ciljem stvaranja jasnog imidža općine Privlaka trebaju:

- Prenijeti osnovnu poruku pozicioniranja Privlake kao turističke destinacije
- Postići sinergijski prodajni učinak korištenjem niza ujednačenih promotivnih materijala i aktivnosti.

Sukladno navedenom, u nastavku se nalazi pregled promotivnih aktivnosti i materijala koji mogu biti korisni za daljnji turistički razvoj općine Privlaka.

Tablica 5.4.1.

Prijedlog promotivnih aktivnosti općine Privlaka

AKTIVNOST	KONCEPT
<b>OGLAŠAVANJE</b>	Oglašavanje, kao i svaki drugi oblik marketinške komunikacije, zahtjeva jasno poznavanje ciljnih skupine. Upravo prethodno navedena ciljna tržišta trebaju poslužiti kao temelj u kreiranju jasnih oglašivačkih poruka općine Privlaka koje prvenstveno trebaju biti usmjerene na komuniciranje definiranog pozicioniranja. Budući da oglašavanje zahtjeva veća financijska ulaganja, predlaže se izrada plan oglašavanja (na godišnjoj razini), ali tek nakon formiranja prethodno definiranih turističkih proizvoda. Cilj oglašavanja treba biti usmjeren na informiranje potencijalnih turista o ponudi Privlake.
<b>ODNOSI S JAVNOŠĆU</b>	Aktivnosti odnosa s javnošću prvenstveno trebaju biti usmjerene na odnos s medijima, tj. novinarima. To može uključivati organizaciju studijskih putovanja s predstavnicima relevantnih medija i formiranje zasebne „press“ sekcije na mrežnom mjestu Turističke zajednice Privlake koja će biti namijenjena isključivo medijima, a uključivati će baze tekstova, fotografija i sve podatke bitne medijima. Posebne aktivnosti usmjerene prema medijima potrebno je organizirati u slučaju tradicionalnih manifestacija ili nekog drugog događanja relevantnog za razvoj turizma Općine.
<b>IZRAVNI MARKETING</b>	Izravna komunikacija s ciljnim tržištima, u svrhu očuvanja trajnih odnosa, predstavlja jednostavnu, ali vrlo efikasnu komunikacijsku aktivnost. Bilo bi poželjno, u suradnji s dionicima razvoja turizma Privlake, prikupljati e-mail adrese turista koji svoj odmor provode u Općini. Time se stvara komunikacijska baza putem koje je tijekom cijele godine moguće komunicirati nove oblike ponude, slati zanimljive informacije o kulturno-povijesnoj baštini te uključiti same turiste u kreiranje pojedinih turističkih aktivnosti (npr. natjecanje u osmišljavanju najoriginalnijeg suvenira ili najoriginalnije komunikacijske poruke i sl.).

Tablica 5.4.2.

Prijedlog promotivnih medija

VRSTA MATERIJALA	KONCEPT
<b>IMIDŽ INFO BROŠURA</b>	Općina Privlaka raspolaže kvalitetnom imidž info brošurama koje treba ažurirati nakon unaprjeđenja turističke ponude predviđene ovim planom. Od brošure ne treba odustati je ona predstavlja jednostavan i efikasan promotivni materijal čiji cilj treba biti prenošenje doživljaja boravka destinaciji. U brošuri i dalje trebaju biti interpretirani proizvodi praćeni lijepim fotografijama i kratkim tekstovima.
<b>TEMATSKÉ KARTE</b>	Postojeće turističke karte je potrebno znatno unaprijediti i nadopuniti korisnim informacijama. Karte trebaju prije svega biti jednostavne, informativne i s jasno naznačenim turističkim resursima te popisom ugostiteljskih i smještajnih objekata. S jedne strane se mogu nalaziti biciklističke staze, a s druge tematski označene plaže i turistički resursi. Karte mogu biti u formatu koji se preklapa čime se stvara više prostora za navođenje potrebnih podataka.
<b>AŽURIRANJE MREŽNOG MJESTA</b>	Mrežno mjesto Turističke zajednice općine Privlaka sadrži sve elemente modernog i kvalitetnog mrežnog mjesta. U budućnosti ga je potrebno ažurirati sukladno razvoju turističke ponude. Ono što bi još bilo korisno je napraviti optimizaciju mrežnog mjesta za Internet pretraživače (SEO), što bi osiguralo primjerenu razinu vidljivosti mrežnog mjesta na Internetu. Konačno, bilo bi potrebno osigurati kontinuirano praćenje performansi mrežnog mjesta (korištenjem „online“ dostupnih alata kao što su Google Analytics i sl.), čime bi se, kroz vrijeme, mrežno mjesto u sadržajnom, ali i funkcionalnom smislu bolje prilagodilo potrebama različitih ciljnih skupina.
<b>DRUŠTVENE MREŽE</b>	Jedan od najnovijih trendova u destinacijskom marketingu znači intenzivnu primjenu korisnički generiranih sadržaja za promociju turističkih proizvoda i usluga. U tom kontekstu, osobit značaj u komunikaciji aktivnosti općine Privlaka trebaju imati korisnički generirani sadržaji, tzv. društveni mediji, koji predstavljaju jedan oblik osobne preporuke. Njihov značaj je u tome što ih turisti doživljavaju kao izrazito vjerodostojne, pa stoga imaju i visoku promocijsku vrijednost kao i visok utjecaj na odluke turista o odabiru destinacije. Stoga bi uz postojeću Facebook stranicu trebalo izraditi i Instagram profil te ga povezivati sa službenim Instagram profilom Hrvatske turističke zajednice – @lovecroatia.

## 6. GLAVNI RAZVOJNI PROJEKTI

Temeljem provedene analize i valorizacije turističke resursne osnove, provedene SWOT analize i identificiranih prednosti i nedostataka, prilika i prijetnji te na osnovu inputa dobivenih provođenjem strateške radionice s ključnim dionicima turističkog razvoja Općine, definirana je jasna vizija razvoja turizma na području općine Privlaka. Vizija, kao slika željene turističke budućnosti Općine predstavlja osnovicu za definiranje strateških razvojnih ciljeva kao i razvojnih projekata, koji su u funkciji postizanja strateških ciljeva te su detaljno opisani u tekstu koji slijedi.

Strategijom razvoja turizma općine Privlaka za razdoblje 2015.-2025. godina predviđene su četiri glavne skupine projekata, i to:

### A. Turistifikacija destinacije

1. Uređenje javnih površina (centar mjesta, šetnica i sl.)
2. Uređenje šetnice u Privlaci
3. Unaprjeđenje turističke signalizacije (dva nova info panoa)
4. Interpretacija najvažnijih turističkih atrakcija i uspostava sustava obilaska atrakcija
5. Wi-Fi pristup internetu
6. Izgradnja hotela kategorije 4\*
7. Uređenje luke nautičkog turizma na lokalitetu Porat (Gornje Selo)
8. Uređenje i tematizacija plaža

### B. Organizacija i edukacija u turizmu

9. Izrada priručnika za privatne iznajmljivače
10. Interni marketing

### C. Razvoj proizvoda

11. Razvoj turizma na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima
12. Uređenje biciklističkih staza
13. Uređenje privlačkih bunara
14. Menadžment manifestacija
15. Razvoj suvenira i lokalnih proizvoda
16. Tematizacija gastronomske ponude
17. Interpretacija sabunjarenja

### D. Održivi razvoj destinacije

18. Uspostava kvalitetnog sustava upravljanja plažama
19. Uspostava sustava eko proizvodnje na području Općine
20. Pokretanje okolišno odgovornog ponašanja i eko označavanje

VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 1. UREĐENJE JAVNIH POVRŠINA

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Uređenost javnih površina u turističkoj destinaciji predstavlja važan element zadovoljstva, kako turista tako i lokalnog stanovništva. Uređenost javnih površina podrazumijeva brigu za čistoću javnih površina, hortikulturno uređenje destinacije, stanje urbane galanterije (klupe, koševi za smeće), stanje fasada stambenih i javnih objekata, čistoću i uređenost oglasnih prostora i sl., a sve s ciljem stvaranja privlačne atmosfere u destinaciji odnosno kreiranja tzv. urbanog sklada i ambijentalnosti, što predstavlja jedan od važnih elemenata atraktivnosti destinacije.

Kako bi se uređenost javnih površina podigla na primjerenu razinu, prilikom uređenja i održavanja javnih prostora te gradnje stambenih i poslovnih objekata potrebno je voditi računa o korištenju tradicijskih materijala u gradnji te koristiti elemente tradicijskog oblikovanja, što uključuje:

- Korištenje tradicijskih boja i oblika u arhitektonskim elementima (krovovi, prozori, fasade)
- Korištenje prirodnih materijala – prije svega kamen i drvo
- Elemente urbane galanterije (klupe, koševi za smeće, posude za cvijeće, javna rasvjeta)
- Oglašavanje u prostoru - potrebno je voditi računa o veličini, obliku i materijalima izrade oglasnih ploča
- Uređenje okućnica i sl.

 CILJ  
PROJEKTA

- Kreiranje privlačnog ambijenta u destinaciji
- Podizanje stupnja zadovoljstva turista
- Hortikulturno uređenje i održavanje javnih površina
- Uređenje fasada
- Uređenje okućnica

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka, s naglaskom na područje Mostina i Gornjeg Sela

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka

 PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- Općinsko komunalno poduzeće
- Lokalno stanovništvo

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Kontinuirano

 OCJENA  
PRIORITETA

- Visoki prioritet

 VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 2. UREĐENJE ŠETNICE

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Privlačka šetnica, koja obrubljuje cijeli zapadni dio privlačkog poluotoka, predstavlja jednu od najvažnijih javnih površina u Općini. Šetnica je ujedno i kupališna obala te ona istodobno predstavlja i jednu od najznačajnijih turističkih atrakcija na području općine Privlaka. S obzirom na trenutni stupanj uređenosti i opremljenosti privlačke šetnice, i na njezine veliki turistički značaj, glavna ideja ovoga projektnog prijedloga je dodatno uređenje šetnice kroz:

- Popločavanje središnjeg dijela šetnice, poželjno kamenim pločama ili alternativno klasičnim urbanim opločnikom (tlakovac) koji se standardno koristi za popločavanje gradskih trgova i šetnica i koji ne stvara buku i vibracije
- Hortikulturno uređenje šetnice postavljanjem kamenih/betonskih žardinjera s mediteranskim biljem
- Osiguranje kvalitetnih ugostiteljskih sadržaja – plažnih caffe-barova i objekata brze prehrane cijelom dužinom šetnice
- Opremanje šetnice elementima urbane opreme, što uključuje klupe za odmor, koševe za smeće, prostore za oglašavanje i sl.
- Zabranu prometovanja motornih vozila tijekom glavne turističke sezone (lipanj-kolovoz)

Područje Livadica jedino je područje na zapadnoj obali bez šetnice te se stoga treba razmotriti mogućnost rješavanja imovinsko-pravnih odnosa, kako bi šetnica u budućnosti povezivala cijelu destinaciju. Na istočnoj i sjevernoj obali Općine preporuča se uređenje pješačkih obalnih puteva, koji bi podrazumijevali samo održavanje istih, bez promjena prirodnog stanja, a u svrhu povezivanja šetnice na zapadnoj obali i područja Sabunika te integriranosti cijele destinacije.

