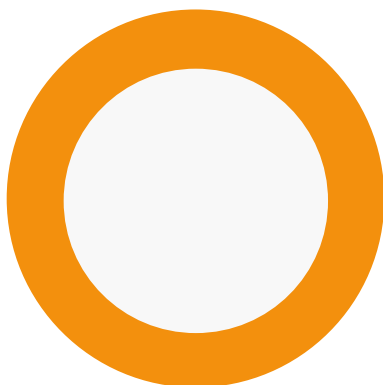


institutzaturizam 



## **Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020.**

2016.

**Naslov projekta:** Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020.

**Naručitelj:** TZ otoka Krka

**Izvršitelj:** Institut za turizam

**Autori:** Mr. sc. Neda Telišman-Košuta  
Dr. sc. Neven Ivandić

**Dokument:** Konačna verzija

**Mjesto i datum:** Krk - Zagreb, 14. prosinac 2016.

# Sadržaj

Sadržaj.....	3
<b>1.</b> Ciljevi, metodologija i pristup projektu.....	4
<b>2.</b> Analiza internog okruženja.....	5
2.1. Opće značajke otoka Krka.....	5
2.2. Resursno-atraksijska osnova.....	7
2.3. Performanse turističkog sektora.....	10
2.4. Strateška razvojna usmjerenja.....	14
<b>3.</b> Analiza eksternog okruženja.....	16
3.1. Obilježja turističke aktivnosti izravnih konkurenata otoka Krka.....	16
3.2. Primjeri turističkog razvoja otočkih destinacija na Mediteranu.....	18
3.1. Trendovi na turističkom tržištu.....	20
<b>4.</b> SWOT analiza.....	21
<b>5.</b> Područja strateškog djelovanja i scenariji turističkog razvoja.....	22
<b>6.</b> Vizija i ciljevi razvoja turizma.....	26
6.1. Vizija otoka Krka kao turističke destinacije.....	26
6.2. Ciljevi razvoja turizma.....	28
<b>7.</b> Konceptija turističkog razvoja.....	29
7.1. Brend koncept i željeni imidž otoka Krka.....	29
7.2. Ciljna geo tržišta i potrošački segmenti otoka Krka.....	31
7.3. Proizvodni portfelj otoka Krka.....	34
7.4. Tematsko profiliranje turističkih klastera otoka Krka.....	43
<b>8.</b> Akcijski plan.....	46
8.1. Unapređenje iskustava gostiju.....	47
8.2. Razvoj smještajne i eno-gastro ponude.....	56
8.3. Povećanje mobilnosti gostiju.....	59
8.4. Jačane organizacijske podrške razvoja turizma.....	61
<b>9.</b> Projekti repozicioniranja turizma otoka Krka.....	66
Turistički prihvatni kapacitet otoka Krka.....	67
Razvoj i očuvanje središnjeg ruralnog prostora otoka.....	68
Okolišno odgovorno ponašanje u turizmu.....	69
Integrirani – eko muzej otoka Krka.....	70
Krčke plaže.....	71
Sustav staza otoka Krka.....	72
Koncept razvoja TZ Voz-Peškera.....	73
Otočki komunikacijski sustav.....	74
Razvoj zdravstvenog turizma na otoku Krku.....	75
Unapređenje i transformacija obiteljskog smještaja.....	76
Dodatak I: Resursno atraksijska osnova otoka Krka.....	77
Dodatak II: Osnovna turistička statistika.....	87

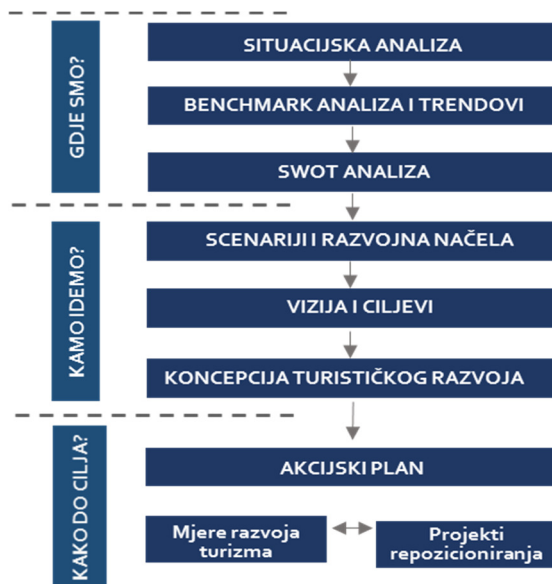
# 1. Ciljevi, metodologija i pristup projektu

Dokument *Strategija razvoja turizma otoka Krka do 2020.* predstavlja zajedničku otopku platformu za koordinaciju jedinica lokalne samouprave, turističkih zajednica, različitih institucija javnog sektora, gospodarskih subjekata i drugih dionika uključenih u razvoj turizma. Težeći održivom razvoju Otoka, odnosno povećanju kvalitete života lokalnog stanovništva, očuvanju prirodne i kulturne baštine te rastu konkurentne sposobnosti turizma, ciljevi ove Strategije su:

- Uspostavljanje jasnog dugoročnog održivog koncepta razvoja turizma otoka Krka
- Definiranje ključnih odrednica za uspješno pozicioniranje otoka Krka na turističkom tržištu
- Utvrđivanje srednjoročnih razvojnih prioriteta, njihovih nositelja i izvora financiranja
- Pružanje strateškog okvira za privlačenje potencijalnih investitora, prepoznavanje razvojnih projekata u domeni privatnog i javnog sektora te povećanje apsorpcijske moći EU fondova

Strategija je izrađena slijedeći uobičajenu međunarodnu metodologiju izrade strateških razvojnih dokumenata za turističke destinacije te obuhvaća tri osnovne tematske cjeline:

Slika 1.1. Struktura dokumenta



Izvor: Institut za turizam

Pristup izradi Strategije polazi od načela otvorenosti, multidisciplinarnosti i uključenosti razvojnih dionika te je obuhvatio:

- **Obilazak terena:** Radna skupina Instituta za turizam višekratno je boravila na otoku Krku kako bi se upoznali s projektnim područjem, a specifično s resursno-atraksijskom osnovom te stanjem turističke infra i suprastrukture.
- **Intervjue i ankete dionika:** Tijekom izvođenja projekta provedeni su individualni intervjui s ključnim dionicima turističkog razvoja Otoka kako bi se stekao uvid u stavove o problemima, izazovima i perspektivama turističkog razvoja. Planirani razvojni projekti JLS provjereni su putem ankete.
- **Fazne prezentacije i strateške radionice s lokalnim dionicima:** Rad na projektu uključivao je više (12) prezentacija dionicima turističkog razvoja i predstavnicima lokalne samouprave kako bi se osiguralo njihovo sudjelovanje u svim fazama projekta i verifikacija istih.
- **Kabinetska istraživanja:** Izrada Strategije podrazumijevala je pregled većeg broja sekundarnih izvora informacija o, prije svega, turističkoj resursno-atraksijskoj osnovi otoka Krka, kretanjima turističke ponude i potražnje, istraživanju benchmark destinacija i trendova na turističkom tržištu.

## 2. Analiza internog okruženja

### 2.1. Opće značajke otoka Krka

Otok Krk je otok niza superlativa. Najveći otok na Jadranu, najsjeverniji i najbliži velikim srednjoeuropskim emitivnim tržištima, najraznovrsniji te otok s najviše naseljenih mjesta. Pregled općih značajki otoka Krka relevantnih za njegov daljnji turistički razvoj iznosi se u nastavku točke.<sup>1</sup>

<b>Položaj</b>	Otok Krk najsjeverniji je otok na Mediteranu, dio Primorsko-goranske županije, smješten između poluotoka Istre i Hrvatskog primorja. Presijeca ga 45. paralela. Najbliži je otok kopnu i spojen njime mostom, a kao trajektno polazište za Rab i Cres odnosno Lošinj, ima poziciju 'vrata' prema ostalim Kvarnerskim otocima.
<b>Veličina</b>	Površine 409,9 km <sup>2</sup> , otok Krk najveći je (zajedno s otokom Cresom) jadranski otok te obuhvaća 200 km razvedene obale. Zauzima 11,9% teritorija PGŽ.
<b>Teritorijalni ustroj</b>	Na Otoku se nalazi sedam jedinica lokalne samouprave (JLS): grad Krk te općine Omišalj, Malinska-Dubašnica, Dobrinj, Vrbnik, Punat i Baška. Krk je otok s najviše naseljenih mjesta, njih 67. Svaka JLS ima neke specifičnosti koje ju određuju, a moguće je posebno izdvojiti: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Grad Krk – otočko kulturno i gospodarsko središte te 'glavni grad'</li> <li>– Općina Omišalj – koncentracija prometne infrastrukture i industrije uz turizam</li> <li>– Općina Malinska-Dubašnica – veliki zaljev sa sustavom plaža</li> <li>– Općina Dobrinj – ljekovito blato u uvali Soline</li> <li>– Vrbnik – vinogradarstvo i pitoresknost naselja Vrbnik</li> <li>– Punat – zaštićena uvala s velikom marinom</li> <li>– Baška – gorski lanci i Vela plaža</li> </ul>
<b>Stanovništvo</b>	U 2011. otok Krk imao je 19.383 stanovnika što je 6,5% stanovništva Županije. Jedini je od Kvarnerskih otoka koji bilježi kontinuiran rast stanovništva od 1971., a u razdoblju 2001.-2011. porast je iznosio 10,3%.
<b>Dostupnost</b>	Otok Krk uživa u izvrsnoj prometnoj dostupnosti. Spojen je Krčkim mostom s kopnom, a potom uključen u sustave autocesta Hrvatske i europskih zemalja. Na otoku se nalazi Zračna luka Rijeka, koja, iako operativna cijele godine, bilježi dolazne letove sezonski između 4. i 10. mjeseca. Zračnu luku servisira Croatia Airlines (letovi iz Londona i Minhena), a od 2011. aktivnije je uključena u 'charter' i 'low cost' međunarodni avio promet (Ryan Air, Scan Jet, German Wings). U turističkoj sezoni opterećenost cestovne infrastrukture je visoka generirana ne samo turističkom aktivnosti na otoku Krku, već i tranzitnim prometom prema trajektnoj luci Valbiska s vezama za otoke Rab i Cres-Lošinj što sve čini cestu D-102 i posebno Krčki most neuralgičnim točkama prometnog sustava PGŽ.
<b>Gospodarska struktura i razvijenost</b>	Sve JLS, osim Vrbnika, ulaze s indeksom većim od 125% u skupinu najrazvijenijih u Hrvatskoj. Gospodarska struktura Otoka je diversificirana te uključuje turizam, industriju, građevinu, promet, brodogradnju i poljoprivredu. Kako su sve djelatnosti, izuzev industrije, usmjerene na turističku potražnju, gospodarstvo Otoka ipak je dominantno vezano uz turizam. Realno je očekivati jačanje utjecaja industrije s obzirom da je sjeverni dio općine Omišalj predviđen kao energetska čvorište Srednje i Istočne Europe te se radi na dogradnji kapaciteta JANAF-a i izgradnji LNG terminala. S izuzetkom općine Vrbnik poznatoj po vinogradarstvu i, specifično, po autohtonoj sorti 'Žlahtina', poljoprivreda i stočarstvo su danas zanemareni, usprkos otočke tradicije maslinarstva, vočarstva i ovčarstva. JLS iskazuju velik interes za revitalizaciju poljoprivrede koju vide komplementarnom turizmu.

<sup>1</sup> Izvori: (1) www.krk.hr; (2) www.zavod.pgz.hr; (3) www.otok-krk.org; (3) www.ponikve.hr; (4) www.dzs.hr

<p><b>Infrastrukturni sustavi i stanje okoliša</b></p>	<p>Otok Krk vrlo je dobro infrastrukturno opremljen. Energetskim sustavom obuhvaćeno je ukupno stanovništvo. Vodoopskrba pokriva 99% stanovništva, uz dostatna izvorišta. Oko 35% stanovništva i svi veći gospodarski subjekti priključeni su na sustave javne odvodnje, a daljnja izgradnja kanalizacijske mreže sustavno se odvija. Razvijen je sustav cjelovitog zbrinjavanja otpada 'Eko otok Krk' te se odvojeno prikuplja oko 50% otpada. Kakvoća mora je izvrsna.</p> <p>S obzirom na postojeću praksu te razvojne projekte fokusirane na uštedu energije, proizvodnju energije iz obnovljivih izvora i postizanje energetske neovisnosti, transformaciju Otoka u područje bez ugljičnog dioksida i edukaciju stanovništva, otok Krk je aktivno usmjeren na okolišno odgovornu praksu.</p>
<p><b>Obilježja prostora</b></p>	<p>Među najvažnijim obilježjima prostora otoka Krka izdvajaju se:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Pokrivenost mrežom NATURA 2000</b> – otok Krk, zajedno s ostalim Kvarnerskim otocima, u cijelosti je dio Ekološke mreže RH. Otoci su značajni ornitološki lokaliteti i jedina mjesta u Hrvatskoj gdje se gnijezdi bjeloglavi sup, a na otoku Krku nalaze se dva posebna ornitološka i dva rezervata šumske vegetacije.</li> <li>– <b>'Podvojeni' karakter otoka</b> – sjeveroistočni dio Otoka, odnosno općine Omišalj, izrazito je industrijski orijentiran (JANAF terminal, LNG terminal) i prometno opterećen (Krčki most, Zračna luka Rijeka) za razliku od ostalih JLS okrenutih ka turizmu (i podržavajućim djelatnostima). Razvojna strategija PGŽ tretira općinu Omišalj kao dio mikroregije 'Priobalje', odnosno prostorne cjeline 'Rijeka-prsten' te ovdje planira daljnje širenje industrijskih i lučkih sadržaja. Potencijalno konfliktne gospodarske orijentacije predstavljaju razvojni izazov.</li> <li>– <b>Koncentracija aktivnosti uz obalni rub</b> – gospodarske i društvene aktivnosti koncentrirane su uz uski obalni rub. Opterećenost ovog prostora, uključujući pritiske za širenjem građevinskih zona, kontinuirano raste.</li> <li>– <b>Zapuštenost središnjeg dijela Otoka</b> – uz iznimku općine Vrbnik, gotovo potpuno napuštanje poljoprivrede i stočarstva kao tradicionalnih gospodarskih aktivnosti unutrašnjeg dijela Otoka te brzo iseljavanje stanovništva (na obalu) dovelo je do značajnog zapuštanja ruralnog krajolika. Njegovo ponovno 'otkrivanje' unazad nekoliko godina kao mjesta pogodnog za gradnju 'kuća za odmor s bazenima' može, ukoliko nastavljeno bez adekvatne planske podrške, rezultirati neželjenim stihijskim razvojem i daljnjom degradacijom.</li> <li>– <b>Točkasta devastacija prostora</b> – više je različitih oblika 'nasrtanja' na prostor, uključujući njegovo neprimjereno korištenje, 'apartmanizaciju', nebrigom uzrokovano propadanje, uzurpaciju javnog dobra i vizualnu poluciju. Prema zadnjim raspoloživim podacima iz Popisa stanovništva 2011., udio stanova za povremeno korištenje viši je od broja stanova za stalno stanovanje (60%:40%) te u razdoblju 2001.-2011. raste bitno brže rezultirajući u povećanju broja vikendica i turističkih apartmana za 51%.</li> <li>– <b>Opterećenost plažnog prostora</b> – plaže u naseljima ili uz njih izrazito su opterećene te, uz to, većina nije potpuno adekvatno opremljena (npr. sanitarije, primjerena ugostiteljska ponuda).</li> </ul>