 CILJ  
PROJEKTA

- Podizanje kvalitete turističke ponude u Privlaci
- Unaprjeđenje postojećih i stvaranje novih elemenata turističke ponude
- Podizanje razine turističke konkurentnosti Općine
- Podizanje stupnja zadovoljstva turista

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Zapadna obala Općine, s naglaskom na područje Gornjeg i Donjeg Sela, Punta, Loznice, Mostine, Sebačeva, Mletaka, Škrapavca i Bilotinjak

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka

 PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- Općinsko komunalno poduzeće
- Privatni sektor

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 1./2016. – 12./2017.

 OCJENA  
PRIORITETA

- Visoki prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Turistifikacija destinacije

NAZIV  
PROJEKTA

### 3. UNAPRJEĐENJE TURISTIČKE SIGNALIZACIJE

OPIS  
AKTIVNOSTI

Iako su pristupne ceste koje vode do općine Privlaka, kao i samo područje Općine relativno dobro označene smeđom turističkom signalizacijom, unaprjeđenje postojeće turističke signalizacije bi zasigurno doprinijelo lakšem snalaženju turista u prostoru, lakšem samostalnom obilasku destinacije te posljedično podizanju stupnja zadovoljstva turista koji borave u Privlaci. Unaprjeđenje turističke signalizacije obuhvaća aktivnosti označavanja smeđom turističkom signalizacijom, kako postojećih tako i potencijalnih turističkih atrakcija odnosno onih turističkih atrakcija koje trenutno nisu dostupne turistima pa posljedično niti primjereno tržišno valorizirane.

Dodatno, temeljem inputa dobivenih na strateškoj radionici i temeljem razgovora s predstavnicima javne vlasti, utvrđeno je da bi trebalo, na za to prikladnim mjestima, postaviti dvije informacijsko-interpretacijske ploče/panoa, i to na ulasku u Općinu iz smjera Nina, uz prometnicu D306 Vir- Nin-Zadar (D8) te uz Virski put (obilaznica Privlake), neposredno kod ulaza u naselje Sabunike.

CIJ  
PROJEKTA

- Unaprjeđenje postojeće smeđe turističke signalizacije
- Postavljanje nove smeđe turističke signalizacije
- Postavljanje dva informacijska panoa na ulasku u Općinu iz smjera Nina
- Podizanje kvalitete turističke ponude
- Lakše snalaženje turista u prostoru i lakši obilazak destinacije
- Podizanje stupnja zadovoljstva turista
- Povećanje broja turista na području Općine zadržavanjem jednog dijela turista koji su u tranzitu u smjeru Vira ili Nina

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje Općine

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka
- TZ općine Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- Hrvatske ceste

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 1./2017. – 12./2018.

OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji

VRSTA  
PROJEKTA



## Turistifikacija destinacije

NAZIV  
PROJEKTA

### 4. INTERPRETACIJA NAJVAŽNIJIH TURISTIČKIH ATRAKCIJA I USPOSTAVA SUSTAVA OBILASKA ATRAKCIJA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Turističke atrakcije predstavljaju osnovicu za izgradnju turističkog destinacijskog proizvoda, a njihova kvaliteta u najvećoj mjeri određuje kako smjer, tako i intenzitet razvoja turizma u bilo kojoj destinaciji, pa tako i na području općine Privlaka. Iako općina Privlaka raspolaže izuzetno diversificiranom i bogatom atrakcijskom osnovom, veći broj turističkih atrakcija u Privlaci nije dostupan turistima niti je na primjeren način interpretiran, čime se znatno smanjuje mogućnost njihove tržišne komercijalizacije. Ovo se osobito odnosi na brojne atrakcije s područja kulturno-povijesne baštine, koje su smještene u unutrašnjem dijelu Općine (bunari, crkvice, kapelice, arheološka nalazišta, kultura života i rada i sl.). Stoga je glavni cilj ovoga projekta stvaranje sustava turistima dostupnih, označenih i kvalitetno interpretiranih i opremljenih turističkih atrakcija na cijelom području Općine.

U sklopu aktivnosti označavanja i interpretacije turističkih atrakcija trebalo bi:

- Označiti sve najvažnije atrakcije postavljanjem interpretacijskih/informativnih panoa i ploča te odgovarajućih kartografskih prikaza
- Opisati i interpretirati atrakcije na jezicima najvažnijih emitivnih tržišta
- Napraviti kartografski prikaz njihovog prostornog položaja
- Uključiti označene i interpretirane turističke atrakcije u promotivne materijale TZ Općine Privlaka, promotivne materijale TZ susjednih općina te promotivne materijale TZ Zadarske županije

CIJ  
PROJEKTA

- Omogućavanje dostupnosti važnijih turističkih atrakcija
- Postavljanje interpretacijskih ploča/panoa na svim važnijim turističkim atrakcijama
- Mogućnost dodatne interpretacije korištenjem novih tehnologija (npr. QR kodova i sl.)
- Stvaranje pretpostavki za kvalitetan i sadržajan boravak turista u destinaciji
- Podizanje razine konkurentnosti općine Privlaka kao turističke destinacije

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

NOSITELJ  
PROJEKTA

- TZ općine Privlaka
- Općina Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ susjednih općina i Gradova (Zadarska rivijera)
- TZ Zadarske županije

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 1./2017. – 12./2020.

OCJENA  
PRIORITETA

- Niski prioritet

VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 5. WI-FI PRISTUP INTERNETU (HOTSPOT PRIVLAKA)

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Suvremene informacijske i komunikacijske tehnologije i Internet, kao najvažnija komunikacijska infrastruktura, postaju sve važniji u turističkom poslovanju. S obzirom da Internet postaje sve važniji izvor informacija za turiste, ne samo tijekom pripreme putovanja, nego i za vrijeme njihovog boravka u destinaciji, cilj ovoga projektnog prijedloga je pokrivanje užeg središta općine Privlaka bežičnim Wi-Fi signalom za pristup Internetu. Imajući na umu se turisti, tijekom svoga boravka u destinaciji, sve češće koriste mobilnim uređajima koji imaju mogućnost spajanja na Internet (prijenosna računala, tableti i pametni telefoni) jasno je da bi mogućnost bežičnog spajanja na Internet turistima omogućila kvalitetniji i sadržajniji boravak u destinaciji što bi, u konačnici, podiglo stupanj zadovoljstva turista i njihovu lojalnost. Osim podizanja zadovoljstva turista, bežični Wi-Fi pristup Internetu turistima bi omogućio da u realnom vremenu objavljuju korisnički generirane sadržaje (UGC) o turističkoj ponudi općine Privlaka, čime bi i sami turisti, tijekom svoga boravka u destinaciji, postali aktivni promicatelji privlačnog turizma. Ovo je osobito važno u kontekstu činjenice da korisnički generirani sadržaji predstavljaju vrlo važan i vjerodostojan izvor informacija i da imaju veliki utjecaj na odluke turista o odabiru destinacije.

Značaj širokopojasnog, bežičnog pristupa Internetu prepoznalo je i Ministarstvo turizma Republike Hrvatske koje je, tijekom 2013. i 2014. godine raspisalo natječaj pod nazivom „HOTSPOT CROATIA“ za dodjelu bespovratnih sredstava za poticanje bežičnog pristupa Internetu u turističkim destinacijama, a s ciljem podizanja njihove tržišne konkurentnosti. S obzirom na sve veći značaj ICT-a i Interneta u suvremenom turističkom poslovanju, za očekivati je da će Ministarstvo turizma, ali i druga državna tijela/agencije, i u budućnosti (su)financirati i poticati ovakve inicijative.

 CILJ  
PROJEKTA

- Pokrivanje središta općine Privlaka signalom za Wi-Fi pristup Internetu
- Podizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda
- Podizanje stupnja zadovoljstva turista
- Podizanje razine turističke konkurentnosti općine Privlaka

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Centar općine Privlaka

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka

 PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- Ministarstvo turizma
- Privatni sektor

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 3./2016. – 4./2016.

 OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

 VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 6. IZGRADNJA HOTELA KATEGORIJE 4\*

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Trenutna ponuda kolektivnih smještajnih kapaciteta na području općine Privlaka je takva da ona, niti svojim brojem niti kvalitetom ne mogu udovoljiti zahtjevima suvremenog turističkog tržišta. Osim kampa Dalmacija u ovome trenutku na području općine Privlaka ne postoje ozbiljniji kolektivni smještajni kapaciteti. S obzirom na izrazito nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta, u kojima dominira privatni smještaj, jedan od projekata usmjerenih na turistifikaciju destinacije je izgradnja hotela, kapaciteta do 100 postelja i kategorije 4\* na području Sebačeva, koji bi zapošljavao 40-50 osoba. Prema međunarodnim standardima planiranja hotelskih objekata, za izgradnju hotela bi trebalo slijedeće infrastrukturne pretpostavke:

- 8.000 m<sup>2</sup> - 10.000 m<sup>2</sup> građevinskog zemljišta
- 500 m<sup>2</sup> plažnog prostora
- 400 lit. vode/gostu – sanitarna voda
- 1-1,5 lit. vode/m<sup>2</sup> za navodnjavanje
- 1,2 kW električne energije po ključu
- 0,025 lit/sek/ležaj – kapacitet odvodnje

Ovaj projektni prijedlog je isključivo u domeni privatnog sektora te bi za njegovu uspješnu realizaciju bilo potrebno primijeniti uobičajene postupke i procedure koje uključuju:

- Predinvesticijsku fazu, tijekom koje bi potencijalni investitor trebao donijeti odluku o financijskoj isplativosti i ekonomskoj opravdanosti projekta
- Investicijsku fazu, koja bi trebala rezultirati izgradnjom manjeg hotela koji bi po svojim obilježjima (prostorni gabariti, sadržaji, uređenje i kvaliteta usluge) trebao biti u skladu s trendovima na turističkom tržištu

Za uspješnu realizaciju ove projektne ideje vrlo je važno da privatni investitor u svim projekt-nim fazama ima potporu nositelja javne vlasti. Ta potpora bi se, prije svega, trebala očitovati kroz pojednostavljenje procesa dobivanja svih dozvola neophodnih za realizaciju projekta. Izgradnjom hotela kategorije 4\* općina Privlaka značajno bi podigla kvalitetu svojih smještajnih kapaciteta te kvalitetu ukupnog turističkog destinacijskog proizvoda.