## 2.2. Resursno-atraksijska osnova<sup>2</sup>

Razvoj turizma u vrlo je velikoj mjeri predodređen raspoloživom resursnom osnovom i/ili već postojećim atrakcijama koji imaju potencijal motivirati posjet destinaciji. Analiza resursno-atraksijske osnove otoka Krka, sažeta u nastavku, predstavlja bazu za daljnje planiranje turističkog razvoja Otoka.<sup>3</sup>

Prirodna baština		
	Resursi/Atraksije	Razina turistifikacije
<b>Zaštićena prirodna baština</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>NATURA 2000</b> – zajedno s ostalim Kvarnerskim otocima, otok Krk je u cijelosti dio Ekološke mreže RH</li> <li>– <b>Posebni ornitološki rezervat otok Prvić</b> – gnijezde se bjeloglavi supovi i suri orao</li> <li>– <b>Posebni ornitološki rezervat Glavina-Mala luka (KUNTREP)</b> – stanište supova, sivog sokola, orla zmijara, sove ušare</li> <li>– <b>Posebni rezervat šumske vegetacije Glavotok</b> – šuma hrasta crnike i crnog jasena</li> <li>– <b>Posebni rezervat šumske vegetacije otok Košljun</b> – šuma hrasta crnike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– NATURA baština sporadično obilježena</li> <li>– Rezervati sporadično opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> </ul>
<b>Klima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Među najsunčanijim dijelovima Europe s 2500 sunčanih sati godišnje</li> <li>– Umjerena mediteranska klima; prosječna ljetna temperatura zraka iznosi 23C, mora 20C</li> <li>– Najučestaliji vjetrovi su bura, jugo, maestral</li> </ul>	
<b>Krajolik</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Krajobrazne cjeline</b> – Sjeverni Krk (golet, izložen buri), Središnji Krk (valovit reljef, bujna vegetacija, jezera Jezero i Ponikve, Dobrinjsko i Vrbničko polje, najzapadniji dio zaštićeni Šotovento); Južni Krk (dva paralelna gorska lanca, najviši planinski vrh Obzova na 570 m, Bašćanska dolina)</li> <li>– <b>Krški reljef</b> – obiluje škrapama, dolcima, špiljama (Špilja Biserujka); brojne uvale, zaljevi i drage</li> <li>– <b>Ljekoviti mulj u uvali Soline</b> – koristi se za liječenje reumatskih bolesti</li> <li>– <b>Razvedena obala</b> (oko 200 km) – u Riječkom zaljevu i Kvarneriću niska i pristupačna; u Vinodolskom kanalu, osim srednjeg dijela, visoke strme stijene (do 400m)</li> <li>– <b>Brojne prirodne plaže</b> – pretežito šljunčane; posebnost Vela plaža, Baška, niz plaža u zaljevu Malinska</li> <li>– <b>More i podmorje</b> – more je na cijelom području 'izvrsne' kakvoće; podmorje obiluje morskom florom, faunom, špiljama i potopljenim olupinama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Špilja Biserujka opremljena turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> <li>– Ostale lokacije uglavnom nisu turistificirane</li> </ul>
<b>Biljni i životinjski svijet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Biljni svijet</b> – floristički najbogatiji Kvarnerski otok s oko 1.500 biljnih vrsta</li> <li>– <b>Životinjski svijet</b> – 30 autohtonih vrsta vodozemaca i gmazova (najveći broj na Mediteranu), bogata morska fauna (uključujući dupine, morske kornjače), velik broj ptica koje se ovdje gnijezde (uključujući bjeloglave supove, orlove, sokole), sitni sisavci (jež, netopir, šišmiš, vjeverica, puh, poljski zec), krupnija divljač (kuna bjelica, lisica, srna, jelen lopatar, divlja svinja, mrki medvjed)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Teme i lokacije uglavnom nisu turistificirani</li> </ul>

<sup>2</sup> Izvori: [www.krk.hr](http://www.krk.hr); [www.tz-njivice-omisalj.hr](http://www.tz-njivice-omisalj.hr); [www.tzo-dobrinj.hr](http://www.tzo-dobrinj.hr); [www.tz-malinska.hr](http://www.tz-malinska.hr); [www.vrbnik.hr](http://www.vrbnik.hr); [www.tz-krk.hr](http://www.tz-krk.hr); [www.tzpunat.hr](http://www.tzpunat.hr); [www.tz-baska.hr](http://www.tz-baska.hr); [www.ju-priroda.hr](http://www.ju-priroda.hr); [www.zluk.hr](http://www.zluk.hr); [www.sportskiribolov.hr](http://www.sportskiribolov.hr); [www.lovacki-savez-pgz.hr](http://www.lovacki-savez-pgz.hr)

<sup>3</sup> Integralna verzija Resursno-atraksijske osnove otoka Krka nalazi se u Dodatku I ovog dokumenta.

Kulturna baština		
	Resursi/Atrakcije	Razina turistifikacije
<b>Urbana središta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Otočko središte Krk</b> – više od 3000 godina neprekidnog života, ističu se zidine, frankopanski kaštel, kompleks katedrale</li> <li>– <b>Gradovi-kašteli – Omišalj, Dobrinj, Vrbnik, Baška</b></li> <li>– <b>Slikovita mjesta – Njivice, Malinska, Punat</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sva mjesta pokrivena turističkom signalizacijom</li> <li>– Količina i kvaliteta turističke interpretacije varira</li> </ul>
<b>Ruralna središta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Okolica Dobrinja</b> – sela Hlapa, Polje, Sv. Vid, Kras, Gabonjin, Rasopasno</li> <li>– <b>Okolica Vrbnika</b> – sela Mavri, Risika, Garica</li> <li>– <b>Okolica Krka</b> – područje Šotovento sa selima Glavotok, Linardići, Pinezeći; Sela Vrh, Kornić</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Konceptija turističkog razvoja izostaje</li> <li>– Turistička interpretacija izostaje u potpunosti</li> </ul>
<b>Arheološka baština</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Uvala Voz</b> (pored Omišlja) – šire područje poprište antičke pomorske bitke; prvi spomen 'bačve'</li> <li>– <b>Fulfinum-Mirine</b> (uvala Sepen, pored Omišlja) – planski izgrađen grad za umirovljene rimske vojnike, s forumom, bazilikom, termama, trgovačkim kvartom</li> <li>– <b>Antička baština u Krku</b> – ostaci Venerinog hrama, mozaika, bedema</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uvala Voz nije turistificirana</li> <li>– Lokalitet Fulfinum-Mirine uređen i opremljen turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> </ul>
<b>Kultura života i rada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Glagoljica</b> – najsnažnije glagoljaško središte na Jadranu te se stoga smatra kolijevkom hrvatske pismenosti i kulture; Omišalj, Dobrinj, Vrbnik, Baška, Jurandvor (nalazište Bašćanske ploče)</li> <li>– <b>Suhozidi i mrgari</b> – tradicija kamenih suhozida bez veziva; tradicija izgradnje mrgara, suhozidne građevine u obliku cvijeta za razdvajanje ovaca, jedinstvena je za područje Baške; očuvano ih je 15 i danas u uporabi</li> <li>– <b>Folklor</b> – tradicionalne nošnje (na Krku prevladavaju crna, bijela i crvena boja, razlikuju se u detaljima između mjesta); tradicionalni tenec, sopele i kanot dio su svetkovina i slavlja</li> <li>– <b>Gastronomija</b> – bazirana na ribi, janjetini, ovčjem siru (Krčki sir), pršutu, maslinovom ulju, domaćim tijestima (makaruni, šurlice, njoki), mediteranskim začinima (ružmarin, lovor), krčkom vinu (žlahtina), kolačima (presnac). Krčko maslinovo ulje i pršut imaju oznaku izvornosti na razini EU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2 tematske staze: 'Put glagoljaša' (Dobrinj) i 'Bašćanska staza glagoljice' duž bašćanske doline</li> <li>– Glagoljaška baština nije u punoj mjeri turistički valorizirana</li> <li>– Folklor redovito uključen u turističku ponudu</li> <li>– Otočki gastro proizvodi nisu redovno dostupni u maloprodaji</li> </ul>
<b>Povijesne ličnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Krčki knezovi Frankopani</b> - smatra se da potječu iz Gradeca, pored Vrbnika; najmoćnija hrvatska srednjovjekovna velikaška obitelj, od 11. do 17. stoljeća banovi i političari, gospodarstvenici, intelektualci</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Baština obitelji Frankopan nije u punoj mjeri turistički valorizirana</li> </ul>
<b>Odabrane kulturne ustanove</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Zbirka Infeld, Dobrinj</b> – slikarska zbirka; izložbe</li> <li>– <b>Knjižnica Vitezić, Vrbnik</b> – vrijedne knjige</li> <li>– <b>Etnografski i sakralni muzej, Košljun</b> – vrijedne knjige</li> <li>– <b>Buymer</b> – zbirka ribarskog alata u ribarskom skloništu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zbirke otvorene prema redovnom radnom vremenu</li> </ul>
<b>Manifestacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Brojne redovne godišnje manifestacije (oko 50)</b> – na cijelom području otoka; posebno se ističu tradicionalne fešte, kulturne, gastronomske i sportske teme</li> <li>– <b>Posebno prepoznate</b> – karnevali, 'Lovrečeva-Krčki sajam', 'Popi i pojedj', 'Croatia Cup', '4 Island MTB', 'Tour of Croatia'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sve su manifestacije izrazito u funkciji turističke ponude</li> <li>– Tijekom ljeta brojne dodatne fešte, koncerti i sl.</li> </ul>

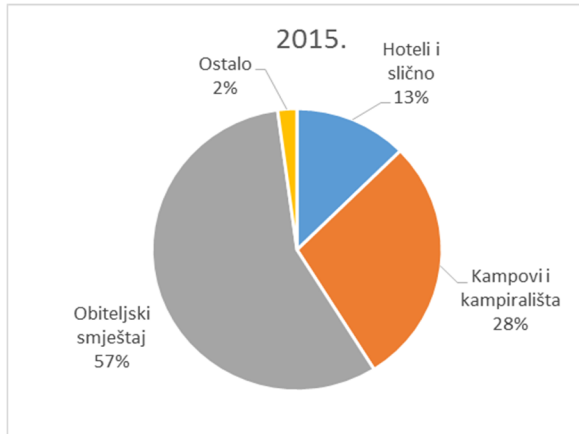


Rekreacijski, sportski i zabavni sadržaji		
	Resursi/Atrakcije	Razina turistifikacije
<b>Plaže</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Plaže s 'Plavom zastavom'</b> – ukupno 15 plaža (najviše na Kvarneru)</li> <li>– <b>Plaže s posebnosti</b> – plaža Soline s ljekovitim blatom (općina Dobrinj); niz od 10 plaža u zaljevu Dubašnica (općina Malinska); Vela plaža, 1800 m duga šljunčana i plaža, među najljepšima na Jadranu (općina Baška)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama PGŽ se ne provodi</i></li> </ul>
<b>Staze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Pješačke staze</b> – ukupno oko 300 km uređenih i obilježenih staza; povezane kružnom 'Krčkom obilaznicom'; uključuju staze uz more (lungomare), lagane i teže pješačke staze; dodiruju prirodne i kulturne zanimljivosti otoka; dijelom tematizirane; raspoloživa karta objedinjenih krčkih staza</li> <li>– <b>Biciklističke staze</b> – 2 namjenske su Malinska-Punat, 11,5 km, odvojena zelenim pojasom od glavne otočke prometnice; Prniba, 7 km, u Krku; većinu pješačkih staza moguće je koristiti i kao biciklističke, odnosno MTB staze</li> <li>– <b>Penjanje po stijenama (Baška)</b> – 3 penjališta s više od 100 opremljenih smjerova svih težina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sve staze obilježene</li> <li>– Nekoliko tematiziranih pješačkih staza</li> <li>– Moguće unaprijediti tematiziranje i turističku interpretaciju (npr. table, vidikovci, odmorišta)</li> </ul>
<b>Nautika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Marina Punat</b> - smještena u izvrsno zaštićenoj uvali (Puntarska draga); 850 vezova u moru, oko 500 na suhom vezu, izvrsno opremljena pratećim uslužnim sadržajima, uključujući i yacht servis za jahte do 50m u brodogradilištu; najam plovila u charteru; marina ima Plavu zastavu</li> <li>– <b>Luke za javni promet</b> (županijskog značaja) – Omišalj, Šilo, Malinska, Vrbnik, Krk, Valbiska, Punat, Baška, Surbova-Baška</li> <li>– <b>Luke za javni promet</b> (lokalnog značaja) – 14 luka</li> <li>– <b>Sportske luke</b> – Pesja (Omišaljski zaljev)</li> <li>– <b>Škole jedrenja</b> – 2 škole (Punat i Baška)</li> </ul>	
<b>Sport/rekreacija na moru</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>20 ronilačkih centara</b> – 15-tak ronilačkih lokacija; škole ronjenja</li> <li>– <b>Wakeboard</b> – Ski lift (Puntarska draga)</li> <li>– <b>Podvodni gusarski park (Punat)</b> – eksponati na dubini 3-5m, 'otkriće podvodnog blaga'</li> <li>– Na svim uređenim plažama najam opreme za rekreaciju na moru (pedaline, padobrani, kajak i sl.)</li> </ul>	
<b>Ribolov</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Najbolje lovno područje skuša, također se lovi ugor, škrpina, oslić i hobotnica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dozvole za ribolov u društvima i agencijama</li> </ul>
<b>Lov</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Lovišta Krk, Plavnik, Punat, Baška</b> – lovišta pokrivaju znatan dio otoka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Upravljaju lokalna lovačka društva</li> </ul>
<b>Jahanje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Terapijsko jahanje</b> – Njivice</li> </ul>	
<b>Wellness centri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Hotelski wellness centri</b> – Malinska, Baška</li> </ul>	
<b>Akvariji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Akvarij Krk</b> – tropski akvarij, 100 vrsta riba; 300m<sup>2</sup></li> <li>– <b>Akvarij Baška</b> – morski svijet Jadrana, 100 vrsta riba, 400 vrsta školjki; 200m<sup>2</sup></li> </ul>	

## 2.3. Performanse turističkog sektora

Otok Krk ubraja se među najrazvijenije otočke destinacije u Hrvatskoj. U nastavku točke daje se pregled stanja ponude te kretanja turističke potražnje na Otoku.<sup>4</sup>

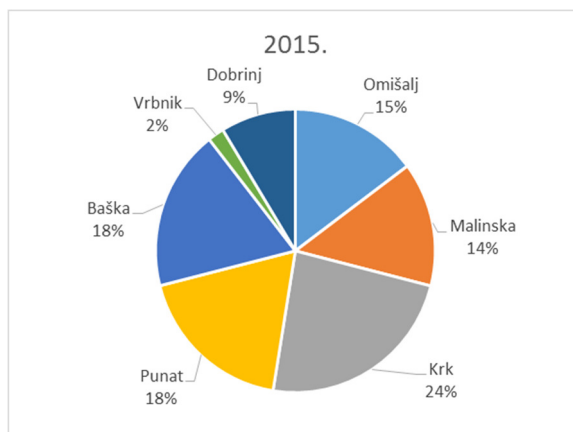
**Slika 2.3.1. Struktura smještajnih kapaciteta (08./2015.)**



Izvor: TZ Otoka Krka, obrada Institut za turizam

- U 2015. godini otok Krk raspolagao je s 52.274 osnovnih ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima.
- Smještajna ponuda Krka predstavlja 31,5% ukupne ponude Kvarnera što Otok čini najvećom destinacijom u toj regiji.
- Otok Krk dominantno je destinacija obiteljskog smještaja (57%), s upola manje kapaciteta slijede kampovi (28%), dok je ponuda hotela najmanja (13%).
- Ukupan rast smještajnih kapaciteta u razdoblju 2005.-2015. iznosi 21%. Najviši rast ostvaruje obiteljski smještaj (40%), dok je povećanje ležajeva u kampovima (5%) i hotelima (3%) bitno niže.

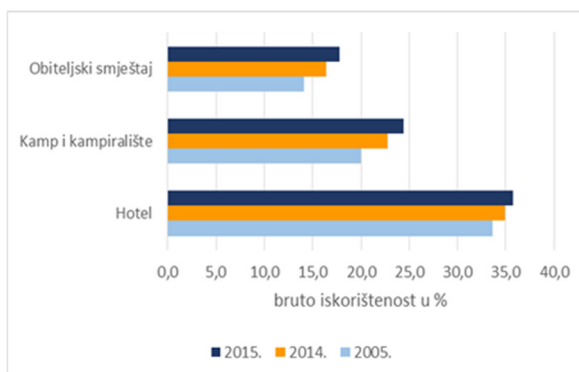
**Slika 2.3.2. Smještajni kapacitet prema JLS (08./2015.)**



Izvor: TZ Otoka Krka, obrada Institut za turizam

- Najveća koncentracija smještaja nalazi se na području grada Krka (24%), slijede općine Baška i Punat (18%) te Omišalj (15%) i Malinska (14%). Dobrinj (9%) i naročito Vrbnik (2%) bitno su manje destinacije.
- Sve JLS ostvaruju rast kapaciteta u razdoblju 2005.-2015. Njihovi se pojedinačni udjeli ipak nisu bitno mijenjali.
- Prema strukturi kapaciteta u pojedinim JLS, općine Vrbnik, Dobrinj i Malinska ističu se vrlo visokim udjelima obiteljskog smještaja, općina Punat i grad Krk su 'naj-kamperskije', dok je ponuda hotela najprisutnija u općinama Omišalj, Malinska i Baška.

**Slika 2.3.3. Iskorištenost smještajnih kapaciteta (%)**



Izvor: Institut za turizam

- Bruto iskorištenost smještajnih kapaciteta je niska te se u 2015. kretala u rasponu od 18% u obiteljskom smještaju, preko 24% u kampovima do 36% u hotelima.
- U razdoblju 2005.-2015. primjetan je kontinuiran rast iskorištenosti svih vrsta kapaciteta, ali također i relativno značajan pomak ostvaren 2015. u odnosu na prethodnu godinu.
- Iskorištenost obiteljskog smještaja i kampova blago je iznad prosjeka Kvarnera, dok su hoteli slabije korišteni.

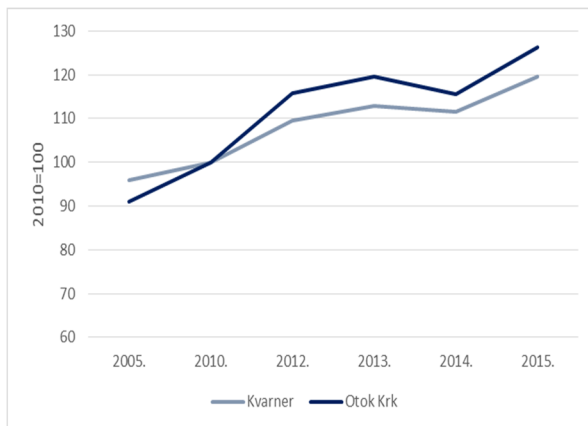
<sup>4</sup> Cjelovita statistička podloga nalazi se u Dodatku II ovog dokumenta.

<p><b>Kvalitativna obilježja ponude smještaja<sup>5</sup></b></p>	<p><b>Hoteli.</b> Hotelsku ponudu na otoku Krku sačinjava deset srednjih i većih objekata (oko 100-400 soba), pretežito u sastavu hotelskih poduzeća i/ili lanaca, te 14 malih (oko 50 ili manje soba) obiteljskih, boutique i <i>heritage</i> objekata. Veći dio kapaciteta kategoriziran je na razini 3*, uključujući većinu 'velikih' hotela, čije se ocjene strukture sadržaja, uređenja i kvalitete usluga prema rezervacijskom portalu Booking.com kreću u rasponu prosječnih ocjena 7,5-8,0. Iznimka je Valamar-Koralj s ocjenom 8,4. Percipirana kvaliteta manjih objekata, u većem dijelu kategoriziranih s 4*, bitno je viša te se njihove ocjene kreću uglavnom iznad 8,0 do izuzetnih 9,3. Općina Malinska prepoznaje se kao mjesto koncentracije malih, visoko kvalitetnih hotela. Ujedno je tu i devastirani hotelski kompleks Haludovo čije stanje opterećuje ukupnu ponudu Otoka.</p> <p><b>Kampovi.</b> Ponuda kampinga na otoku Krku bazira se na 13 kampova, uključujući i dva naturistička. Među njima je deset velikih kampova s kapacitetom iznad 1000 pa do 2200 osoba. Kampovi su većinom kategorizirani s 3* i 4*, nalaze se na izvrsnim lokacijama uz more, s hladom i u blizini destinacija, dva deklariraju svoju ekološku orijentaciju. U usporedbi s 'najboljom domaćom praksom' primjetan je manjak sadržaja i kreativnosti u uređenju (npr. dječji, zabavni, sportski sadržaji, raznoliko ugostiteljstvo i sl.).</p> <p><b>Obiteljski smještaj.</b> Velika većina objekata kategorizirana je s 3* te se pretežito radi o renoviranim ili novijim objektima. Tijekom godina primjetni su bitni pomaci u razvoju kvalitete sadržaja i usluga. Ipak, značajan dio kapaciteta sačinjavaju relativno unificirana i ne-identitetska apartmanska naselja dok je, općenito, moguće unaprijediti kvalitetu sadržaja posebice u smislu njihovog profiliranja za potrebe određenih ciljnih segmenata gostiju (npr. obitelji s djecom, biciklisti) i personaliziranosti usluge (npr. posluživanje doručka, pružanje informacija i preporuka i sl.).</p>
<p><b>Kvalitativna obilježja ugostiteljske ponude<sup>6</sup></b></p>	<p>Ugostiteljska ponuda na otoku Krku objedinjuje oko 100 restorana i konoba (oko 50-tak svake vrste), oko 50-tak pizzerija, bistroa i grilova te velik broj caffea i slastičarnica. Među njima je samo desetak prepoznatljivih restorana, članova 'Kvarner Food' ili 'Kvarner Gastro', odnosno dva koja prema rang-listi 'Dobri restorani 2015.' ulaze među 200 najboljih u Hrvatskoj. Hrana je ukusna, ponuda uključuje domaće specijalitete, ali je jednako tako dosta uniformna. Objekti su gotovo isključivo locirani u većim mjestima na obali te ih je tek desetak u zaleđu.</p> <p>Na Otoku djeluje osam vinarija (sedam u općini Vrbnik i jedna u općini Malinska) poznatih po, prije svega, autohtonoj krčkoj sorti i traženom bijelom vinu 'žlahtina'. Vrbničke vinarije imaju svoje restorane, kušaoone i prodavaonice u mjestima (najviše u Vrbniku) dok ponuda za goste u samim vinarijama i vinogradima nije organizirana, osim tijekom godišnje manifestacije 'Dani otvorenih podruma' ili 'na upit'.</p> <p>Iako tradicionalno poljoprivredno područje, proizvodnja hrane danas se odvija samo sporadično. Osim kao hobi aktivnost lokalnog stanovništva (npr. maslinarstvo), na Otoku djeluje jedna sirana i desetak OPG-ova koji se bave stočarstvom, maslinarstvom, proizvodnjom ulja, sira, pršuta, meda i sl. Najviše ih je koncentrirano na području grada Krka. Uglavnom nisu otvoreni za goste, ne prodaju svoje proizvode na 'kućnom pragu' i tek rijetko u lokalnoj maloprodaji.</p>
<p><b>Usluge turističkog posredovanja<sup>7</sup></b></p>	<p>Na otoku Krku djeluje velik broj od oko 60-tak turističkih agencija. S izuzetkom samo jedne, sve se bave posredovanjem u iznajmljivanju obiteljskog smještaja. Oko polovica se bavi i organiziranjem uglavnom jednodnevnih izleta i to na Krku (npr. 'Krak tour', panoramski izleti brodom), u kvarnerske destinacije (npr. otoci, Rijeka-Opatija, Gorski kotar), u NP Plitvice i NP Krka te inozemne destinacije poput Venecije i Postojne. Samo dvije agencije nude 'na upit' višednevne boravke aktivnog odmora na Otoku, pri čemu je to novina u njihovoj ponudi.</p>

<sup>5</sup> Izvori: [www.krak.hr](http://www.krak.hr); [www.tz-njivice-omisalj.hr](http://www.tz-njivice-omisalj.hr); [www.tzo-dobrinj.hr](http://www.tzo-dobrinj.hr); [www.tz-malinska.hr](http://www.tz-malinska.hr); [www.vrbnik.hr](http://www.vrbnik.hr); [www.tz-krak.hr](http://www.tz-krak.hr); [www.tz-punat.hr](http://www.tz-punat.hr); [www.tz-baska.hr](http://www.tz-baska.hr); [www.mint.hr](http://www.mint.hr)

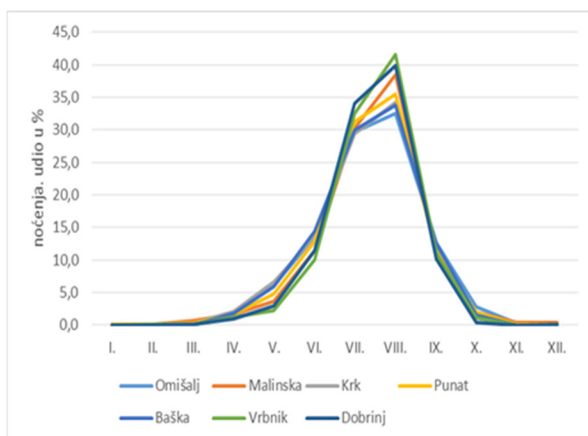
<sup>6</sup> Izvori: [www.katunar.hr](http://www.katunar.hr); [www.nada-vrbnik.hr](http://www.nada-vrbnik.hr); [www.frajona.hr](http://www.frajona.hr); [www.dobri-restorani.hr](http://www.dobri-restorani.hr); [www.kvarner-gourmet.com](http://www.kvarner-gourmet.com);

<sup>7</sup> Izvori: [Ibid.](http://www.katunar.hr), Internet stranice agencija; Telefonski intervjui s agencijama 'Estea', Šilo i 'Azur', Krk (29.6.2015.)

**Slika 2.3.4. Kretanje noćenja na otoku Krku i Kvarneru**

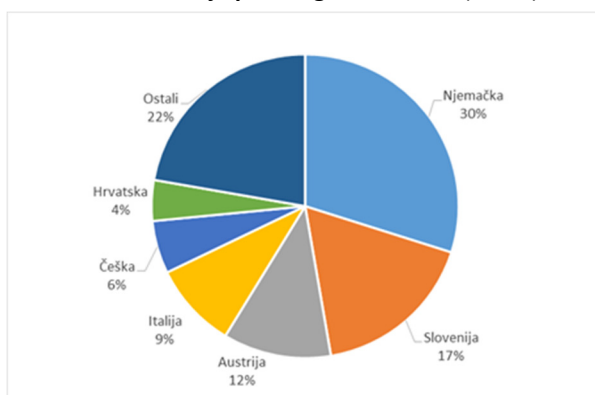
Izvor: TZ Otoka Krka, obrada Institut za turizam

- Tijekom 2015. na otoku Krku ostvareno je 4,2 milijuna noćenja.
- Rast je kontinuiran, u razdoblju 2005.-2015. noćenja su povećana za 39%, odnosno za prosječno 3,3% godišnje.
- U proteklih deset godina sve JLS, osim općine Punat gdje su prisutne oscilacije, ostvaruju rast noćenja. U 2015. najveći je udio grada Krka (25%), zatim općine Baška (22%), Omišalj (17%), Punat i Malinska (13%), Dobrinj (8%) i Vrbnik (2%).
- Najveći udio noćenja u 2015. ostvaren je u obiteljskom smještaju (46%), zatim u kampovima (32%) te hotelima (21%). Obiteljski smještaj ostvaruje najviši rast noćenja tijekom proteklih deset godina (77%), a hoteli najmanji (9%).
- Otok Krk najjača je destinacija Kvarnera s udjelom od 32% u ukupnim noćenjima Županije u 2015.