 CILJ  
PROJEKTA

- Podizanje kvalitete smještajne ponude u Općini
- Osiguranje dodatnih ugostiteljskih sadržaja
- Podizanje kvalitete ukupno turističkog destinacijskog proizvoda
- Produženje turističke sezone
- Podizanje konkurentnosti općine Privlaka na turističkom tržištu

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Lokalitet Sebačevo

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Privatni investitor

 PROJEKTI  
PARTNERI

- Općina Privlaka
- TZ općine Privlaka

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 1./2018. -12./2019.

 OCJENA  
PRIORITETA

- Nizak prioritet

VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 7. UREĐENJE LUKE NAUČKOG TURIZMA NA LOKALITETU PORAT (GORNJE SELO)

 OPIS  
AKTIVNOSTI

S obzirom na razvedenost obalne linije Općine, te zbog brojnih uvala koje pružaju mogućnost sigurnog veza za manje brodove, projektom se predlaže i osposobljavanje postojeće luke za javni pomorski promet Porat (Gornje Selo) za dio funkcija luke nautičkog turizma.

U vidu funkcioniranja luke važno je opremanje luke vezovima i priključcima na komunalnu infrastrukturu, koja je na području Porata već prisutna. Time bi i investicija uređenja luke bila značajno niža. S obzirom na postojeći lukobran i uvalu, moguće je formiranje 20 vezova sa svim potrebnim priključcima (voda, električna energija) te je nužno uređenje središnjeg objekta luke, u kojem bi bilo moguće korištenje ostalih komunalnih sadržaja, poput opskrbe vodom i odlaganja otpada s jedrilica. U luci nautičkog turizma trebaju se planirati sadržaji ugostiteljske, trgovačke, uslužne i sportsko-rekreacijske namjene. Pri tome izgrađenost javnog prostora luke može biti najviše 10%.

Osim sadržaja luke, važno je i uređenje okoliša u području Gornjeg sela u skladu s hortikulturnim uređenjem karakterističnim za marine, te osiguranje lake cestovne dostupnosti (regulacija prometa na području Gornjeg Sela). Postojeća šetnica koja povezuje SI dio Općine komplementarna je prednost za daljnji razvoj luke.

 CILJ  
PROJEKTA

- Pozicioniranje Privlake kao nautičke destinacije
- Razvoj infrastrukture
- Razvoj luke u Privlaci kao polazne točke za obilazak Sjevernodalmatinskih otoka

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Gornje Selo - Porat

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Privatni investitor

 PROJEKTI  
PARTNERI

- Općina Privlaka
- TZ općine Privlaka
- TZ Zadarske županije

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 2018. – 2020.

 OCJENA  
PRIORITETA

- Niski prioritet

 VRSTA  
PROJEKTA


## Turistifikacija destinacije

 NAZIV  
PROJEKTA

### 8. UREĐENJE I TEMATIZACIJA PLAŽA

 OPIS  
AKTIVNOSTI

S obzirom na brojnost i raznolikost plaža nužno je njihovo tematiziranje u skladu s Nacionalnim programom upravljanja i uređenja plaža. Sve plaže bi trebale zadovoljiti minimalne tehničke uvijete propisane programom: info ploča, čistoća mora, čistoća plaže, pitka voda, tuševi, sanitarni objekti, tende za presvlačenje, marker plutače, ležaljke i suncobrani, spasioci i oprema za spašavanje, dostupna oprema za prvu pomoć, WI-FI, parkiralište, protupožarni sustavi, minimalno jedan ugostiteljski objekt iz skupine „restorani“ i „barovi“. Naglasak bi trebao biti na sljedećim temama i sadržajima koje trebaju posjedovati (posebni uvjeti):

- Plaže za obitelji s djecom: uređeni prilazi moru prilagođeni potrebama djece (pijesak, mali šljunak), uređeni prostori za boravak djece na plaži, uređen pristup plaži za kolica (invalidska i dječja) i za osobe s posebnim potrebama, nosivost kapaciteta 8 m<sup>2</sup>/osobi + minimalno dva zabavna sadržaj na moru, minimalno dva zabavna sadržaja na plaži, rekviziti za igru djece na plaži i u moru, prostori za njegu djece u dobi od 0-12 mjeseci, osoba za kontrolu plažnih sadržaja, usluga animacije za djecu i najam zabavnih sadržaja. Prikladne plaže: Škrpavac, Bilotinjak, Mletak, Livadice, Sebačevo, Mostina, Jaz

- Plaže sa sportskim i rekreativnim sadržajima: minimalno dva organizirana sportska sadržaja na moru, minimalno dva organizirana sportska sadržaja na plaži, minimalno jedan rekreativan sadržaj na plaži, pristup plaži i moru osobama s posebnim potrebama, nosivost kapaciteta 5 m<sup>2</sup>/osoba + ležaljke i suncobrani, minimalno jedan, ugostiteljski objekt iz skupine „barovi“. Prikladne plaže: Skoblari, Livadice

- Nudističke plaže: pristup plaži i moru osobama s posebnim potrebama, nosivost kapaciteta 8 m<sup>2</sup>/osobi, minimalno jedan organizirani zabavno-rekreacijski sadržaj na plaži, minimalno jedan organizirani zabavno-rekreacijski sadržaj na moru + ležaljke i suncobrani, prostori za igru i boravak djece, prostori za njegu djece u dobi od 0-12 mjeseci. Prikladna plaža: dio plaže Vrilo

- Plaže za surfere: kolni pristup, montažna prijenosna konstrukcija za odlaganje surf opreme, nosivost kapaciteta 15 m<sup>2</sup>/osobi + prijenosni spremnici s pitkom vodom, minimalno jedan (1) ugostiteljski objekt iz skupina objekata jednostavnih usluga, ležaljke i suncobrani, surf-oprema za iznajmljivanje i škola, instruktor. Prikladne plaže: Vrilo, Sabunike

- Plaže za pse: pristup plaži i moru osobama s posebnim potrebama, nosivost kapaciteta 5 m<sup>2</sup>/osobi, prijenosni spremnici s pitkom vodom, rekviziti za čišćenje i odlaganje izmeta kućnih ljubimaca + posude za vodu (za pse), ležaljke i suncobrani, - odvojeni (zonirani) prostori plaže za kućne ljubimce na povodcu i za kućne ljubimce koji se slobodno kreću, rekviziti za igru kućnih ljubimaca, minimalno jedan ugostiteljski objekt iz skupina objekata jednostavnih usluga sa prilagođenom dodatnom uslugom i ponudom za kućne ljubimce. Prikladne plaže: najsjeverniji dio Skoblara

- Urbana promenadna plaža: minimalno jedan, organizirani zabavno/sportski sadržaj na plaži, uređen pristup plaži i moru za osobe s posebnim potrebama, nosivost kapaciteta 5 m<sup>2</sup>/osobi + minimalno tri organizirana zabavno/sportska sadržaja na plaži, minimalno dva organizirana zabavno/sportska sadržaja na moru, uređen prostor za igru djece, osoba za kontrolu plažnih sadržaja, prostor-terasa za društvene igre, oprema za osobe s posebnim potrebama, prostori za njegu djece u dobi od 0-12 mjeseci, minimalno jedan ugostiteljski objekt iz skupine „restorani“, minimalno jedan ugostiteljski objekt iz skupine „barovi“. Prikladne plaže: obala Gornjeg i Donjeg Sela, obala Jaz, Mostine

Također mora se precizno definirati i koje dodatne sadržaje koncesionar ima obvezu pružati na svojem dijelu plaže.

 CILJ  
PROJEKTA

- Diversifikacija turističke ponude
- Uređenje plažnih sadržaja
- Povećanje standarda cjelokupne destinacije



<b>PODRUČJE OBUHVATA</b>	• Sve uređene i prirodne plaže na području Općine
<b>NOSITELJ PROJEKTA</b>	• Općina Privlaka
<b>PROJEKTNI PARTNERI</b>	• TZ Privlaka • Koncesionari i komunalno poduzeće • Ministarstvo turizma • Zadarska županija • Kamp Dalmacija i Hotel Laguna
<b>RAZDOBLJE PROVEDBE</b>	• 2016. – 2018.
<b>OCJENA PRIORITETA</b>	• Visoki prioritet

VRSTA PROJEKTA



## Organizacija i edukacija u turizmu

NAZIV PROJEKTA

### 9. IZRADA PRIRUČNIKA ZA PRIVATNE IZNAJMLJIVAČE

OPIS AKTIVNOSTI

Iako u strukturi smještajnih kapaciteta u općini Privlaka dominira privatni smještaj (67% smještajnih kapaciteta otpada na privatni smještaj) može se reći da oni, u ovome trenutku razinom kvalitete ne mogu zadovoljiti visoke standarde suvremenog turističkog tržišta. Stoga je glavni cilj ovoga projektnog prijedloga izrada priručnika za privatne iznajmljivače koji bi bio u funkciji edukacije i informiranja privatnih iznajmljivača o:

- Primjerima dobre prakse s područja privatnog smještaja koji sadrže primjere gradnje/dogradnje/adaptacije privatnih smještajnih objekata, preporuke za uređenje interijera, preporuke za vanjsko/hortikulturno uređenje privatnih smještajnih objekata, sanitarne i higijenske uvjete kojih se potrebno pridržavati s ciljem pružanja kvalitetnih usluga smještaja i prehrane, savjete vezane za marketing i menadžment privatnih smještajnih objekata, vođenje brige za zdravlje i sigurnost turista tijekom njihovog boravka u smještajnom objektu, načinu komunikacije i ophođenja s turistima i sl.
- Obvezama privatnih iznajmljivača koje uključuju ishodovanje dozvola obavljanje djelatnosti, pribavljanje liječničkih uvjerenja, isticanje cjenika usluga, vođenje knjige gostiju, izrada plana evakuacije, izdavanje računa, uplata godišnjih paušala po osnovu boravišne pristojbe, uplate članarine turističkoj zajednici i sl.
- Pravnoj regulativi koja je važna u kontekstu pružanja usluga smještaja i prehrane, što uključuje niz zakonskih i podzakonskih akata kao što su Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji privatnog smještaja, Pravilnik o Upisniku odobrenja za pružanje turističkih usluga građana, Pravilnik o sadržaju, načinu i vođenju knjige gostiju i popisa gostiju, Zakon o članarinama u turističkim zajednicama, Zakon o boravišnoj pristojbi, Uredba o utvrđivanju visine boravišne pristojbe za pojedinu godinu kao i drugim zakonskim i podzakonskim propisima koji su važni za poslovanje privatnih iznajmljivača.