**Slika 2.3.5. Kretanje noćenja po mjesecima (2015.)**

Izvor: TZ Otoka Krka, obrada Institut za turizam

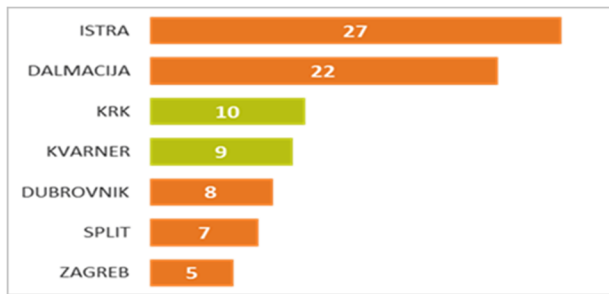
- Turističko poslovanje izrazito je sezonskog karaktera. U 2015. godini 91% noćenja ostvareno je od 6.-9. mjeseca, odnosno 66% u 7. i 8. mjesecu.
- Visoka sezonalnost kontinuirano je obilježje poslovanja. Rast potražnje ostvarivan tijekom proteklih deset godina ne utječe bitno na produženje sezone.
- Sezonalnost je izražena u svim otočkim destinacijama te se svuda oko ili više od 90% noćenja ostvaruje između 6. i 9. mjeseca. 'Špica' je posebno izražena u općinama Vrbnik i Dobrinj.

**Slika 2.3.6. Noćenja prema geo tržištima (2015.)**

Izvor: TZ Otoka Krka, obrada Institut za turizam

- Inozemni gosti ostvarili su 96% noćenja otoka Krka u 2015.
- Otok Krk tradicionalno je usmjeren na susjedna i bliža srednje-europska tržišta. Daleko najvažnije emitivno tržište je Njemačka (30%), zatim Slovenija (17%) i Austrija (12%).
- U razdoblju 2005.-2010. udio Njemačke i Austrije se povećava, Slovenija i Češka su stabilne, dok se udio domaćeg tržišta i naročito Italije smanjuje.

Slika 2.3.7. Spontano poznavanje destinacija, 2016. (%)



Izvor: Ipsos (2016), Istraživanje snage i percepcije brenda Kvarner

- Prema 'Istraživanju snage i percepcije brenda Kvarner', provedenom 2016. na tržištima Austrije, Njemačke, Italije i Slovenije, 10% ispitanika spontano spomene 'Krk', a 9% 'Kvarner' ukazujući na nisku spontanu svjesnost oba brenda. Kada izravno potaknuti ispitanici u znatno višoj mjeri prepoznaju brend 'Kvarner' (47%) i brend 'Krk' (32%).
- Spontana svjesnost brendova 'Kvarner' i 'Krk' značajno je niža od Istre i Dalmacije.
- Dominantna asocijacija koja se povezuje s Kvarnerom je 'sunce i more'. Uz Kvarner se donekle vežu i 'prirodne ljepote' te 'zdrava klima', u manjoj mjeri 'gostoprimstvo' i 'gastronomija', a 'zabava', 'kultura', 'zdravlje' i 'sport' samo sporadično. Rezultati impliciraju nisko razumijevanje ponude Kvarnera i njegovih subregija.

#### Ključna obilježja turističke potražnje<sup>8</sup>

- **Demografska obilježja.** Prosječna dob turista na otoku Krku iznosi 45,5 godina, 45% ima najviše srednjoškolsko, a 29% fakultetsko obrazovanje, 36% ima mjesečna primanja kućanstva do 3.000 Eura i 32% iznad 3.500 Eura. Otok Krk najčešće posjećuju obitelji s djecom (59%) ili parovi (34%).
- **Motivi dolaska.** Pasivni odmor i opuštanje primarni je motiv dolaska koji privlači 83% gostiju otoka Krka.
- **Prijašnji boravak.** Gosti na otoku Krku izrazito su dobri poznavatelji Hrvatske, a i Krka. Tri-četvrtine je već šest ili više puta boravilo u Hrvatskoj, dok ih je jedna četvrtina već šest ili više puta boravila u i istom mjestu na otoku Krku. Tek 1% novih gostiju, u prvoj posjeti Hrvatskoj, dolazi i na otok Krk.
- **Izvori informacija o destinaciji.** Glavni izvor informacija za goste na otoku Krku je prijašnji boravak (63%), a slijede brošure, oglasi i plakati (19%), preporuke rodbine i prijatelja (16%), turističke agencije (12%), dok se najmanji broj informira putem Interneta (6%).
- **Aktivnosti u destinaciji.** Primarne aktivnosti kojima se bave gotovo svi gosti na Otoku su kupanje i sunčanje, odlazak u kafiće i slastičarnice, slijede odlasci u restorane (85%), šetnje u prirodi (84%) i posjete lokalnim zabavama (80%). Oko 40% je tijekom boravka odlazilo na samostalno organizirane izlete, a svaki deseti gost i na izlete organizirane posredstvom turističke agencije.
- **Zadovoljstvo ponudom.** Gosti na otoku Krku među najzadovoljnijima su na Jadranu. Najbolje ocijenjeni elementi ponude su 'ljepota prirode i krajolika', 'osobna sigurnost', zatim niz elemenata vezanih uz kvalitetu usluge u smještajnom objektu, kvalitetu gastronomske ponude i čistoću plaža. Na dnu ljestvice zadovoljstva su elementi vezani uz ponudu kulture (npr. prezentacija kulturne baštine, raznolikost kulturnih manifestacija), kvaliteta informacija u destinaciji, opremljenost i uređenost plaža te kvaliteta javnog prijevoza.
- **Turistička potrošnja.** Prosječna dnevna potrošnja po osobi iznosi 47 Eura. Od toga: 55% za usluge smještaja, 10% za usluge hrane i pića, 15% za usluge trgovine, 10% za usluge zabave, 9% za usluge sporta i rekreacije i 1% za sve ostalo. Potrošnja na otoku Krku niža je od prosjeka na Kvarneru (58 Eura) te je bitno niža od prosjeka Istre (66 Eura) ili Splitsko-dalmatinske županije (69 Eura).

<sup>8</sup> Izvor: Institut za turizam (2014.), TOMAS Ljeto 2014, Separat za otok Krk

## 2.4. Strateška razvojna usmjerenja

Strategija razvoja turizma otoka Krka nužno se mora uklopiti u širi strateški okvir postavljen u dokumentima 'višeg reda'. U nastavku se daje kratak pregled glavnih odrednica i usmjerenja danih u krovnim, sektorskim i prostorno-planskim dokumentima izrađenim na EU, nacionalnoj i županijskoj razini za razdoblje do 2020.

<p><b>Europska unija<sup>9</sup></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Europa 2020.: Europska strategija za pametan, održiv i uključiv rast.</b> Strategija Europa 2020. postavlja tri razvojna, međusobno povezana prioriteta: 1) pametan rast kroz razvoj ekonomije utemeljen na znanju i inovaciji; 2) održiv rast kroz promicanje ekonomije koja je konkurentnija i koja je istovremeno zelenija i učinkovitije koristi resurse; 3) uključiv rast kroz njegovanje ekonomije s visokom stopom zaposlenosti koja donosi društvenu i teritorijalnu povezanost.</li> <li>▪ <b>Komunikacije Europske komisije o razvoju turizma.</b> Cilj je zadržati poziciju Europe kao 'turističke destinacije br. 1 na svijetu' povećavajući konkurentnost turističkog sektora na održiv način i konsolidirajući imidž Europe kao skupine održivih, visoko kvalitetnih destinacija. Prioriteti uključuju povećanje domaće i inozemne potražnje, unapređenje turističkih proizvoda i usluga, povećanje kvalitete, održivosti, dostupnosti, vještina i korištenja ICT-a.</li> </ul>
<p><b>Hrvatska<sup>10</sup></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Strategija razvoja turizma RH do 2020.</b> Vizija Hrvatske govori o destinaciji koja je do 2020. globalno prepoznatljiva, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem turizma na svom cjelokupnom prostoru te njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.</li> </ul> <p>Glavni cilj razvoja turizma je ulazak među 20 vodećih destinacija svijeta uz istovremeno: 1) poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja kontinuiranim povećanjem udjela hotela te podizanjem kvalitete kampova i obiteljskog smještaja uz opadanje njihovih udjela; 2) novo zapošljavanje; 3) generiranje oko 7 milijardi Eura novih investicija; 4) ostvarivanje 14,3 milijarde Eura ukupne godišnje turističke potrošnje.</p>
<p><b>Primorsko-goranska županija<sup>11</sup></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Razvojna strategija PGŽ 2016.-2020.</b> Donosi viziju županije u 2020. godini kao konkurentne, održive i društveno pravedne regije poželjne za život i rad. Razvoj konkurentnog gospodarstva temelji se na znanju i inovacijama te se vidi kroz poticanje poduzetničkog okruženja, rast investicija i izvoza, razvoj zelenog gospodarstva i razvoj pet ključnih djelatnosti koje uz promet, energetiku, prerađivačku industriju i ICT uključuju i turizam.</li> </ul> <p>Projekti javnog sektora za koje se procjenjuje da će imati značajan utjecaj na cijelu Županiju, a specifično i na otok Krk uključuju: 1) Gradnju LNG terminala u Omišlju; 2) Modernizaciju Zračne luke Rijeka i 3) Pripremu za širenje luke na Krku i gradnju potrebne prateće infrastrukture (novi cestovno-željeznički most Krk te pruga visoke učinkovitosti Rijeka-Zagreb-Botovo).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020.</b> Temeljen na načelima održivog razvoja, Strateški plan razvoja postavlja viziju Kvarnera 2020. kao globalno konkurentne, cjelogodišnje, emotivno dojmljive i inspirativne turističke destinacije. Operativnim ciljevima planirano je povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta za 2,2 postotna boda, implicirajući rast noćenja u razdoblju pred i post sezone (listopad-svibanj) za 40%, zatim povećanje smještajnih kapaciteta za 4% i povećanje prosječne dnevne potrošnje za 13% do 2020. godine.</li> </ul>

<sup>9</sup> Izvor: [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)

<sup>10</sup> Izvor: Ministarstvo turizma RH (2013), Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Zagreb

<sup>11</sup> Izvori: Primorsko-goranska županija (2015), Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020., Rijeka; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu i Institut za turizam (2016), Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016-2020, Opatija-Zagreb; Prostorni plan Primorsko-goranske županije (2013), Službene novine, br. 32, 13. rujna 2013.

**Primorsko-goranska županija (nastavak)**

Provođenje Plana razvoja predviđeno je kroz deset operativnih strategija i oko 60 mjera. Među potonjima razrađeno je osam tzv. 'imidž' projekata sa snagom repositioniranja Kvarnera na turističkom tržištu, a kao posebno relevantni za otok Krk ističu se: 1) Tematski zabavni park Krk – Voz-Peškera; 2) Uspostava mreže in-situ prezentiranih prirodnih i kulturnih sadržaja i njihovo povezivanje tematskim rutama; 3) Park dupina; 4) Kvarner – Destinacija zdravlja.

Strateški marketing plan postavlja dodatni cilj udvostručenja snage i percepcije brenda Kvarner, odnosno postizanje barem 18%-tne razine spontane prepoznatljivosti regije na glavnim inozemnim tržištima. Ključna područja djelovanja marketinških strategija uključuju: 1) evoluciju brend koncepta Kvarnera, odnosno pomak od 'raznolikosti' ka obuhvatnijem i emotivnijem konceptu 'dobrih osjećaja'; 2) proboj ka dodatnim tržišnim segmentima, a posebice onima sklonim putovanju u pred i post sezoni; 3) sukladno širenje proizvodnog portfelja, uz pozicioniranje Kvarnera kao 'najbolje destinacije zdravstvenog turizma na Jadranu', 'prepoznate regije sporta i rekreacije' te 'nove destinacije ruralnog turizma, ekoturizma i golfa'; 4) inovaciju promocije i komunikacije, podrazumijevajući prije svega bitno snažniju orijentaciju na suvremene medije.

- **Prostorni plan Primorsko-goranske županije.** Razvoj turizma na otoku Krku planira se kroz daljnji rast smještajnih kapaciteta i razvoj pratećih sadržaja.

Predviđeni razvoj smještajnih kapaciteta uključuje:

- Izgradnju u građevinskim područjima u sklopu naselja (koja su povećana i kroz pripajanja nekih turističkih zona naseljima).
- Izgradnju u 27 turističkih zona (T), među kojima je 12 postojećih i 15 'novih' neizgrađenih T zona. Sve T zone nalaze se u obalnom pojasu. Od 15 neizgrađenih zona, 4 su T1 (hoteli), 1 je T2 (turističko naselje), 2 su T3 (kampovi) i 9 ih je mješovitih T1/T2. Zemljište u većini neizgrađenih zona je u vlasništvu više vlasnika što može otežavati njihovu realizaciju, a samo su četiri zone u vlasništvu jednog vlasnika (općina ili privatno vlasništvo).
- Povećanje kapaciteta u djelomično izgrađenim i u neizgrađenim T zonama za maksimalno 23.000 ležajeva. To predstavlja i više od udvostručenja danas raspoloživog kapaciteta u postojećim hotelima i kampovima (oko 22.000 ležajeva). Predviđeno povećanje ne uključuje mogući rast smještajnih kapaciteta u građevinskim područjima naselja.
- Uređenje prema standardima viših kategorija te položaj i gabarite (naročito visina objekata) koji su u skladu s prirodnim okruženjem.

Predviđen razvoj ostalih sadržaja uključuje:

- Izgradnju lječilišno-turističkog kompleksa Meline, općina Dobrinj (400 ležajeva). Namjera je valorizirati ljekovito blato u uvali Soline. Kompleks ima status projekta od županijskog značaja.
- Izgradnju četiri marine na lokacijama Peškera, Omišalj, Punat i Stara Baška. Marina Peškera ima status projekta od županijskog značaja.
- Dogradnju devet luka za javni promet te uređenje nautičkih i vezova za brodove za kružna putovanja.
- Izgradnju golf igrališta s 18 do 27 rupa na lokaciji Rudine, općina Dobrinj (nije predviđen prateći smještaj).
- Izgradnju zabavnih i tematskih parkova sa pratećim smještajnim kapacitetom do 100 ležajeva, a koji će se planirati kroz PPUG/PPUO.

Prostornim planom PGŽ daju se smjernice za uređenje prostora koje naglašavaju potrebu prilagođavanja nove gradnje kulturnim i ambijentalnim vrijednostima naselja te maksimalnog uklapanja u okoliš.

Prostorni plan PGŽ također naglašava potrebu takvih razvojnih rješenja za središnji dio Otoka koja će čuvati izvornu ruralnost prostora i koja uključuju revitalizaciju poljoprivrede i stočarstva te agroturizam.


## 3. Analiza eksternog okruženja

### 3.1. Obilježja turističke aktivnosti izravnih konkurenata otoka Krka<sup>12</sup>

Primarni konkurentski krug otoka Krka čine ostali kvarnerski otoci Cres, Lošinj i Rab. Radi se, prije svega, o međusobno blizim destinacijama koje su sve u najvećoj mjeri usmjerene na iste tržišne segmente gostiju pružajući slične turističke proizvode uz sličnu strukturu destinacijskog lanca vrijednosti. Pri tome se, ipak, počinje nazirati gradnja diferencijacije unutar ovog konkurentskog kruga što i određuje ili 'omeđuje' prostor u kojem otok Krk može tražiti svoj razvojni okvir.

Velik i najmanje naseljen, otok Cres gradi 'priču' '... iskonske prirode, očuvanog prostranstva, slobode...' Jednake veličine kao otok Krk, raspolaže s oko petinom smještajnih kapaciteta, među kojima ih je najviše u kampovima gdje se i ostvaruje gotovo dvije trećine noćenja. Usmjeren je na proizvode sunca i mora, aktivnog odmora, nautike i ruralnog turizma. Valorizirajući svoju izuzetnu, ljekovitu, mikroklimu, Lošinj gradi tržišnu poziciju 'otoka vitalnosti' te se, uz recentna ulaganja u luksuznu hotelsku ponudu i planirani razvoj zdravstveno-turističkih sadržaja, marine, golfa i aerodroma, sve intenzivnije usmjerava na klijentelu više platežne moći i orijentirane prema hedonizmu i zdravlju. Iako još uvijek pretežito usmjeren na kamp ponudu i potražnju, otok Lošinj ima relativno najveći udio hotelskog smještaja među kvarnerskim otocima i u kapacitetima i u noćenjima. Uz tradicionalnu orijentaciju na proizvod sunca i mora, otok Lošinj više se planira usmjeriti na aktivi odmor, a posebno na zdravstveni turizam, nautiku i poslovni turizam. Konačno, otok Rab veže svoj turistički imidž uz koncept 'sreće' koji se komunicira kroz manifestacije, izuzetne plaže i ljepotu srednjovjekovne arhitekture. U relativnim odnosima, otok Rab najviše je među kvarnerskim otocima usmjeren na obiteljski smještaj. U analiziranoj skupini destinacija, najbrži rast noćenja tijekom 2015. godine zabilježen je na otoku Krku (9,3%), a slijede otoci Lošinj (5,3%), Cres (3,9%) i Rab (2,6%).


U nastavku točke daje se kratak pregled osnovnih turističkih obilježja otoka Cresa, Lošinja i Raba.

	<h3>Otok Cres</h3>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 405,8 km<sup>2</sup>, obala 247,7 km, najviši vrh 639 m</li> <li>– Broj stanovnika (2011): 3.079</li> <li>– Sjever - submediteranska klima; jug - mediteranska klima; kolovoz 24,4 °C, siječanj 7,9 °C (2013., srednja temperatura)</li> <li>– Dostupan trajektom, brodom</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bogata flora i fauna, ruralni prostori, maslinici, različite klimatske i reljefne zone, stanište bjeloglavog supa</li> <li>– Vransko jezero, šuma Tramuntana, plaže</li> <li>– Povijesna jezgra Cresa, Lubenice, Beli, Valun, Valunska ploča</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 10,1 tisuća ležajeva: 4% hoteli; 58% kampovi; 25% obiteljski smještaj, 12% ostali kapaciteti</li> <li>– Marina, staze, ronilački centri</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 819,3 tisuće noćenja (+3,9%/2014.): hoteli i sl. 6%, kampovi 63%, obiteljski smještaj 20,5%, ostalo 10%</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sunce i more, aktivni odmor, nautika, ruralni turizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Otok prirode:</b> Nedirnuta priroda, prostranstvo, niska naseljenost, staništa rijetkog bjeloglavog supa, ljepota malih gradića</li> </ul>

<sup>12</sup> Izvori: [www.tzg-cres.hr](http://www.tzg-cres.hr); [www.visitlosinj.hr](http://www.visitlosinj.hr); [www.rab-visit.hr](http://www.rab-visit.hr); [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr)



	<h2>Otok Lošinj</h2>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 74,68 km<sup>2</sup>, obala 112,2 km, najviši vrh 589 m</li> <li>– Broj stanovnika (2011): 7.587</li> <li>– Blaga mediteranska klima: kolovoz 25,9°C, siječanj 8,4°C (2013., srednja temperatura)</li> <li>– Dostupan trajektom, brodom i malim avionima</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ugodna (ljekovita) klima, bogata flora i fauna, šetnice, stanište dupina, bogato ribolovno područje</li> <li>– Muzej Apoksiomena, podvodni povijesni park, pitoreskna naselja</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 22,1 tisuća ležajeva: 14% hoteli, 41% kampovi, 27% obiteljski smještaj, 17% ostalo</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 1,8 milijuna noćenja (+5,3%/2014.): hoteli 21%, kampovi 43%, obiteljski smještaj 20%, ostalo 16%</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sunce i more, aktivni odmor, zdravstveni turizam, nautika, poslovni turizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Otok vitalnosti:</b> zdravi odmor, zdravi život, klima i priroda, hoteli najviše kategorije</li> </ul>

	<h2>Otok Rab</h2>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 90,84 km<sup>2</sup>, obala 103,2 km, najviši vrh 410</li> <li>– Broj stanovnika (2011): 9.328</li> <li>– Blaga mediteranska klima: kolovoz 25,5°C, siječanj 8,6°C (2013., srednja temperatura)</li> <li>– Dostupan trajektom, brodom</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Kontrastni krajolik (šumovit i ogoljen), 30 pješčanih plaža (Rajska plaža), šume, Geopark</li> <li>– Povijesna gradska jezgra i zidine Raba, sakralni objekti, palače</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 28,7 tisuća ležajeva: 8% hoteli, 20% kampovi, 60% obiteljski smještaj, 12% ostali kapaciteti</li> <li>– Nautika, sportovi na vodi/ronilački centri, staze, manifestacije, gastronomija</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2015.: 1,8 milijuna noćenja (+2,6%/2014.): hoteli i sl. 20%, obiteljski smještaj 52%, ostalo 28%</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sunce i more, aktivni odmor, nautika, kulturni turizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Otok sreće:</b> srednjovjekovna arhitektura, plaže, manifestacije</li> </ul>

### 3.2. Primjeri turističkog razvoja otočkih destinacija na Mediteranu<sup>13</sup>



U nastavku se prikazuju ključna obilježja turističkog razvoja tri mediteranske otočke destinacije koje, slično otoku Krku, predstavljaju 'velike i sadržajne otoke' u svojim zemljama te se time mogu smatrati relevantnima za *benchmark* analizu. Radi se o otocima Krf (Grčka), Ibiza (Španjolska) i Sardinija (Italija) koji su, uz dobre klimatske uvjete te turističku ponudu utemeljenu prije svega na 'suncu i moru', uspjeli izgraditi izuzetno visoku razinu međunarodne prepoznatljivosti i atraktivnosti. Ključne odrednice njihovog tržišnog pozicioniranja i važni faktori uspjeha uključuju:

- **Bogatstvo resursno-atraksijske osnove** – sve analizirane destinacije tržištu predstavljaju izuzetno bogatu resursno-atraksijsku osnovu koja je temelj proizvodne specijalizacije i prepoznatljivosti, ali ne i jedini ili čak najvažniji sadržaj.
- **Širina destinacijskih sadržaja i usluga** – turistička suprastruktura izuzetno je razvijena, uključujući prema različitim segmentima kupaca profilirane i uređene atrakcije, šetnice, sportske centre, golf, zabavne sadržaje, kongresne kapacitete, itd. Uz to, istaknuta je pripadnost različitim tržišnim markama te praksa usvajanja standarda.
- **Diversifikacija i kompleksnost turističkih proizvoda** - sve analizirane destinacije nude razvijeni skup sadržaja i usluga naslonjenih na bogatu resursno atrakcijsku osnovu te izgrađenu turističku suprastrukturu, u rasponu od proizvoda aktivnog odmora, kulturnog turizma, uz posebno naglašenu gastronomiju i ruralnog turizma do zabave, clubbinga i poslovnog turizma. Pažnja se posvećuje i nekim 'nišnim' proizvodima poput vjenčanja ili učenja stranih jezika.
- **Promocija iskustava** - odražavajući preferenciju posjetitelja za cjelovitim iskustvima, online i offline promocija destinacija orijentira se prema komuniciranju 'proširenih proizvoda' visoke emotivne vrijednosti pokušavajući pružiti relevantne i interaktivne edukacijske i informacijske sadržaje.

Sijedi kratak pregled osnovnih turističkih obilježja otoka Krfa, Ibize i Sardinije.

	<b>Krf, Grčka</b>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 614,6 km<sup>2</sup></li> <li>– Broj stanovnika (2011): 101,113</li> <li>– Topla mediteranska klima</li> <li>– Dostupan brodom, avionom</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Izuzetno bogata flora (6000 vrsta)</li> <li>– Plaže, otočići, ruralni krajolik (plantaže maslina)</li> <li>– Stari grad – UNESCO baština</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2013.: 397 hotela i sličnih objekata (44,2 tisuće ležaja); 8 kampova (1,86 tisuća ležaja)</li> <li>– 9 hotela s konferencijskim sadržajima</li> <li>– Golf igralište, dvije marine i brojna sidrišta, razvijena ponuda sportova na vodi i ronilačkih centara, sustavi staza, vrlo bogata gastronomska ponuda</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2013.: 4,1 milijuna noćenja u hotelima i sličnim kapacitetima (+6,7%/2012.); bruto iskorištenost kapaciteta 28%</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sunce i more, aktivni odmor, nautika, ronjenje, golf, kulturni turizam, vjenčanja</li> <li>– Ostali proizvodi: gastronomija, vjerski turizam, kongresni turizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Multikulturno nasljeđe i arhitektura, gostoljubivi i topli ljudi, magično jonsko more i ljepota plaža</li> <li>– Turistički slogan: 'Live it, love it'</li> </ul>

<sup>13</sup> Izvori: [www.visitgreece.gr/en](http://www.visitgreece.gr/en); [www.ibiza.travel/en](http://www.ibiza.travel/en); [www.italia.it/en](http://www.italia.it/en); [www.ec.europa.eu/eurostat](http://www.ec.europa.eu/eurostat)

	<b>Ibiza, Španjolska</b>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 527,6 km<sup>2</sup></li> <li>- Broj stanovnika (2011): 139,900</li> <li>- Blaga mediteranska klima</li> <li>- Dostupan brodom, avionom</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibiza, gradske zidine, biodiverzitet – UNESCO baština</li> <li>- Park prirode, prirodni rezervati, podvodne 'livade' posidonije, koraljni grebeni</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014.: 79,2 tisuće ležajeva (48% hoteli, od čega 108 hotela, 27% apartmani, 12 % garni hoteli i aparthoteli)</li> <li>- Kubovi, 2 golf igrališta, plaže, staze, luke nautičkog turizma i razvijena ponuda chartera, kongresne dvorane vezane uz hotele/resorte</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014.: 8,1 milijun hotelskih noćenja (-4,9%/2013.); 2,5 milijuna noćenja u apartmanima (+3,4%/2014.)</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clubbing, sunce i more, aktivni odmor, kulturni turizam, gastronomija, ruralni turizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Svjetski poznata po 'clubbingu' destinacija</li> <li>- UNESCO destinacija bogata brojnim sadržajima (gastronomija, staze, ruralni prostor, kultura i umjetnost i sl.) prilagođenim različitim tržišnim segmentima gostiju</li> <li>- Turistički slogan: 'Ibiza – genuine and natural'</li> </ul>
	<b>Sardinija, Italija</b>
<b>Opće značajke</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 23,8 tisuće km<sup>2</sup></li> <li>- Broj stanovnika (2011): 1,7 milijuna</li> <li>- Mediteranska i kontinentalna klima</li> <li>- Dostupan brodom, avionom</li> </ul>
<b>Atrakcije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaže, jezera, planinski lanci, močvare, spilje; 2 nacionalna parka</li> <li>- Arheološki lokalitet Su Nuraxi di Barumini – UNESCO baština</li> <li>- Slikoviti gradići, manifestacije</li> </ul>
<b>Ponuda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014.: 932 hotela sa 110 tisuća postelja (52% u 4*); ostali kapaciteti još 97 tisuća postelja ( 80% u kampovima i turistička naselja)</li> <li>- 7 golf terena, 2 kongresna centra i niz konferencijskih hotela, marine, ronilački centri, plaže, staze</li> </ul>
<b>Potražnja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014.: 11,4 milijuna noćenja (+6,3%/2013.); bruto iskorištenost kapaciteta 21%</li> </ul>
<b>Primarni turistički proizvodi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sunce i more, brojni proizvodi aktivnog odmora (golf, jedrenje, trekking, biciklizam, jahanje, penjanje), kulturni turizam, agroturizam</li> </ul>
<b>Atributi diferencijacije</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idealno mjesto za ljubitelje cjelogodišnjih <i>outdoor</i> aktivnosti</li> <li>- Turistički slogan: 'So much more than a seaside holiday'</li> </ul>

### 3.1. Trendovi na turističkom tržištu<sup>14</sup>

Dugoročne prognoze Svjetske turističke organizacije (UNWTO) do 2030. godine predviđaju nastavak trenda rasta turističke aktivnosti. UNWTO prognozira globalni rast po prosječnoj godišnjoj stopi od 3,3%, nešto sporiji rast u Europi na razini 2,3% godišnje, uz konzekventno daljnje smanjivanje tržišnog udjela Europe koji će u 2030. godini pasti na 41% ukupnih međunarodnih dolazaka pri čemu će saturacija turističke aktivnosti i dalje ostati najviša u Zapadnoj i Južnoj Europi. Smatra se da će odmor i rekreacija i dalje biti vodeći motivi putovanja. Uslijed visokog rasta potražnje s dalekih tržišta, pogotovo iz Kine i SAD-a, rasti će udio avionskog prijevoza. Projekcije turističkih kretanja u Hrvatskoj do 2025. godine ukazuju na potencijal rasta noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima po godišnjoj stopi od 4,2%.