CILJ PROJEKTA

- Informiranje i edukacija privatnih iznajmljivača
- Podizanje razine kvalitete privatnog smještaja
- Podizanje suradnje među privatnim iznajmljivačima
- Povećanje poduzetničke inicijative iz privatnog sektora

PODRUČJE OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

NOSITELJ PROJEKTA

- TZ općine Privlaka

PROJEKTNI PARTNERI

- Privatni iznajmljivači
- Općina Privlaka
- TZ Zadarske županije
- HTZ
- Ministarstvo turizma

RAZDOBLJE PROVEDBE

- 1./2016. – 6./2016. – izrada priručnika
- 9./2016. – 4./2017. – edukacija privatnih iznajmljivača

OCJENA PRIORITETA

- Visoki prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Organizacija i edukacija u turizmu

NAZIV  
PROJEKTA

### 10. INTERNI MARKETING

OPIS  
AKTIVNOSTI

Koncept internog marketinga bi prvenstveno trebao pridonijeti povezivanju dionika razvoja turizma općine Privlaka. Ciljevi ove aktivnosti se odnose na unapređenje razvoja turizma i senzibiliziranje javnosti o potrebi kontinuiranog rada na unaprjeđenju turističkog proizvoda. Nositelji razvoja turizma, Općina i Turistička zajednica, trebaju sve dionike upoznati s novom Strategijom razvoja turizma, definiranom vizijom i ciljevima te ih informirati o glavnim razvojnim projektima. Također, nositelji razvoja turizma trebaju informirati sve dionike o aktivnostima u kojima bi oni trebali sudjelovati kako bi Strategija bila uspješno provedena. Aktivnosti internog marketinga je moguće provesti pomoću sljedećih kanala komuniciranja:

- Skupnim izravnim sastancima s dionicima razvoja turizma čiji je sadržaj usko usmjeren na Strategiju i njezinu implementaciju
- Dijeljenjem informacija putem intraneta koji se može povezati s mrežnim stranicama Općine i/ili Turističke zajednice
- Organizacijom specijaliziranih tematskih radionica, npr. unaprjeđenje usluge, e-marketing aktivnosti i sl.
- Priopćenjima sa sastanaka koji će dionicima razvoja turizma služiti kao podsjetnik na aktivnosti u kojima trebaju sudjelovati.

CILJ  
PROJEKTA

- Unapređenje razvoja turizma
- Implementacija Strategije razvoja turizma od 2015. do 2025. godine
- Podizanje razine javne svijesti o važnosti strateškog razvoja turizma

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka
- TZ općine Privlaka

PROJEKTNI  
PARTNERI

- Važniji gospodarski subjekti u turizmu
- Udruge vezane za razvoj turizma
- Sportski klubovi

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Kontinuirano

OCJENA  
PRIORITETA

- Visok prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Razvoj proizvoda

NAZIV  
PROJEKTA

### 11. RAZVOJ TURIZMA NA OBITELJSKIM POLJOPRIVREDNIM GOSPODARSTVIMA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Ruralni prostor predstavlja važan turistički resurs općine Privlaka koji turistima može omogućiti uživanje u visoko vrijednom i ekološki očuvanom prirodnom ambijentu, kao i upoznavanje sa tradicijom života i rada lokalnog stanovništva. Stoga turistički razvoj ruralnih dijelova općine Privlaka može značajno diversificirati i podići kvalitetu turističke ponude Općine. Glavna ideja ovoga projektnog prijedloga je uključivanje obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava u unutrašnjem dijelu općine u turistički razvoj. Pri tome se projektom ne planira uključivanje svih OPG-ova u turistički razvoj nego identifikacija i odabir onih OPG-ova koji trenutno imaju najbolje preduvjete za prihvat i boravak turista. OPG-ovi bi se, u kontekstu turističkog razvoja, bavili pružanjem usluga smještaja, usluga prehrane te ekološkom proizvodnjom poljoprivrednih proizvoda i njihovim plasmanom u turističku potrošnju. Pri tome bi naglasak bio na:

- Boravku turista u smještajnim objektima koji su izgrađeni poštujući sve elemente tradicijskog graditeljstva
- Tradicionalnom načinu i visokoj kvaliteti pripreme, prezentacije i posluživanja hrane
- Uključivanju turista u svakodnevne aktivnosti lokalnog stanovništva.

CILJ  
PROJEKTA

- Osposobljenje 10-ak OPG-ova za pružanje turističkih usluga
- Stručno osposobljavanje i edukacija vlasnika OPG-ova
- Revitalizacija i očuvanje tradicijskih vrijednosti i načina života
- Podizanje kvalitete turističke ponude općine Privlaka

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Unutrašnji, ruralni dio općine Privlaka

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Privatni poduzetnici, vlasnici OPG-ova

PROJEKTNI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- Općina Privlaka
- Udruge građana

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 2018. - nadalje

OCJENA  
PRIORITETA

- Niski prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Razvoj proizvoda

NAZIV  
PROJEKTA

### 12. UREĐENJE BIKLISTIČKIH STAZA

OPIS  
AKTIVNOSTI

S ciljem obogaćivanja turističke ponude i produženja sezone, postojeće improvizirane biciklističke staze na području Općine bi trebalo urediti sukladno zahtjevima suvremenih cikloturista i povezati ih sa stazama susjednih općina, Nin i Vir. Imajući u vidu konfiguraciju tla općine Privlaka, nove i uređene staze bi se trebale sastojati od mreže različitih ruta koje nude vožnju kroz očuvanu prirodu. Staze bi trebale biti različitih dužina i, po mogućnosti, raznih sadržaja – tematske ture za obitelji, djecu i grupe. Primjerice, kulturne znamenitosti Općine (crkvice, bunari) mogu poslužiti za razvoj jedne tematske staze.

Kako bi se zadovoljili suvremeni uvjeti uređenja biciklističkih staza potrebno je:

- Postojeće staze urediti, tematski odrediti i označiti odgovarajućom signalizacijom
- Razviti prateće usluge kao što su servisi za bicikle i odmorišta uz biciklističke staze
- Organizirati pokretne ugostiteljske objekte koji nude zdrave obroke i za čiju pripremu koriste lokalne proizvode
- Organizirati pokretne sanitarne čvorove.

CILJ  
PROJEKTA

- Diversifikacija i podizanje kvalitete turističke ponude Općine
- Diferencijacija u odnosu na konkurenciju
- Produženje turističke sezone

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područja općine Privlaka

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka
- TZ općine Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- Sportski klubovi

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 9./2015. – 6./2016.

OCJENA  
PRIORITETA

- Visok prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Razvoj proizvoda

NAZIV  
PROJEKTA

### 13. UREĐENJE PRIVLAČKIH BUNARA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Privlački bunari predstavljaju važan turistički resurs općine Privlaka s područja kulturno-povijesne baštine. Oni su svjedočanstvo težačkom načinu života s kojim se lokalno stanovništvo privlačkog kraja u prošlosti moralo nositi. S obzirom da bunari predstavljaju važno razlikovno obilježje turističke ponude općine Privlaka u odnosu na konkurenciju, moguće ih je staviti u funkciju turističkog brendiranja Općine odnosno podizanja prepoznatljivosti Općine na turističkom tržištu. Stoga je glavna ideja ovoga projektnog prijedloga turistifikacija odnosno privođenje turističkoj svrsi i turističko vrednovanje privlačkih bunara, što podrazumijeva osiguranje njihove dostupnosti, uređenje i njihovu turističku interpretaciju korištenjem interpretacijskih ploča/panoa. S obzirom da je najpoznatiji bunar Sokolar već uređen i dostupan turistima, predlaže se da se i drugi bunari, za koje je to moguće napraviti, urede na isti način kao i bunar Sokolar. Nakon njihovog uređenja bunare bi bilo moguće povezati u tematizirani turistički itinerer kojim bi se interpretirala kulturno-povijesna baština i kultura života i rada lokalnog stanovništva.

CILJ  
PROJEKTA

- Uređenje i turistifikacije privlačkih bunara
- Stvaranje tematskog itinerera
- Podizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda
- Diversifikacija općine Privlaka u odnosu na konkurenciju i podizanje stupnja tržišne prepoznatljivosti
- Podizanje stupnja zadovoljstva turista

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Lokacije na kojima se nalaze bunari

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- ZADRA NOVA – Agencija za razvoj Zadarske županije
- Ministarstvo turizma

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 2018 . – 2021.

OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Razvoj proizvoda

NAZIV  
PROJEKTA

### 14. MENADŽMENT MANIFESTACIJA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Manifestacije pridonose kvaliteti boravka turista u destinaciji, promoviraju destinaciju i pridonose njezinoj prepoznatljivosti te su dio ponude kulturnog turizma za kojim potražnja konstantno raste. Imajući u vidu trošak organizacije manifestacija, potrebno je selektivno odabrati one manifestacije koje najbolje mogu ispuniti definirane marketinške ciljeve. To se prvenstveno odnosi na repositioniranje općine Privlaka s ciljem stvaranja novih atributa imidža koji proizlaze iz vizije razvoja turizma Općine (prepoznatljiva turistička destinacija u Zadarskoj županiji namijenjena obiteljskom odmoru uz izvorne, autohtone i tradicijske vrijednosti).

Postojeće manifestacije, Privlačka noć, Ribarska noć i Susreti klapa kao i brojne eno-gastronomske manifestacije koje se organiziraju u suradnji s lokalnim ugostiteljima treba unaprijediti s autohtonim proizvodima i tradicijskim aktivnostima poput privlačkih jela i vina te sabunjaranja. Nove manifestacije treba usmjeriti prema zaboravljenim, tradicijskim aktivnostima koje kao ogledni primjer kulture života i rada mogu biti zanimljive turistima.

Kako bi se uspješno upravljalo manifestacijama, koje prije svega trebaju biti tematske, potrebno je poštovati osnovna načela marketinške strategije:

- Manifestacije prilagoditi preferencijama ciljnih tržišta
- Nastojati da manifestacije odražavaju elemente željenog imidža destinacije
- Stvoriti jedinstvene manifestacije koje će nazivom i sadržajem turiste asociirati na Privlaku.