Dugoročan rast turističke aktivnosti praćen je nizom promjena u globalnom političkom, gospodarskom i, posebice, društvenom i tehnološkom okruženju bitno mijenjajući prirodu turizma. Proces globalizacije, 'seljenje' gospodarske moći na istok, sve veći pritisci na okoliš i njegova ozbiljna degradacija, galopirajući razvoj tehnologije koji suštinski mijenja odnose snaga stavljajući kupca u 'poziciju moći' te proces tranzicije razvijenih zapadnih zemalja ka post-materijalističkim vrijednostima društva doživljava implicirajući i vrijednosni pomak od 'imati' ka 'činiti' i 'doživjeti' oblikuju nove obrasce ponašanja koje je moguće prepoznati u ključnim odrednicama turističkog tržišta: potražnji, ponudi, marketingu i upravljanju.

Slika 3.1.1. Kvalitativni trendovi na turističkom tržištu



Izvor: Institut za turizam

Kretanja u domeni turističke potražnje ukazuju prije svega na procese segmentacije tržišta na brojne različite skupine kupaca uvjetovane, primjerice, fazama životnog ciklusa (npr. danas visok udio 50+ generacije), stilom života (npr. *LOHAS*, *DINK*<sup>15</sup>) ili interesima (npr. biciklisti, kulturnjaci). Općenito, međutim, riječ je o sve iskusnijim putnicima, aktivnim korisnicima suvremenih komunikacijskih tehnologija, informiranim i kritičnim, nelojalnim kupcima, okolišno osviještenim, zainteresiranim za lokalni identitet, s težnjom prema širokom lancu zabavno-obrazovnih sadržaja visoke vrijednosti za novac. Turistička ponuda prilagođava se takvom 'novom kupcu' kroz diversificiranu ponudu kompleksnih turističkih doživljaja, a sve je učestalija primjena načela i procedura 'zelene prakse' na razini destinacija i pojedinih objekata kao i posvećivanje sve veće pažnje poštivanju specifične 'slike' i 'duha' lokalne zajednice u oblikovanju prostora i kreiranju ponude.

Ovo je kontekst u kojem se marketinške aktivnosti destinacija usmjeravaju u dva glavna, paralelna smjera. Jedan podrazumijeva njegovanje destinacijskog brenda u cilju etabliranja prepoznatljivog i poželjnog imidža te komuniciranje s potencijalnim gostima kroz 'brend priče' informativnog, zabavnog, edukacijskog i emotivnog sadržaja. Drugi se, pak, odnosi na ciljani marketing u kojem Internet omogućava dopiranje do željenih ciljnih skupina gostiju, uključujući čak i do vrlo malih tržišnih niša, s 'krojenom' ponudom i cijenom. Održivost i dugoročan vremenski horizont postaju temeljne razvojne premise, a partnerstvo i umrežavanje te certificiranje kvalitete ključni mehanizmi upravljanja destinacijama.

<sup>14</sup> Izvori: UNWTO (2016), World Tourism Barometer, Madrid; UNWTO (2011), Tourism Towards 2030, Madrid; Ministarstvo turizma RH (2013), Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine; Zagreb; Wilson, K., Adams, E., Poon, A. (2012), The Paradigm Shift in Travel and Tourism, Tourism Intelligence International; Dwyer, L. et al (2008), Megatrends Underpinning Tourism to 2020: Analysis of Key Drivers for Change, CRC for Sustainable Tourism, Queensland

<sup>15</sup> *LOHAS* – Lifestyle of health and sustainability (životni stil zdravlja i održivosti); *DINK* – Double income, no kids (kućanstva s dvostrukim primanjima, bez djece)

## 4. SWOT analiza

SWOT matrica pruža sažet pregled vlastitih 'snaga' i 'slabosti' te 'prilika' i 'prijetnji' iz eksternog okruženja koje određuju buduću poziciju otoka Krka na turističkom tržištu.

Snage	Slabosti
<b>Lokacija i prostor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Blizina i dostupnost velikih tržišta</li> <li>– Središnja pozicija na Kvarneru</li> <li>– Infrastrukturna opremljenost</li> <li>– Raspoloživost prostora za daljnji razvoj</li> <li>– Ekološka osjetljivost i orijentacija</li> </ul>	<b>Lokacija i prostor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Konfliktnost gospodarskih orijentacija</li> <li>– Točkasta devastacija prostora</li> <li>– Opterećenost plažnog prostora</li> <li>– Opterećenost uskog obalnog ruba</li> <li>– Zapušten središnji ruralni prostor</li> </ul>
<b>Turistička razvijenost</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Status najjače destinacije na Kvarneru</li> <li>– Vrijedna resursno-atraktivna osnova</li> <li>– Dinamičnost i specifičnosti sedam JLS</li> <li>– Stalan razvoj turističke infrastrukture za aktivni odmor</li> <li>– Zadovoljstvo i lojalnost gostiju</li> </ul>	<b>Turistička razvijenost</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Uniformnost 'mono-turističke' ponude</li> <li>– Dominirajući obiteljski smještaj i pretežita sklonost radu u razdoblju visoke sezone</li> <li>– Zastarjela ponuda velikih hotelskih objekata s dijelom objekata izvan funkcije</li> <li>– Dojam 'menzaškog' ugostiteljstva</li> <li>– Nedovoljna razvijenost sadržaja atraktivnih u pred i post sezoni</li> <li>– Nedovoljna intra-otočka povezanost</li> <li>– Nedovoljno razvijene prodajne funkcije usmjerene na pred i post sezonu</li> <li>– Nedovoljna prepoznatljivost Krka i Kvarnera</li> </ul>
<b>Upravljanje turizmom</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tradicija i iskustvo u bavljenju turizmom</li> <li>– Angažiranost JLS u strateškom i prostornom planiranju turizma</li> <li>– Uspostavljena koordinacija (grado)načelnika JLS</li> <li>– Uspostavljena otočka turistička zajednica</li> </ul>	<b>Upravljanje turizmom</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nepostojanje ujedinjavajuće vizije i destinacijskog brenda 'otok Krk'</li> <li>– Nedovoljno razvijeni otočki upravljački sustavi</li> <li>– Nedovoljni financijski i ljudski kapaciteti otočke turističke zajednice</li> </ul>
Prilike	Prijetnje
<b>Razvojni okvir</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Postavljen usmjeravajući razvojni okvir u strateškim dokumentima 'višeg reda'</li> </ul>	<b>Razvojni okvir</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Industrijska orijentacija riječkog prstena i rizik zagađenja prostora</li> </ul>
<b>Obilježja turističkog tržišta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Projiciran dugoročan rast turističke potražnje</li> <li>– Rastuća atraktivnost Hrvatske</li> <li>– Visoka segmentacija tržišta i rast interesa za selektivnim oblicima turizma</li> <li>– Rast interesa za 'zelenim', zdravim, emotivno angažirajućim i autentičnim iskustvima</li> <li>– Rastući domet Internet marketinga</li> </ul>	<b>Obilježja turističkog tržišta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rastuća razina konkurencije između morskih odmorišnih destinacija</li> <li>– Imidž Hrvatske kao (samo) obiteljske destinacije sunca i mora</li> </ul>
<b>Upravljanje turizmom</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Međunarodni sustavi i standardi kvalitete</li> <li>– Znanje i praksa destinacijskog brendiranja</li> </ul>	<b>Upravljanje turizmom</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nerazvijen model i sustav upravljanja turističkim destinacijama u HR</li> <li>– Sporost i nedovoljna multidisciplinarnost u prostornom planiranju</li> </ul>
<b>Investicijski potencijal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Raspoloživi izvori financiranja iz EU fondova</li> </ul>	<b>Investicijski potencijal</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nepovoljna investicijska klima u HR</li> <li>– Nepoticažno institucionalno okruženje u HR</li> </ul>

## 5. Područja strateškog djelovanja i scenariji turističkog razvoja

Polazni okvir za sagledavanje relevantnih scenarija daljnjeg razvoja turizma otoka Krka proizlazi iz povezivanja rezultata SWOT analize i definiranja mogućih strateških usmjerenja upravljanja turizmom koja:

- valoriziraju snage otoka Krka na turističkom tržištu i prilike iz okruženja,
- neutraliziraju slabosti turizma otoka Krka korištenjem prilika iz okruženja,
- koriste snage otoka Krka na turističkom tržištu kako bi se neutralizirale prijetnje iz okruženja i
- djeluju na slabosti turizma otoka Krka uz prijetnje iz okruženja.

Definirana područja strateškog djelovanja (Slika 5.1.) pokazuju da se pred nositelje turističke politike pojedinih jedinica lokalne samouprave, odnosno zajedničke otočke politike, kao važan izazov nameće penetracija novih ciljnih segmenata potražnje utemeljena na jačanju i produblivanju destinacijskog lanca vrijednosti diversificirane strukture turističkih iskustava. Uspješna realizacija tih aktivnosti, u kontekstu prepoznatih slabosti turizma Otoka, pretpostavlja daljnje jačanje sinergijskih kapaciteta JLS kao i otočkog destinacijskog menadžmenta u čemu zajedničko upravljanje prostorom, kako u odnosu na središnje ruralno područje i sagledavanje njegovog održivog razvojnog potencijala tako i u odnosu na razvoj obalnih zona, ima ključnu ulogu.

Slika 5.1. Područja strateškog djelovanja u daljnjem turističkom razvoju otoka Krka

	Snage	Slabosti
Prilike	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Penetracija novih ciljnih segmenata gostiju</li> <li>– Diversifikacija strukture turističkih proizvoda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Integrirano upravljanje prostorom</li> <li>– Jačanje sinergijskih kapaciteta JLS i destinacijskog menadžmenta</li> </ul>
Prijetnje	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gradnja pozicije 'šampiona' održivog turizma</li> <li>– Jačanje lokalne percepcije o potrebi novog razvojnog ciklusa usmjerenog na kvaliteti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jačanje kompetencija zaposlenih u turizmu</li> <li>– Osmišljavanje i implementacija otočkog brenda</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam

Tražeci temelje za izgradnju specifične tržišne niše u uvjetima izrazito snažnog te stalno rastućeg konkurentskog okruženja, upravo unapređenje destinacijskog menadžmenta i održivo upravljanje prostorom stvara i podlogu za strategiju gradnje pozicije 'šampiona' održivog turizma koja, polazeći od prepoznatih snaga, ima potencijal neutralizirati prijetnje iz okruženja. Za realizaciju te strategije nužno je osigurati i široku potporu lokalne zajednice u pokretanju novog razvojnog ciklusa fokusiranog na kvalitetu.

Konačno, kao sredstvo neutraliziranja prijetnji iz okruženja te djelovanja na prepoznate slabosti, u ovom se trenutku nameće potreba jačanja kompetencija izravno i neizravno zaposlenih u turizmu. Uz inzistiranje na kvalitetnom cjeloživotnom obrazovanju zaposlenih u privatnom i javnom sektoru koje može odgovoriti na promjene okruženja, posebnu pozornost pri tome valja pridati i jačanju kapaciteta za apsorpciju EU fondova/programa te prihvati i usmjeravanje razvojnog kapitala. Kao ključno razvojno usmjerenje ovog područja prepoznaje se i promocija i komunikacija, i to prije svega u segmentu osmišljavanja i implementacije ili 'oživotvorenja' otočkog brenda.

Važnost i relevantnost prepoznatih područja strateškog djelovanja potrebno je, nadalje, sagledati i iz perspektive mogućih promjena faktora internog i eksternog okruženja odnosno različitih scenarija budućeg razvoja turizma Otoka. Kao okvir raščlambе i prepoznavanja učinaka mogućih 'verzija' budućnosti odnosno uspostavljanja pretpostavki za pro-aktivno djelovanje usmjereno na ostvarivanje željenih ciljeva, metodološki okvir scenarij analize polazi od prepoznavanja ključnog(ih) razvojnih problema, a potom i utvrđivanja/izdvajanja relevantnih činitelja i razvojnih snaga koji će odrediti njegovo/njihovo kretanje u budućnosti. U tom smislu, rezultati situacijske analize nameću, unatoč rastu potražnje i zadovoljstvu gostiju

ponudom, nekoliko ključnih razvojnih i konkurentskih ograničenja otoka Krka o kojima u razdoblju do 2020. godine valja posebno voditi brigu. Radi se o:

- dominantnoj ovisnosti o jednom tržišnom proizvodu ('sunce i more') i jednom tržišnom segmentu (obitelji s djecom) odnosno nedovoljno razvijenom portfelju turističkih doživljaja, nedovoljnoj širini i dubini lanca vrijednosti turističkih proizvoda kao i nedovoljnoj usmjerenosti na druge interesne segmente/niše;
- rastu izgradnje u stambenim područjima naselja kao odrazu komercijalne i nekomercijalne turističke potražnje odnosno, povezanom, rastu privatnog, prije svega apartmanskog, smještaja;
- ekološkim pritiscima iz okruženja kao i mogućoj zaštiti i revitalizaciji zapuštenih ili devastiranih razvojnih područja na samom Otoku;
- ograničenoj konzistentnosti i komplementarnosti turističkih politika pojedinih JLS u odnosu na 'otočku' uporabu prostora, podizanje konkurentnosti, uobličavanje turističkih doživljaja te definiranje zajedničke komunikacijske politike.

Budući da u uvjetima relativno kratkog razvojnog horizonta ove Strategije faktor klimatskih promjena, kao jedan od ključnih faktora dugoročnog razvoja turizma, ima manju 'težinu' od faktora kao što su organizacija i partnerstvo, zaštita okoliša i zagađenje te ljudski potencijal, utvrđena razvojna i konkurentska ograničenja naglašavaju važnost sljedećih ključnih internih i eksternih razvojnih činitelja za razdoblje do 2020. godine (Slika 5.2.):

**Slika 5.2. Interni i eksterni činitelji razvoja turizma otoka Krka**

Interni razvojni činitelji	Eksterni razvojni činitelji
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Konzistentnost turističke politike na razini Otoka i pojedinih JLS</li> <li>– Financijski i kadrovski kapaciteti za razvoj turizma</li> <li>– Tržišna atraktivnost portfelja turističkih proizvoda</li> <li>– Širina i dubina lanca vrijednosti turističkih proizvoda</li> <li>– Poduzetnički mentalitet i potencijal konkurentskog umrežavanja dionika</li> <li>– Održivo aktiviranje resursno atrakcijske osnove</li> <li>– Prepoznatljivost otoka Krka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Razvoj ne-komplementarnih gospodarskih aktivnosti u na Otoku i neposrednom okruženju</li> <li>– Kvaliteta/zagađenje mora, vode i zraka</li> <li>– Vizualna polucija</li> <li>– Prometna dostupnost</li> <li>– Investicijski interes za ulaganje u turizam</li> <li>– Rast konkurencije</li> <li>– Usmjeravanje na doživljaje i iskustva te 'zdravo i zdravlje' kao ključne tržišne trendove na strani potražnje</li> <li>– Usmjeravanje na interesne segmente, povezivanje i umrežavanje, tehnologiju i eko-procedure kao ključne tržišne trendove na strani ponude</li> </ul>

Izvor: Institut za turizam

Kao dvije ključne razvojne snage koje povezuju i stoga predstavljaju 'zajednički nazivnik' prepoznatih internih i eksternih činitelja razvoja turizma otoka Krka nameću se:

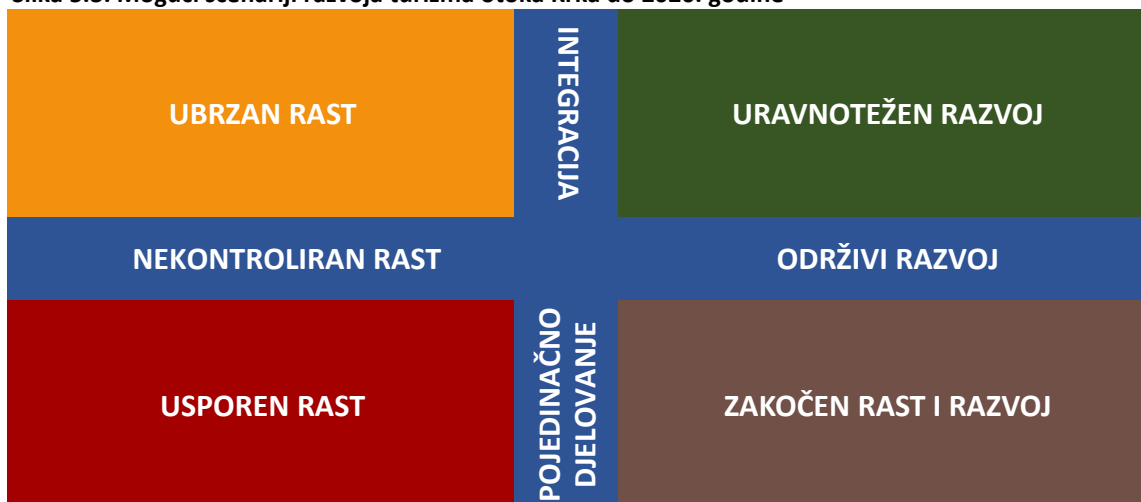
- **Integracija otočkog upravljanja i menadžmenta u turizmu** – kao iskaz stupnja spremnosti nositelja turističke politike i turističke aktivnosti pojedinih JLS da prihvate zajedničku viziju razvoja kao podlogu za donošenje i kontrolu zajedničkih i pojedinačnih operativnih i investicijskih odluka;
- **Orientacija prema održivom razvoju turizma** – kao iskaz stupnja spremnosti dionika turističkog razvoja u javnom i privatnom sektoru da donošenje operativnih i investicijskih odluka usuglase s kriterijima dugoročne prostorne, ekološke, društvene i ekonomske održivosti Otoka.

Procesi 'integracije' i 'orientacije prema održivom razvoju' imaju značaj primarnih faktora razvoja turizma otoka Krka koji kroz razvoj proizvoda, osiguranje prikladnog poduzetničkog okruženja i kvalitetnih faktora proizvodnje, provođenje aktivnosti zaštite okoliša te održive uporabe prostora i resursno-atrakcijske osnove kao i kroz uobličavanje i komuniciranje sustava jedinstvenih turističkih iskustava utječu na valoriziranje vlastitih snaga i prilika iz okruženja te korigiranje i neutraliziranje slabosti i prijatnji.

Promatranje varijacija ključnih internih i eksternih razvojnih činitelja u odnosu na razinu integracije i orientacije prema održivom razvoju omogućava, nadalje, i prepoznavanje barem četiri scenarija koji imaju

bitno različite implikacije na turistički razvoj odnosno definiranje poželjnog smjera turističke politike otoka Krka. Radi se o sljedećim scenarijima (Slika 5.3.):

**Slika 5.3. Mogući scenariji razvoja turizma otoka Krka do 2020. godine**



Izvor: Institut za turizam

- **Scenarij I: Uravnoteženi razvoj** – scenarij polazi od uspješnog ostvarivanja konsenzusa nositelja izvršne vlasti i destinacijskog menadžmenta JLS o operacionalizaciji i kontroli provedbe vizije i koncepcije razvoja turizma otoka Krka te prihvaćanje održive politike upotrebe resursa i atrakcijske osnove, investiranja, podizanja kvalitete faktora proizvodnje te eventualnih institucionalnih promjena. Scenarij podrazumijeva razvojnu i investicijsku orijentaciju na kvalitetu te rast kapaciteta i potražnje usklađen s prihvatnim kapacitetom Otoka kao odrazom ekološke, društvene i ekonomske održivosti korištenja prostora i resursno-atrakcijske osnove.
- **Scenarij II: Zakočen rast i razvoj** – riječ je o scenariju koji u uvjetima nepostojanja odnosno nedovoljno usklađenog djelovanja nositelja turističke politike i turističke aktivnosti na razini JLS i Otoka odražava intenciju djelovanja pojedinih dionika turističke aktivnosti prema održivom razvoju. Bez zajedničke 'Otočke' perspektive i uz donošenje razvojnih odluka na temelju pojedinačnih/parcijalnih interesa, a time i pojedinačnih proizvoljnih tumačenja načela razvojne održivosti, rast kapaciteta i razvoj proizvoda se dešava sporadično i rijetko, najčešće ovisno o sposobnosti poduzetnika da ekološki 'osviještenim' nositeljima destinacijske razvojne politike nametnu/protumače svoje interese.
- **Scenarij III: Usporen rast** – scenarij ocrtava poslovno okruženje u kojem svaka jedinica lokalne samouprave pokušava samostalno pogurati nove investicijske projekte u turizam kako bi dodatno ubrzala rast gospodarske aktivnosti na području svoje odgovornosti. Iako takvi uvjeti pogoduju poduzetničkoj atmosferi, a čak i privlačenju interesa međunarodno relevantnih ulagača, nemogućnost otklanjanja zajedničkih/otočkih problema (prije svega otočka komunalna i prometna infrastruktura) kao i potencijalno nekontroliran rast, možda i razvojno nekomplementarnih, turističkih sadržaja rezultira, nakon investicijskog 'boom-a', usporavanjem rasta te saturacijom investicijskog interesa.
- **Scenarij IV: Ubrzan rast** – scenarij podrazumijeva konsenzus nositelja izvršne vlasti i destinacijskog menadžmenta JLS o razvojnoj koncepciji fokusiranoj na rast kapaciteta i turističke aktivnosti. Uz zajedničke aktivnosti usmjerene na otklanjanje otočkih ograničenja rasta turističke aktivnosti (prije svega otočka komunalna i prometna infrastruktura) te usklađene aktivnosti pojedinih JLS prema promoviranju investicijskih mogućnost, Otok bilježi ubrzani rast investicija i kapaciteta te fizičke aktivnosti, ali i rast potrebe za osiguranje povezanog društvenog/komunalnog standarda za novu radnu snagu. Uz intenziviranje investicijske aktivnosti u nove kapacitete i rast interesa ulagačkog kapitala, raspoloživi prostor ubrzano se koristi, a pritisci na resursno-atrakcijsku osnovu jačaju.

Značajke i implikacije sagledanih scenarija razvoja turizma (Slika 5.4.) ukazuju na to da nositelji turističke politike pojedinih jedinica lokalne samouprave Otoka trebaju prostor za optimiziranje razvojnog okvira tražiti u podizanju razine integracije i koordinacije destinacijskog upravljanja te inzistiranju na održivom razvoju turizma odnosno ostvarivanju scenarija uravnoteženog razvoja, pri čemu ostali scenariji ne odražavaju dugoročnu razvojnu opciju turizma otoka Krka jer postupno generiraju negativne učinke na korištenje raspoloživog prostora te prirodnih i kulturnih resursa, a time i na konkurentnost turističkog sektora.



Slika 5.4. Utjecaj pojedinih scenarija na rješavanje problema razvoja turizma otoka Krka

Varijabla/scenarij	Uravnotežen razvoj	Zakočen rast i razvoj	Usporen rast	Ubrzan rast
<b>Segmentacija potražnje</b>	Orijentacija na ciljne interesne i demografske segmente	Segmentacija potražnje prilagođena proizvodu 'sunca i mora'	Segmentacija potražnje kao odraz pozicioniranja pojedinih objekata	Usmjerenje na nediferencirano masovno tržište
<b>Diversifikacija proizvoda</b>	Širenje proizvodnog portfelja u fokusu turističke politike	Zadržavanje strukture proizvoda	Postupno širenje portfelja kao odraz pozicioniranja pojedinih investicija	Ograničena diversifikacija sukladna odrednicama 'masovne potražnje'
<b>Dubina i širina izvansmještajne ponude</b>	Usklađena s potrebama diversificiranog proizvodnog portfelja	Ponuda dominantno povezana s proizvodom 'sunca i mora'	Unapređenje ponude kao reakcija na pozicioniranje novih projekata	Prilagođavanje ponude odrednicama 'masovne potražnje'
<b>Rast stambenih područja naselja uvjetovan turističkom potražnjom</b>	Usporavanje rasta privatnog smještaja	Daljnji rast pritiska na širenje kapaciteta privatnog /obiteljskog smještaja	Daljnji rast pritiska na širenje kapaciteta privatnog /obiteljskog smještaja	Daljnji rast pritiska na širenje kapaciteta privatnog /obiteljskog smještaja
<b>Konkurentnost obiteljskog/ privatnog smještaja</b>	Rast konkurentnosti kroz integraciju, kvalitetu ponude i destinacijske sadržaje	Bez bitnijeg podizanja iskorištenosti, potrošnje i zadovoljstva gostiju	Bez bitnijeg podizanja iskorištenosti, potrošnje i zadovoljstva gostiju	Unapređenje na osnovi integracije i širenja destinacijskih sadržaja
<b>Ekološki pritisci iz okruženja</b>	Koordinirane aktivnosti na pozicioniranja Otoka kao 'šampiona održivosti'	Pojedinačne aktivnosti na osiguranju pozicioniranja eko svjesne destinacije	Pojedinačne aktivnosti neutraliziranja pritisaka kao odraz pojedinačnih interesa	Koordinirane aktivnosti prilagođene interesima investicijske potražnje
<b>Aktiviranje zapuštenih/ devastiranih područja</b>	Koordinirane aktivnosti na aktiviranju i održivom konceptu uporabe	Ograničena sposobnost aktiviranja i uobličavanja projekata	U okviru pojedinačnih interesa zainteresiranih investitora/dionika	Koordinirane aktivnosti prilagođene interesima investicijske potražnje
<b>Konzistentnost i komplementarnost turističkih politika JLS</b>	Konzistentna i komplementarna turistička politika pojedinih JLS	Nedovoljno konzistentna i komplementarna turistička politika pojedini JLS	Samostalne turističke politike JLS	Konzistentna i komplementarna turistička politika pojedinih JLS

## 6. Vizija i ciljevi razvoja turizma

Polazeći od značajki 'uravnoteženog razvoja' kao poželjnog scenarija daljnjeg razvoja turizma na otoku Krku, vizija predstavlja 'sliku budućnosti' u kojoj se ističu željena obilježja i atributi diferencijacije otoka. Lokalno usuglašena i prihvaćena, vizija je 'nit vodilja' koja omogućuje koordinirano djelovanje jedinica lokalne samouprave, institucija javnog sektora, privatnih poduzetnika i različitih građanskih udruga te istovremeno uspostavlja kriterije za valorizaciju različitih projekata razvoja turizma na otoku. Postavljena vizija temelj je za definiranje strateških i operativnih ciljeva razvoja turizma na otoku Krku do 2020. godine.

### 6.1. Vizija otoka Krka kao turističke destinacije

Proces generiranja vizije otoka Krka kao turističke destinacije podrazumijevao je odgovore na tri ključna pitanja o temeljnim odrednicama i željenim obilježjima otočkog turizma u predvidivoj budućnosti. Riječ je o sljedećim inputima:

#### KAKAV bi trebao biti turizam na otoku Krku?

- **Prostorno, okolišno, društveno odgovoran i održiv** – budući razvoj turizma na otoku Krku mora poštivati nosivi kapacitet otoka kako u prostornom, tako i društvenom smislu. Odgovornost prema prostoru, okolišu i lokalnoj zajednici ogledat će se u budućem načinu planiranja korištenja prostora, u rehabilitaciji narušenih ili devastiranih cjelina, u okolišno odgovornom korištenju vode i energije te postupanju s otpadom, kao i u preferenciji za lokalnom proizvodnjom i lokalnim zapošljavanjem. U skladu sa strateškim opredjeljenjem otočkih JLS-ova, slijedom postojeće otočke prakse u upravljanju otpadom i energijama, ali i kao 'protuteža' industrijom i infrastrukturom opterećenog sjevernog dijela otoka i njegovog neposrednog okruženja, otok Krk teži zauzimanju pozicije 'šampiona' održivosti među hrvatskim turističkim destinacijama.
- **Posvećen kvaliteti** – kao razvijena i zrela turistička destinacija, otok Krk teži izdizanju iznad 'ustaljenog' i 'uobičajenog', razvijajući inovativne i emotivno angažirajuće turističke sadržaje i usluge usklađene s interesima i potrebama gostiju.
- **Vremenski i prostorno disperziran** – turistička ponuda otoka Krka razvijat će se u skladu s interesima i potrebama različitih ciljnih segmenata gostiju valorizirajući potencijale pred i post sezone te unutrašnjeg dijela otoka transformirajući Krk u destinaciju koja je 'više od ljeta i mora'.
- **Međunarodno prepoznatljiv** – ulažući dodatne napore u izgradnju jedinstvenog otočkog imidža, otok Krk kontinuirano jača svoju prepoznatljivost na europskom turističkom tržištu.

#### ŠTO će otok Krk nuditi na turističkom tržištu?

- **Izuzetnu raznolikost turističkih sadržaja** – otok Krk najveći je hrvatski otok te, objedinjujući sedam dinamičnih jedinica lokalne samouprave, mjesto je koje 'vrvi' ne samo brojnim, već i raznolikim turističkim sadržajima prilagođenim različitim ciljnim segmentima gostiju. Uz to i lako dostupan, otok Krk visoko je razvijena i svakako jedna od najsadržajnijih otočkih destinacija na Jadranu.
- **Atmosferu 'male i obiteljske' ponude** – otok Krk je destinacija dominantno male i obiteljske ugostiteljske ponude te se, sukladno tome, ovdje njeguje gostoljubivost, individualan pristup gostu i vjernost 'domaćem', autentičnom izričaju.
- **Nekoliko 'marker' atrakcija** – u ponudi otoka Krka nekoliko je snažno privlačnih pojedinačnih turističkih atrakcija sa snagom motiviranja dolaska na otok.