CILJ  
PROJEKTA

- Repozicioniranje općine Privlaka
- Stvaranje novih atributa imidža
- Obogaćivanje turističke ponude Općine
- Podizanje razine zadovoljstva turista

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Stara jezgra Privlake
- Luka „Stari porat“
- Loznica (Privlačak noć)
- Škrpavac
- Sabunike

NOSITELJ  
PROJEKTA

- TZ općine Privlaka
- Udruge vezane za razvoj turizma

PROJEKTNI  
PARTNERI

- Općina Privlaka

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Kontinuirano
- Dva puta mjesečno u razdoblju od lipnja do rujna

OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Razvoj proizvoda

NAZIV  
PROJEKTA

### 15. RAZVOJ SUVENIRA I LOKALNIH PROIZVODA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Suvenire i lokalne proizvode treba promatrati kao „promotore“ destinacije čiji je cilj privući nove turiste. Budući da su „preporuka i zadovoljan turist“ još uvijek najvažniji oblik marketinške komunikacije, suvenire i lokalne proizvode nikako ne treba zanemariti. U tom cilju, prvenstveno treba definirati jedinstvene proizvode koje općina Privlaka može ponuditi svojim gostima:

- Dekorativne suvenire koji sadrže vizualna obilježja Privlake, npr. staklenke u kojima se nalazi pijesak koji su turisti sami izvadili
  - Funkcionalne suvenire iz područja kulture života i rada, npr. domaća vina
- Za razvoj suvenira i izradu lokalnih proizvoda potrebna je poduzetnička aktivnost te je stoga bitno uključivanje stanovnika Općine u njihovu izradu i prodaju. Poduzetnike treba poticati aktivnostima poput natjecanja u izradi najkvalitetnijih i najoriginalnijih suvenira.

Suvenirnice i specijalizirane trgovine trebaju biti reprezentativno uređene i dobro označene. Suvenire je moguće prodavati i na štandovima na otvorenom diljem Općine. Pri tome treba voditi računa o izgledu štandova, njihovoj brojnosti i lokacijama na kojima se nalaze.

CILJ  
PROJEKTA

- Kvalitetna promocija Općine Privlaka i njezinih lokalnih proizvoda
- Poticanje razvoja poduzetništva

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

NOSITELJ  
PROJEKTA

- TZ općine Privlaka

PROJEKTNI  
PARTNERI

- Općina Privlaka
- Lokalni poduzetnici

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Kontinuirano

OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

VRSTA  
PROJEKTA


## Razvoj proizvoda

 NAZIV  
PROJEKTA

### 16. TEMATIZACIJA GASTRONOMSKE PONUDE

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Kvalitetna gastronomska ponuda značajno može pridonijeti unaprjeđenju turističke ponude općine Privlaka i staviti u funkciju interpretaciju kulturno-povijesne baštine, ali i suvremene kulture „života i rada“. Imajući u vidu slabu gastronomsku ponudu u Općini, cilj ovog projektnog prijedloga je unaprjeđenje, tematizacija i diversifikacija gastronomske ponude. To prvenstveno podrazumijeva poduzetničku aktivnost kroz osmišljavanje zanimljivih objekata poput konoba te njihovu komercijalizaciju.

Gastronomska ponuda bi se trebala sastojati od autentičnih jela pripremljenih od lokalno uzgojenih i ekoloških namirnica pri čemu je bitno da cjelokupan gastronomski doživljaj bude karakterističan za područja Zadarske županije. Ponuda u ugostiteljskim objektima bi kao „lajtmotiv“ trebala imati plavu ribu, maslinovo ulje, povrće te janjetinu koja je karakteristična za područje Zadarske županije.

Tematizirani, „dalmatinski“ ugostiteljski objekti bi trebali biti uređeni u tradicijskom stilu uz korištenje tradicijskih materijala (obrađeni stari kamen, drvo, pijesak, ribarske mreže itd.) čime bi se dodatno naglasila kultura života i rad ovog područja što bi pridonijelo diferencijaciji cjelokupnog turističkog proizvoda općine Privlaka.

 CILJ  
PROJEKTA

- Podizanje kvalitete turističke ponude u općini Privlaka
- Razvoj malog poduzetništva
- Diferencijacija destinacije

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- Privatni poduzetnici

 PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Kontinuirano

 OCJENA  
PRIORITETA

- Visok prioritet

 VRSTA  
PROJEKTA


## Razvoj proizvoda

 NAZIV  
PROJEKTA

### 17. INTERPRETACIJA SABUNJARENJA

 OPIS  
AKTIVNOSTI

Sabunjarenje, kao dio privlačke tradicije i kao važan element kulture života i rada lokalnog stanovništva, predstavlja značajan turistički resurs te može biti kvalitetna osnova za kreiranje originalnih i autentičnih turističkih proizvoda. Osim toga, može poslužiti kao razlikovni element općine Privlaka u odnosu na destinacije iz neposrednog konkurentskog okruženja, odnosno za brendiranje Privlake kao turističke destinacije. Kako bi se tradicija sabunjarenja kvalitetno stavila u funkciju turističkog razvoja, potrebno ga je na primjeren način interpretirati, što se može napraviti kroz:

- Pokretanje muzeja sabunjarenja u kojemu bi se na originalan, inovativan i zanimljiv način sabunjarenje, kao važan element privlačke tradicije, predstavilo cjelokupnoj domaćoj i svjetskoj javnosti
- Osnivanje etnografske zbirke u kojoj bi, uz ostala obilježja kulture života i rada, bilo prikazano i sabunjarenje kao važan dio privlačke tradicije,
- Organizaciju konkretnih turističkih proizvoda (kreativne radionice, izleti trabakulima i leutima i sl.) koji bi turistima omogućili da aktivno sudjeluju u procesu sabunjarenja te da se sabunjarenje približi posjetiteljima kroz njihovo osobno iskustvo,
- Integraciju i provlačenje teme sabunjarenja kroz postojeće i nove promotivne materijale TZ općine Privlaka.

 CILJ  
PROJEKTA

- Podizanje kvalitete i diversifikacija turističke ponude Općine,
- Diferencijacija Općine u odnosu na konkurenciju (brendiranje),
- Očuvanje sabunjarenja kao tradicijskog zanata,
- Poticanje privatnih poduzetničkih inicijativa.

 PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje općine Privlaka

 NOSITELJ  
PROJEKTA

- TZ općine Privlaka

 PROJEKTI  
PARTNERI

- Privatni investitori
- Općina Privlaka
- TZ Zadarske županije
- ZADRA NOVA – Agencija za razvoj Zadarske županije
- Ministarstvo turizma

 RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 2017. – nadalje

 OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Održivi razvoj destinacije

NAZIV  
PROJEKTA

### 18. USPOSTAVA KVALITETNOG SUSTAVA UPRAVLJANJA PLAŽAMA

OPIS  
AKTIVNOSTI

Plaže kao osnovni turistički resurs općine Privlaka predstavljaju prostor od strateškog interesa za samu destinaciju. Uređenje plaža i režim njihovog korištenja pitanja su upravljanja plažnim prostorom, koje mora biti precizno utvrđeno. Takvo upravljanje moguće je postići kroz izradu projekta upravljanja, uređenja i opremanja u skladu s postojećim europskim standardima (npr. Plava zastava, BARE, itd.), koji jasno definiraju smjernice za uređenje plaža, ali i pristavljaju svojevrsan turistički brand same destinacije. Također je potrebno razviti raznolikiju i kvalitetniju ponudu primjerenih sadržaja, koji su za sada većim dijelom razvijeni samo na području uvale Sebačevo i plaže u Sabunikama, dok je ostatak plaža bez većine nužnih sadržaja.

Za plaže koje se dodjeljuju u koncesiju treba se strogo definirati kapacitet ležaljki koje je moguće postaviti na određenoj površini, gdje bi u skladu s standardima bilo poželjno da svaki kupac ima minimalno 8 m<sup>2</sup>, što odgovara kategoriji C, srednji stupanj standarda javnih plaža. Također bilo bi poželjno provesti izračun nosivog kapaciteta za sve plažne prostore u skladu s kojim će se određivati standardi za koncesionare.

Ulaz na plaže treba s obzirom da su javno dobro biti besplatan i dostupan za sve posjetioce uz mogućnost naplate kroz organizirani parking u području Vrila i Škrapavca. Na taj način bi se mogao regulirati i sam nosivi kapacitet plaža, gdje bi broj organiziranih parkirnih mjesta podupirao kapacitet plaže. Iz navedenih sredstava, kao i iz koncesija mogla bi se izdvajati sredstva za redovno održavanje plaža te za plaćanje spasioaca.

CILJ  
PROJEKTA

- Unapređenje kvalitete odmora turista
- Smanjenje broja kupaca do razine nosivog kapaciteta
- Optimalno vrednovanje i korištenje plaže kao turističke atrakcije
- Povećanje kvalitete i sigurnosti na plažama u općini Privlaka

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cjelokupni obalni pojas Općine

NOSITELJ  
PROJEKTA

- Općina Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- TZ općine Privlaka
- Koncesionari i komunalno poduzeće
- Ministarstvo turizma
- Zadarska županija
- Kamp Dalmacija i Hotel Laguna

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- 2015. - nadalje, kontinuirano

OCJENA  
PRIORITETA

- Visoki prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Održivi razvoj destinacije

NAZIV  
PROJEKTA

### 19. USPOSTAVA SUSTAVA PROIZVODNJE I DISTRIBUCIJE EKO PROIZVODA NA PODRUČJU OPĆINE

OPIS  
AKTIVNOSTI

Ekološka proizvodnja hrane podrazumijeva kako se u proizvodnji te hrane ne koriste pesticidi, insekticidi, umjetna gnojiva, antibiotici i slične tvari. Trend proizvodnje ekološke hrane sve je važniji na ujedinenom europskom tržištu, a posebice u jačanju turističke ponude. Potraga suvremenog gosta za zdravom prehranom iz lokalne proizvodnje jedan je od mogućih motiva koje bi u budućnosti općina Privlaka trebala i mogla iskoristiti. Zbog rijetke pojavnosti obradivog tla na području Općine (Ravnih Kotara), te izvora slatke vode (bunari) za navodnjavanje, moguće je započeti s proizvodnjom eko voća i povrća s ciljem jačanja lokalne ponude na području Općine, ali i cijele Županije.

U tu svrhu nužna je prethodna analiza potreba postojećih turističkih subjekata i utvrđivanje mogućnosti za proizvodnju najperspektivnijih vrsta. Osim samog uzgoja i konzumacije od strane turista, moguće je i njihovo uključivanje u pojedine dijelove proizvodnje, kroz različite kreativne radionice i edukacijske programe. Da bi uzgoj bio efikasan nužno je okrupnjavanje zemljišta kroz zakup.

U konačnici poljoprivredni proizvodi, osim što trebaju biti distribuirani direktno ugostiteljskim i smještajnim objektima, nužno je i formiranje eko- tržnica (pogodne lokacije bi bile Sabunike, Gornje Selo i Škrapavac, na kojima bi se proizvodi direktno prodavali gostima smještanima u apartmanima i kampovima, ali i lokalnoj zajednici.

CILJ  
PROJEKTA

- Profiliranje Privlake kao eko destinacije
- Optimalno korištenje postojećih resursa
- Multipliciranje pozitivnih efekata turizma na poljoprivrednu proizvodnju
- Očuvanje tradicije obrade zemljišta

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Uzgoj u unutrašnjem području Općine, uz oblikovanje edukacijskih centra u etnološkim cjelinama
- Distribucija u urbanim jezgrama Općine

NOSITELJ  
PROJEKTA

- LAG Mareta

PROJEKTI  
PARTNERI

- Agencija za razvoj Zadarske županije ZADRA NOVA
- Lokalni poljoprivrednici
- Općina Privlaka
- Zadarska županija
- Agronomski fakultet

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Od 2016. - nadalje

OCJENA  
PRIORITETA

- Nizak prioritet

VRSTA  
PROJEKTA



## Održivi razvoj destinacije

NAZIV  
PROJEKTA

### 20. POKRETANJE OKOLIŠNO ODGOVORNOG PONAŠANJA I EKO OZNAČAVANJE

OPIS  
AKTIVNOSTI

Privlaka svoj dosadašnji uspjeh temelji na atraktivnoj resursnoj osnovi koja se sastoji od nekoliko glavnih elemenata: mora, prirodnih plaža i pijeska. Da bi se atraktivnost destinacije podigla na višu razinu potrebno je navedene resurse zaštititi u skladu s njihovom vrijednošću od bilo kojeg mogućeg izvora degradacije. Nadalje, potrebno je provoditi kontinuirani nadzor provedbe zaštite resursa. Navedene akcije se mogu provoditi samo kroz učinkovit sustava upravljanja i nadzora resursima, pri čemu je od velikog značaja upravo uspostava monitoringa, koji omogućuje promjene upravljanja u skladu s promjenama stanja okoliša.

Za provedbu ove akcije nužna je uspostava sustava nadzora na sljedećim područjima:

- Plaže Vrilo, Jaz, Škrapavac, Mostina, Sabunike, Loznica, Punta, Selo, Soline, Pliša, Livadice, Bilotinjak, Blato

U kasnijim fazama moguća je uspostava sustava monitoringa i na drugim područjima u destinaciji, koja će biti opterećena većim brojem posjetitelja i/ili na područjima s iznimno osjetljivim ekosustavom.

U ovom pogledu postoji nekoliko tipova monitoringa koje bi bilo poželjno provoditi: nadzor kvaliteta mora (već se provodi), monitoring ornitofaune, monitoring ihtiofaune, kartiranje invazivnih vrsta (osobito u podmorju), te monitoring broja turista, turističkih kretanja i zadovoljstva turista destinacijom i zaštitom okoliša. Monitoring broja korisnika resursa i turističkih kretanja trebao bi se zasnivati, brojanju od strane promatrača i uređaja (aktiviraju se pokretom) koje bi bile prikladne za postojeće biciklističke staze i potencijalne pješačke staze, nadziranju parkirališta, brojanju u info centrima. Također potrebno je uvesti godišnje istraživanje zadovoljstva posjetitelja destinacijom i zaštitom okoliša koje će se provoditi po tržišnim segmentima. Na temelju dobivenih podataka moguće je lakše kontroliranje tokova turista te uvođenje sadržaja koji bi mogli odvući turiste iz zone najvećeg opterećenja. Nadalje, kroz godišnje istraživanje zadovoljstva posjetitelja moguće je prilagoditi turističku ponudu na razini cijele destinacije, te osmisliti upravljačke planove s tom svrhom na godišnjoj razini, čiji bi rezultati bili lako mjerljivi.

CILJ  
PROJEKTA

- Zaštita okoliša kroz nadzor negativnih utjecaja u turizmu
- Nadzor broja posjetitelja po pojedinim lokacijama u svrhu praćenja kapaciteta lokacija
- Poznavanje stanja zadovoljstva posjetitelja destinacijom, te očuvanošću okoliša u svrhu poboljšanja stanja
- Upravljanje okolišem u skladu s zahtjevima održivog razvoja turizma

PODRUČJE  
OBUHVATA

- Cijelo područje Općine uz integraciju nadzora sa susjednim općinama

NOSITELJ  
PROJEKTA

- TZ općine Privlaka

PROJEKTI  
PARTNERI

- Općina Privlaka
- UNDP
- MZOPU

RAZDOBLJE  
PROVEDBE

- Odmah nakon usvajanja Strategije do njezinog isteka

OCJENA  
PRIORITETA

- Srednji prioritet

## 7. UPUTE ZA PROVEDBU I MONITORING STRATEGIJE

Razvoj sadržaja turističke ponude na području općine Privlaka, uz iskazani poduzetnički interes privatnog sektora, mora se temeljiti i na potpori javnog sektora turističkom razvoju te uvažavati potrebu dugoročne zaštite i očuvanja ovog izuzetnog atraktivnog i prostora. U tom smislu, logičan model upravljanja cijelim područjem obuhvata projekta trebao bi se bazirati na podjeli uloga i odgovornosti između nositelja izvršne vlasti kao zastupnika javnog interesa, privatnih poduzetnika i ostalih interesnih skupina s područja turizma. Dok je privatni sektor odgovoran za ponudu proizvoda i usluga (smještaj, ugostiteljstvo, aktivnosti u destinaciji i sl.), javni sektor je odgovoran za cijeli niz aspekta koji destinaciju mogu činiti manje ili više privlačnom (čistoća, hortikulturno uređenje, komunalna infrastruktura i sl.). Osim toga, javni sektor ima veliku odgovornost u stvaranju platforme za održivi razvoj kroz stvaranja općih ali i konkretnih preduvjeta i mjera za razvoj turizma. Zbog toga je u svakoj destinaciji potrebno uspostaviti dobru komunikaciju te koordinaciju između različitih interesnih skupina važnih za razvoj turizma. Interesnu skupinu čini svaka grupa ili pojedinac koji ima utjecaj na razvoj turizma ili razvoj turizma ima utjecaj na njih. Nemaju sve interesne skupine jednaku ulogu u razvoju turizma ali je za one koji vode politiku razvoja izuzetno važno poznavati njihove interese.

Zbog toga je važno identificirati koje su to interesne skupine i razinu njihova utjecaja vezano uz intenziviranje turističkog razvoja. Interesne skupine s područja turističkog razvoja se najgrublje dijele na:

- Javni sektor
- Privatni sektor
- Lokalno stanovništvo
- Turiste

Kao što je prethodno navedeno, javni sektor i privatni sektor velikim su djelom uključeni u sam razvoj i potrebno je sagledati koji su to predstavnici ovih sektora koji imaju izravnu ulogu u prihvaćanju i nošenju odgovornosti za realizaciju projekata koji su potrebni za stvaranje kvalitetne turističke ponude tj. destinacije koja će biti prepoznata na turističkom tržištu.

Lokalno stanovništvo po svojoj je prirodi vrlo heterogeno jer njegova sklonost prema turizmu ovisi o nizu faktora poput toga jesu li zaposleni u turizmu, kakve koristi ili štete nosi taj razvoj za njih, jesu li mjestom stanovanja izloženi turističkim kretanjima i sl. Kako se 'lokalni stil života' i upoznavanje 'domaćeg' danas posebno cijeni važno je da lokalno stanovništvo prihvaća i podržava zamišljeni turistički razvoj. Osim toga, stavovi lokalnog stanovništva prema turističkom razvoju su osobito važni i u svijetlu činjenice da se, bez potpore lokalnog stanovništva, turizam ne može na primjeren način razvijati. Zato su projektne aktivnosti usmjerene na interni marketing odnosno na podizanje svijesti lokalnog stanovništva o značaju turističkog razvoja vrlo važan dio ove Strategije. I konačno, turisti iako nisu izravno uključeni u razvoj turističke ponude, ipak predstavljaju važnu interesnu skupinu te je izuzetno važno poznavati njihove sklonosti i preferencije kako bi se ponuda uskladila s očekivanjima i zahtjevima tržišta.

Polazeći od prethodnih naznaka, temeljna uloga nositelja izvršne vlasti u na području općine Privlaka svodi se na prihvaćanje glavnih odrednica ovog plana razvoja turizma, odnosno osiguranje preduvjeta potrebnih za njegovu provedbu.



To podrazumijeva ne samo deklarativno podržavanje planom predviđenih projektnih aktivnosti, nego i poduzimanje konkretnih koraka u smjeru provođenja Strategije. S druge strane, uloga privatnog sektora, a temeljem Strategije razvoja turizma, svodi se na razvoj odnosno turistifikaciju određenih lokaliteta koji su pogodni za izgradnju sadržaja turističke ponude sukladno planskim odrednicama. To podrazumijeva ne samo poštivanje predviđenih planskih gabarita u izgradnji (osobito veličinu pojedinih objekata, tipologiju i strukturu ponude), već i udovoljavanje svim uobičajenim standardima kvalitete i ekološke održivosti. Interes privatnih poduzetnika, nadalje, moguće je osigurati na jedan od dva podjednako prihvatljiva načina – prvi se odnosi na dugoročnu koncesiju, dok drugi podrazumijeva trajnu prodaju zemljišta na konkretnim mikro lokalitetima podesnim za turistifikaciju. Stvar je međusobnog dogovora između nositelja javne vlasti i potencijalnih investitora da se dogovore koji im je model prihvatljiviji.

Za uspjeh cijelog projekta, a u cilju što je moguće efikasnijeg upravljanja razvojem turizma na području općine Privlaka, predlaže se slijedeći provedbeni model za implementaciju Strategije:

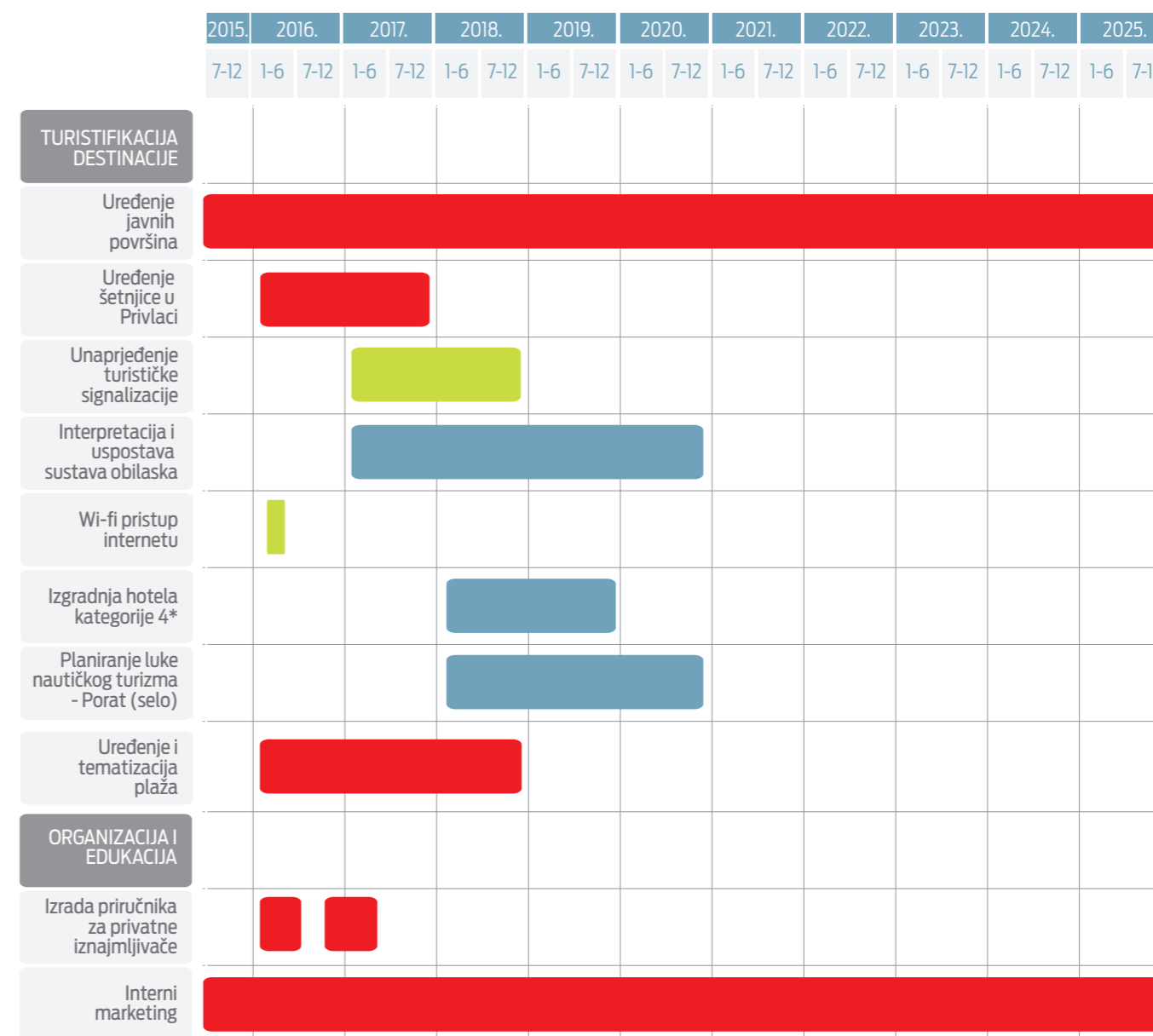
Osnivanje novog „ad-hoc“ neformalnog upravljačkog i provedbenog tijela koje bi objedinjavalo predstavnike svih interesnih skupina s područja turizma – općine, privatnih poduzetnika, turističke zajednice, ugostitelja, privatnih iznajmljivača, udruga građana i sl. Ovo tijelo (Vijeće za provedbu strategije) bilo bi zaduženo za implementaciju projektnih aktivnosti i monitoring razvoja turizma na području općine Privlaka. Predloženo implementacijsko tijelo predstavljalo bi potpuno novu, specijaliziranu i u financijskom smislu neovisnu instituciju, čiji bi članovi u radu tijela sudjelovali na isključivo dobrovoljnoj osnovi, i bez financijske naknade za svoj rad. Glavni zadaci ovoga tijela bili bi:

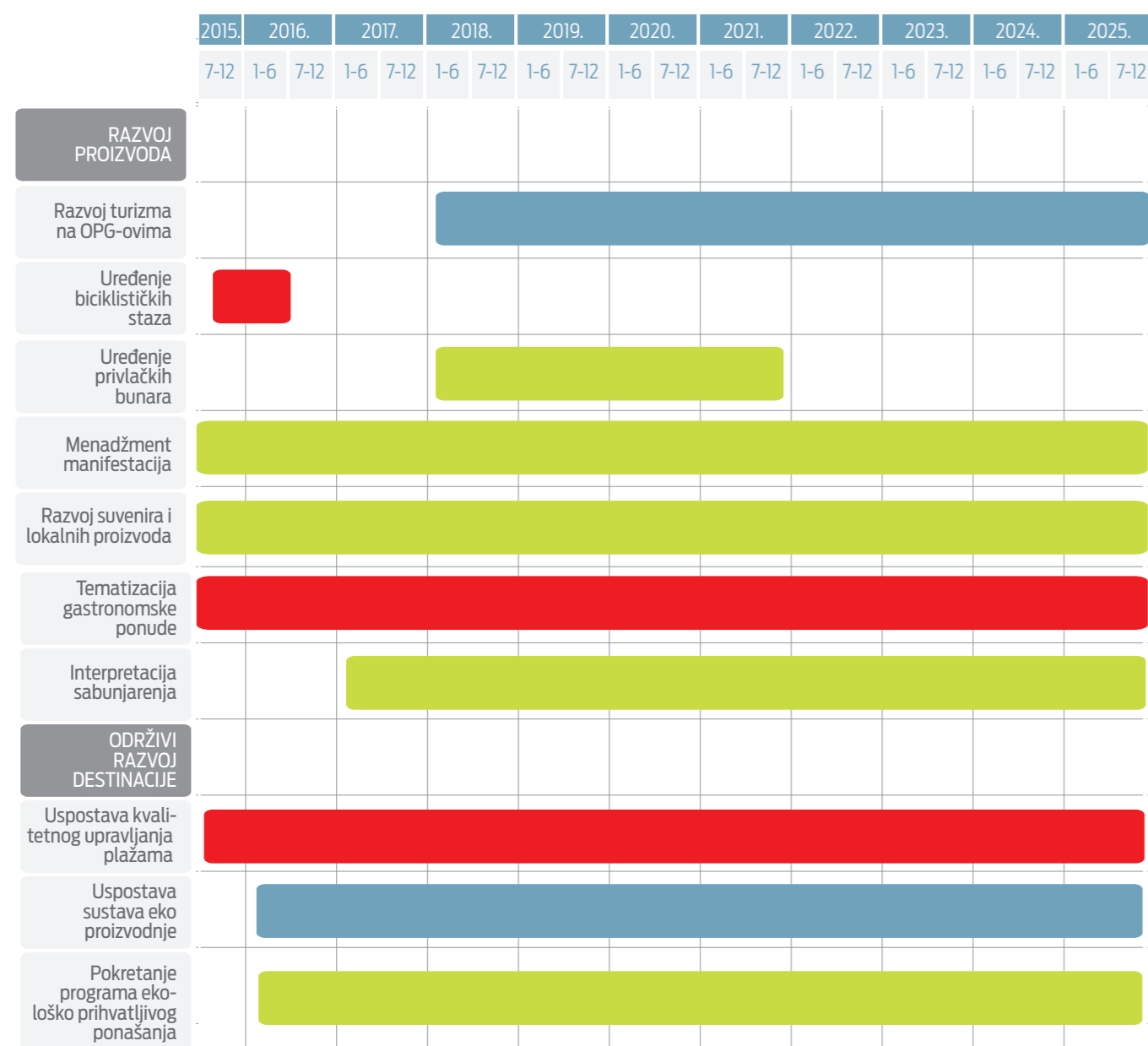
- Usmjeravanje turističkog razvoja općine Privlaka u skladu sa smjernicama definiranim u Strategiji
- Implementacija projektnih prijedloga definiranih u Strategiji
- Monitoring razvoja turizma na području općine Privlaka i poduzimanje korektivnih akcija
- Osiguravanje visokog stupnja suradnje između svih interesnih skupina s područja turizma kako bi se planirani turistički projekti mogli i realizirati
- „Ad hoc“ rješavanje problema vezanih za funkcioniranje turističkog sustava
- Podizanje razine javne svijesti među lokalnim stanovništvom o mogućim koristima turističkog razvoja.

Osnivanje ovog provedbenog tijela, kao potpuno nove i financijski neovisne operative institucije za razvoj turizma, pretpostavlja kompletnu autonomiju u donošenju i provedbi odluka povezanih s turističkim razvitkom općine Privlaka, što zasigurno pogoduje ne samo učinkovitoj realizaciji zacrtanih ciljeva, već i omogućava uspostavu jasnih linija odgovornosti i transparentan sustav kontrole provedbe Strategije.



# 8. AKCIJSKI PLAN S DINAMIČKIM PLANOM AKTIVNOSTI





Terminskim planom aktivnosti, koji je prikazan u prethodnoj tablici/Gantogramu, daje se sažet prikaz svih projektnih aktivnosti koje su planirane Strategijom te se za sve projektne aktivnosti definiraju razdoblje provedbe te stupanj prioriteta projektnog prijedloga. Vremenske (terminske) jedinice planiranja definirane su na razini polugodišta jer je vremenski obuhvat Strategije deset godina, pa nije bilo moguće niti potrebno planirati na detaljnijoj vremenskoj razini. Kada je riječ o ocjeni stupnja prioriteta pojedinih projektnih prijedloga, prioritet svakoga projekta je procijenjen temeljem dva osnovna kriterija:

- (1) značaja projekta za sveukupni razvoj privlačkog turizma
- (2) trenutnog stupnja tržišne spremnosti pojedinog projektnog prijedloga.

Tako su, kao najprioritetniji projekti, ocijenjeni oni projekti koji sunajvažniji za turistički razvoj Privlake, a istodobno su u visokom stupnju tržišne spremnosti, što znači da njihova realizacija ne podrazumijeva značajnije vremenske i/ili financijske resurse.

Tu spadaju projekti:

- (1) uređenje javnih površina
- (2) uređenje šetnice u Privlaci
- (3) uređenje i tematizacija plaža
- (4) izrada priručnika za privatne iznajmljivače
- (5) uspostava kvalitetnog sustava upravljanja plažama

S izuzetkom uređenja privlačke šetnice, ostala četiri projekta je moguće realizirati, ili bar započeti s njihovom realizacijom u kratkom vremenskom roku. Uređenje javnih površina je projekt koji je ocijenjen kao projekt visokog prioriteta jer su uređene javne površine jedan od glavnih elemenata privlačnosti turističke destinacije.

S obzirom da je trenutni stupanj uređenosti javnih površina u Privlaci na zadovoljavajućoj razini, ove aktivnosti je samo potrebno nastaviti i kroz vrijeme provedbe Strategije ih dodatno unaprjeđivati. Izrada priručnika za privatne iznajmljivače je važna u kontekstu činjenice da privatni smještaj dominira u smještajnoj ponudi Općine pa bi edukacija i posljedično dizanje kvalitete privatnog smještaja imalo veliki značaj za podizanje kvalitete sveukupne turističke ponude Općine. Osim toga, izrada priručnika je ujedno i projekt koji na zahtjeva značajnija vremenska ni financijska ulaganja pa je, i zbog toga, ocijenjen kao prioritetan.

Uređenje i tematizacija plaža, kao i kvalitetno upravljanje plažnim prostorom, su definirani kao projektni prijedlozi visokog prioriteta jer plaže predstavljaju temeljni turistički resurs Općine, te kvalitetno upravljanje plažama predstavlja važan preduvjet kvalitetnog turističkog razvoja. Konačno, uređenje privlačke šetnice, iako predstavlja projekt koji je u financijskom smislu zahtjevan, ipak ima visoki prioritet jer šetnica predstavlja važan turistički resurs (u rangu s plažama) te je njezino uređenje važno u kontekstu podizanja kvalitete turističke ponude na području Općine. Kada je riječ o projektnim prijedlozima srednjeg prioriteta, tu spadaju projekti koji ne zadovoljavaju jedan od dva spomenuta kriterija (ili su manje važni za turistički razvoj Općine ili su u financijskom smislu zahtjevni).

Takvih projekata je sveukupno sedam i većinom su s područja turistifikacije destinacije i razvoja proizvoda. Ovdje posebno treba istaknuti projekt izgradnje jednog kvalitetnog hotelskog objekta, kapaciteta 100-injak soba i kategorije 4\* koji je vrlo važan za razvoj turizma na području Općine, ali je ocijenjen kao projekt srednjeg prioriteta s obzirom da se predvidiva visina ulaganja kreće na razini od oko 6-7 milijuna EUR<sup>7</sup>. Konačno, projekti za koje je utvrđeno da nisu ključni za razvoj turizma na području Općine i da istodobno nisu niti u fazi visoke tržišne spremnosti su definirani kao projekti niskog prioriteta te je takvih projekata ukupno četiri.

<sup>7</sup> Pretpostavke za procjenu: Prosječna veličina sobe: cca. 30m<sup>2</sup>, BRP: 5.000 m<sup>2</sup>, predvidiva cijena gradnje po četvornom metru: 1.300 EUR, predvidiva cijena po sobi: 65 tisuća EUR.

## 9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Planiranje turističkog razvoja, bez obzira da li se radi o novim destinacijama koje su tek u početnoj razvojnoj fazi ili (kao što je to slučaj s općinom Privlaka) o destinacijama koje već imaju dugu tradiciju i iskustvo bavljenja turizmom, uvijek započinje s detaljnom analizom postojećeg stanja. Takva analiza je neophodna kako bi se dobila što jasnija slika o stanju turističke infra i suprastrukture te stanju turističkih resursa, koji u najvećoj mjeri određuju kako smjer tako i intenzitet razvoja turizma na nekom prostoru. Analizom postojećeg stanja projektnog područja obuhvaćeni su svi elementi važni za razvoj turizma kao što su geografska, prostorna, prometna i infrastrukturna obilježja prostora, obilježja turističke ponude i potražnje, postojeći planski dokumenti te trendovi na suvremenom turističkom tržištu i analiza interesnih skupina koje su važne u kontekstu turističkog razvoja općine Privlaka. U sklopu analize postojećeg stanja napravljena je i detaljna analiza i valorizacija turističke resursne osnove općine Privlaka.

Temeljem analize postojećeg stanja izrađena je detaljna SWOT analiza kojom su utvrđene glavne prednosti, nedostaci, prilike i prijetnje za razvoj turizma na području općine Privlaka. Rezultati SWOT analize važni su jer utvrđene prednosti, nedostaci i tržišne prilike pružaju osnovu za razvoj turističkih proizvoda, definiranje vizije turističkog razvoja te za definiranje glavnih razvojnih projekata. Općenito se može reći da je SWOT analiza pokazala da općinu Privlaka karakterizira vrlo kvalitetna i diversificirana turistička resursna osnova koja, zbog određenih internih ograničenja i eksternih nedostataka, trenutno nije na primjeren način tržišno valorizirana.

Temeljem analize postojećeg stanja i SWOT analize definirane su glavne strateške odrednice budućeg turističkog razvoja općine Privlaka, koje uključuju viziju razvoja turizma, strateške ciljeve turističkog razvoja, ostale odrednice razvoja turizma te osnovne elemente razvoja turizma na karakterističnim zonama turističkog razvoja. Vizija razvoja predstavlja željenu sliku turističke budućnosti destinacije te bi, u tome kontekstu, trebala predstavljati idealni cilj oko kojega se slažu i kojemu teže svi dionici turističkog razvoja destinacije. Definirana razvojna vizija općine Privlaka temelji se na moru i suncu i kvalitetnoj smještajnoj ponudi, uređenim javnim površinama, tradicijskim i autohtonim vrijednostima temeljem kojih se razvija turistički proizvoda namijenjen prvenstveno, ali ne isključivo obiteljskom odmoru. Prilikom definiranja vizije u obzir je uzeta i potreba da ona bude usklađena s planskom dokumentacijom višeg reda, u ovome slučaju sa vizijom turističkog razvoja Zadarske županije, koja je definirana Glavnim planom razvoja turizma Zadarske županije od 2013. do 2023. godine.

Kako bi se prethodno definirana vizija operacionalizirala, potrebno ju je konkretizirati i operacionalizirati kroz definiranje strateških razvojnih ciljeva i određenog broja konkretnih projektnih prijedloga. Strategijom razvoja turizma općine Privlaka definirano je šest strateških ciljeva turističkog razvoja, i to:

- (1) Podizanje kvalitete turističkog destinacijskog proizvoda i stvaranje cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti
- (2) Produženje turističke sezone
- (3) Inoviranje postojećih i razvoj novih turističkih proizvoda
- (4) Stvaranje poticajnog razvojnog okruženja
- (5) Aktivno upravljanje prostorom i zaštita okoliša.

## (6) Podizanje razine životnog standarda stanovništva Općine

Iz tako definiranih strateških ciljeva turističkog razvoja izvedeno je 20 konkretnih projektnih prijedloga koji su podijeljeni u 4 skupine:

- (1) Turistifikacija destinacije
- (2) Organizacija i edukacija u turizmu
- (3) Razvoj proizvoda
- (4) Upravljanje okolišem i održivi razvoj destinacije.

Svi projekti su detaljno opisani te je, u terminskom planu aktivnosti, za svaki projektni prijedlog definirano razdoblje provedbe i prioritet. Prioritet pojedinih projektnih prijedloga definiran je temeljem važnosti projektnog prijedloga za planirani turistički razvoj općine Privlaka odnosno temeljem njegove trenutne tržišne spremnosti. To znači da su oni projekti koji su najvažniji za turistički razvoj Općine i koji su istodobno u visokoj fazi tržišne spremnosti, ocijenjeni kao najprioritetniji.

Konačno, Strategijom razvoja turizma općine Privlaka definirane su i glavne odrednice marketinške strategije, što uključuje definiranje atributa tržišnog pozicioniranja, ciljnih tržišta, proizvodnog portfelja te komunikacijskih aktivnosti. Uloga plana marketinga je prethodno osmišljeni koncept turističkog razvoja operacionalizirati kroz razvoj konkretnih, tržišno konkurentnih turističkih proizvoda te njihov učinkovit plasman na turističko tržište. Konačno, dokumentom se daju i određene preporuke za implementaciju i monitoring provođenja Strategije. U tome smislu predlaže se osnivanje jednog novog implementacijskog i provedbenog tijela na razini Općine, u čijem radu bi sudjelovali svi ključni dionici turističkog razvoja te koje bi imalo zadatak praćenja provedbe Strategije i poduzimanja korektivnih akcija.

Važno je naglasiti da Strategija razvoja turizma općine Privlaka maksimalno uvažava tri osnovna načela, a to su:

- Kvaliteta u kreiranju turističkih proizvoda i usluga
- Briga za održivi razvoj
- Partnerski odnosi između svih dionika turističkog razvoja destinacije što predstavlja preduvjet za stabilan i dugoročno održiv razvoj turizma na ovome području.

Također je potrebno naglasiti da Strategija razvoja turizma općine Privlaka predstavlja strateški razvojni dokument, koji ima tri glavne funkcije, i time predstavlja:

- (1) Javni koncepcijski okvir za djelovanje svih nositelja ekonomske i turističke politike na području općine Privlaka
- (2) Polazište za donošenje poslovnih i razvojnih odluka u domeni privatnog i javnog sektora
- (3) Važan izvor informacija za privatne investitore

Konačno, važno je naglasiti da izrada ovoga dokumenta sama po sebi, iako predstavlja nužan preduvjet, ne daje garancije za uspješan turistički razvoj projektnog područja. Za pokretanje i uspješno upravljanje turističkim razvojem, sukladno odrednicama ovoga dokumenta, neophodni su jaki partnerski odnosi i suradnja svih interesnih skupina s područja turizma. U tome procesu podjednak značaj ima javni i privatni sektor.

Uloge i zadaci javnog sektora su poboljšanje stanja komunalne infrastrukture, provođenje investicijskih projekata s područja javnog sektora, senzibilizacija i osvješćivanje lokalnog stanovništva o značaju turističkog razvoja te općenito osiguranje poticajnog institucionalnog okruženja za turistički razvoj.

S druge strane, zadatak privatnog sektora je osigurati minimum investicijskih aktivnosti s područja turizma što će poslužiti kao katalizator kasnijeg turističkog razvoja, a s ciljem stvaranja novih turističkih proizvoda i usluga odnosno s ciljem stvaranja cjelovitog destinačijskog lanca vrijednosti i podizanja sveukupne razine kvalitete turističkog destinačijskog proizvoda projektnog područja.

S obzirom na brojnost i heterogenost dionika turističkog razvoja, nije realno očekivati jednoglasnu potporu koncepciji turističkog razvoja destinacije koja je definirana u ovome dokumentu. Zbog toga je jedan od važnih zadataka nositelja turističke politike (općina Privlaka i TZ općine Privlaka) da svim interesnim skupinama (privatnom i javnom sektoru, te lokalnom stanovništvu) jasno komuniciraju značaj kao i moguće koristi planiranog turističkog razvoja Općine.