## KAKO će se upravljati turizmom na otoku Krku?

- **Partnerski** – konkurentnost turističkog sektora i pojedinih destinacija na otoku Krku izravno je povezana s obilježjima Otoka kao cjeline uključujući, primjerice, prepoznatljivost i percepciju Krka u odnosu na druge velike mediteranske otoke, atraktivnost i očuvanost otočkog prostora, čistoću mora, prometnu propusnost, raznolikost i komplementarnost turističke ponude, itd. S obzirom na nužnost 'Otočkog razmišljanja' razvijen je sustav destinacijskog menadžmenta na razini otoka, odnosno visoka razina suradnje među otočkim JLS-ovima, između TZ-ova i između dionika javnog i privatnog sektora u provođenju zajedničke turističke politike.
- **Pro-aktivno** – projektima i aktivnostima planiranim u strateškim i razvojnim dokumentima pristupa se pro-aktivno prema principima projektnog menadžmenta.
- **Odgovorno** – prate se realizacija projekata i aktivnosti planiranih u strateškim i razvojnim dokumentima kroz mjerenje rezultata i uz poduzimanje eventualnih korektivnih mjera.

Ključne premise turističkog razvoja otoka Krka objedinjene su u sljedećem iskazu vizije destinacije:

### Otok Krk 2020.

Otok Krk jedna je od najtraženijih otočkih destinacija Mediterana koja uspješno zadovoljava interese različitih ciljnih segmenata gostiju tijekom većeg dijela godine.

Posvećenost očuvanju otočkog okoliša i identiteta te snaga doživljaja što proizlazi iz brojnosti i raznolikosti sadržaja te ugodnih, često autentičnih, a uvijek dojmljivih ambijenata male i obiteljske ponude predstavljaju ključne razlikovne elemente otoka Krka i osnovu za uspostavu jedinstvenog turističkog brenda.

Suradnja i odgovornost dionika, pažljivo osluškivanje bila tržišta i pro-aktivna usmjerenost na kvalitetu i inovativnost temelji su na kojima otok Krk kao 'šampion održivosti' gradi svoj uspjeh u turizmu.

U skladu sa strateškim dokumentima višeg reda<sup>16</sup>, postavljena vizija predviđa razvoj turizma na otoku Krku temeljen na konceptima održivosti, diversifikaciji ciljnih segmenata gostiju i ponude, umrežavanju dionika i posvećenosti kvaliteti. Ujedno, izuzetna sadržajnost turističke ponude, orijentacija na malo i obiteljsko turističko gospodarstvo te posvećenost okolišno odgovornom turizmu u viziji se iskazuju kao ključni diferencirajući atributi otoka Krka na turističkom tržištu.

---

<sup>16</sup> (1) Ministarstvo turizma RH (2013) Strategija razvoja turizma RH do 2020., Zagreb; (2) FMTU i Institut za turizam (2016) Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020., Opatija-Zagreb;

## 6.2. Ciljevi razvoja turizma

Ciljevi turističkog razvoja otoka Krka u razdoblju do 2020. godine derivirani su iz postavljene vizije te predstavljaju skup detaljnijih i operativnih zadataka čije je ostvarenje potrebno poticati i mjeriti.

### Strateški ciljevi

Strateški ciljevi razvoja turizma na otoku Krku temelje se na konceptu održivog razvoja kao osnovnoj razvojnoj paradigmi današnjice te uključuju sljedeće pomake:

- **Unapređenje širine i dubine destinacijskog lanca vrijednosti**, odnosno daljnje pomake u sadržajnosti turističke ponude otoka Krka;
- **Unapređenje kvalitete i konkurentnosti turističke ponude**, odnosno daljnje pomake u usklađenosti turističke ponude otoka Krka s potrebama turističkog tržišta;
- **Jačanje međunarodne prepoznatljivosti**, odnosno daljnje pomake u razumijevanju turističke ponude otoka Krka na ciljnim turističkim tržištima;
- **Jačanje upravljačkih sposobnosti**, odnosno daljnje pomake u unapređenju destinacijskog menadžmenta na razini otoka Krka i konstituirajućih jedinica lokalne uprave.

### Operativni ciljevi 2020.

Operativni ciljevi razvoja turizma na otoku Krku odnose se na kretanja smještajne ponude, noćenja, prosječne turističke potrošnje i snage otočkog brenda do 2020. godine te uključuju sljedeće pomake:

- **Povećanje smještajnog kapaciteta za maksimalno 12%**, odnosno za 6000 novih ležajeva od čega
  - 3000 ležajeva (50%) u hotelima i sličnim objektima,
  - 1500 ležajeva (25%) u kampovima,
  - 1500 ležajeva (25%) u obiteljskom smještaju.
- **Povećanje noćenja za 34%**, odnosno za 1,4 milijuna noćenja u odnosu na 2015. godinu od čega
  - 80% u hotelima i sličnim objektima slijedom povećanja razdoblja rada na 7 mjeseci,
  - 25% u kampovima slijedom bolje popunjenosti u 6. i u 9. mjesecu,
  - 20% u obiteljskom smještaju slijedom bolje popunjenosti u 6. i u 9. mjesecu.
- **Povećanje prosječne dnevne potrošnje po osobi za 30%**, odnosno za 14 Eura u odnosu na 2014. godinu pri čemu se planira
  - povećanje potrošnje za smještaj od 15%,
  - udvostručenje izvan-smještajne potrošnje.
- **Povećanje snage brenda 'otok Krk' na razinu od 20%** spontanog poznavanja destinacije na ključnim emitivnim tržištima ili udvostručenje u odnosu na 2016. godinu.

Ovako postavljeni ciljevi temelje turistički razvoj otoka Krka u razdoblju do 2020. godine na relativno niskom rastu smještajnih, a pogotovo obiteljskih, kapaciteta, na snažnijem imidžu i boljem razumijevanju ponude otoka, boljem korištenju smještaja u pred i post sezoni te na značajnom povećanju izvan-smještajne turističke potrošnje koja postaje glavni nositelj razvoja.

## 7. Konceptija turističkog razvoja

Konceptijom turističkog razvoja otoka Krka u razdoblju 2016.-2020. razrađuju se smjerovi djelovanja kojima se operacionaliziraju postavljeni vizija i ciljevi. Konceptija obuhvaća strategije destinacijskog brendiranja, ciljnih tržišta i proizvodnog portfelja te prostornih klastera. Specifično, konceptijom se predviđaju sljedeći pomaci u razvoju turizma na otoku Krku:

- **Strategija brenda:** Generiranje ujedinjavajuće otočke razvojne i komunikacijske platforme u funkciji stvaranja distinktivnih iskustava, snažnijeg imidža i više razine prepoznatljivosti otoka;
- **Strategija ciljnih tržišta:** Diversifikacija strukture ciljnih segmenata gostiju;
- **Strategija proizvodnog portfelja:** Diversifikacija turističkih proizvoda te prilagođavanje potrebama ciljnih segmenata uz rast kvalitete sadržaja i usluga;
- **Strategija prostornih klastera:** Tematsko profiliranje i diferencijacija prostornih cjelina otoka u međusobno komplementarne klastere koji podupiru brend i proizvodnu strukturu otoka.

Navedene strategije, koje se detaljnije prikazuju u nastavku ove točke, trasiraju zaokret otoka Krka prema kompleksnijoj strukturi ponude koja omogućava bolju valorizaciju turističkih potencijala otoka u duhu suvremenih tržišnih trendova rezultirajući s mogućnosti poslovanja tijekom većeg dijela godine, na većem dijelu otoka, uz povećanje turističke potrošnje.

### 7.1. Brend koncept i željeni imidž otoka Krka

Danas prisutna izuzetno visoka razina konkurencije među turističkim destinacijama čini ne samo stalno unapređenje ponude, već i uspješnost u generiranju prepoznatljivog te motivirajućeg destinacijskog imidža kritičnim faktorima njihova uspjeha. U tom je smislu praksa destinacijskog brendiranja kao jednog od potentnih alata strateškog upravljanja razvojem i imidžem postala nezaobilazan dio suvremenog destinacijskog marketinga i menadžmenta.

Slika 7.1. Proces generiranja brend koncepta otoka Krka



Proces destinacijskog brendiranja počiva na deriviranju ujedinjavajućeg, za destinaciju istinitog, za goste relevantnog i u odnosu na konkurente diferencirajućeg obilježja ili svojstva mjesta. Radi se o postavljanju destinacijskog brend koncepta koji kako bi bio održiv mora odražavati snažno prisutna obilježja identiteta mjesta, istovremeno važna i privlačna potencijalnim gostima te drugačija, ako je moguće čak i jedinstvena, u konkurentskom krugu. Brend koncept mora, nadalje, biti lako razumljiv i pamtljiv što znači da je uobičajeno slojevite i brojne attribute destinacije potrebno 'destilirati' u jezgrovit iskaz njezine 'srži' ili 'biti'. Jednom

prepoznat, brend koncept ili konkurentan tržišni identitet mjesta, postaje ujedinjavajuća destinacijska razvojna i komunikacijska platforma čime pridonosi strateški usmjerenom razvoju te gradnji diferencirajućeg i motivirajućeg imidža, odnosno višoj konkurentnosti destinacije na turističkom tržištu.

Brend koncept je i input kreativnim marketinškim agencijama pri izradi promotivnih kampanja za destinaciju, odnosno specifično u osmišljavanju vizuala i slogana.

Proces generiranja brend koncepta otoka Krka razrađuje se u nastavku:



#### Resursno-atraktivna osnova otoka Krka

- **Opće značajke:** Najveći, najsjeverniji, najpristupačniji i najposjećeniji otok na Jadranu; 7 urbanih središta; visoka infrastrukturno-komunalna opremljenost
- **Prirodna baština:** Otok u cijelosti dio NATURA 2000, krški reljef, nekoliko posebnih rezervata flore i faune, oko 200 km razvedene obale, ljekoviti mulj
- **Povijesna baština:** Antička baština, povijesni gradovi-kašteli, središte glagoljaštva i koljevka hrvatske pismenosti, sjedište knezova Frankopana
- **Tradicijska baština:** Tipična gastronomija (riba, janjetina, ovčji sir, pršut, masline, tijesta) i enologija (žlahtina), ruralni život, suhozidi i mrgari, folklor
- **Ustanove kulture:** Muzeji, knjižnice, zbirke
- **Manifestacije:** Brojna tradicijska, kulturna, gastronomska i sportska zbivanja
- **Turistička infrastruktura:** Brojne prirodne plaže, 15 s Plavom zastavom, oko 300 km uređenih pješačkih i biciklističkih staza, 20-tak ronilačkih centara, marina i više luka za javni promet, 4 lovišta, 2 akvarija, itd.
- **Ugostiteljstvo:** Oko 51.000 ležajeva, od čega najviše u obiteljskom smještaju; oko 150 ugostiteljskih objekata, od čega 10-tak poznatih



#### Racionalne koristi koje otok Krk nudi gostima

- Najbliži otok kopnu i lako dostupan
- Najveći otok s više razvijenih turističkih destinacija i brojnim sadržajima
- Duga tradicija i iskustvo u turizmu
- Visoko komunalno opremljen
- Naj 'zeleniji' otok s razvijenom okolišno osjetljivom praksom



#### Emotivne koristi koje otok Krk nudi gostima

- Lakoća putovanja
- Sigurnost i udobnost boravka
- Gostoljubivost
- Zanimljivo mjesto
- Zajedništvo u brizi za okoliš



#### Brend koncepti konkurenata i diferencijacija otoka Krka

- **Cres:** 'Sloboda' – prostran, pust, ekološki očuvan
- **Lošinj:** 'Vitalnost' – klimatski savršen, prirodan, kozmopolitski
- **Rab:** 'Sreća' – povijesni, plemenit, zelen
- **Pag:** 'Dinamika kontrasta'



#### Temeljne vrijednosti otoka Krka

- Blizina ... sadržajnost i svestranost ... pouzdanost ... srdačnost ... odgovornost



#### Tržišni identitet otoka Krka

##### Osjećaj ispunjenosti

Otok Krk ima cijeli niz 'naj' atributa, ali suština je u ispunjenosti koju gost ovdje osjeća ... ispunjenost brojnošću i raznolikošću sadržaja na ovom velikom otoku gdje se stalno nešto događa ... ispunjenost osjećajem sigurnosti što proizlazi iz razumijevanja i brige o gostu ... ispunjenost toplinom odnosa s domaćinima ... ispunjenost zadovoljstvom zbog zajedničkog odgovornog odnosa prema okolišu.

Izvor: Institut za turizam

## 7.2. Ciljna geo tržišta i potrošački segmenti otoka Krka

Strategija diversifikacije ciljnih segmenata gostiju otoka Krka u razdoblju 2016.-2020. podrazumijeva:

- **Daljnju penetraciju postojećih ciljnih segmenata** – obuhvaćajući pretežito obitelji motivirane ljetnim odmorom na moru i nautičare s blizih srednje-europskih tržišta;
- **Proboj novih ciljnih segmenata** – obuhvaćajući demografske i interesne segmente sklone putovanju izvan ljetne sezone te one više platežne moći s blizih srednje-europskih tržišta, pri čemu se posebno ističu segmenti 'zrela dob' i 'mladi parovi/prijatelji', odnosno 'fizički aktivni' turisti;
- **Proboj novih geografskih tržišta** – obuhvaćajući demografske i interesne segmente sklone putovanju u i izvan ljetne sezone s udaljenijih sjeverno-europskih tržišta Skandinavije i V. Britanije.

U tom smislu, struktura ciljnih potrošačkih segmenata i geo tržišta otoka Krka uključuje:

**Tablica 7.1. Struktura ciljnih potrošačkih segmenata otoka Krka**

Ciljni segment	Motivacija	Demografija <sup>17</sup>	Geo tržišta	Vrijeme
'Opušteni odmarачi'	Relaksirajući odmor uz more ili u zelenom zaleđu	Obitelji s djecom	D, A, I, CZ, SLO, HR	6.-9. mjesec
		Mladi (18-24)		
		Djeca (7-17)	A, SLO, HR	
		Zrela dob (50-65) Treća dob (66+) Mladi parovi/prijatelji (25-35)	D, A, I, SKAN, SLO, HR	4.-6. i 9.-10. mjesec
'Fizički aktivni'	Nautički i sportsko-rekreacijski izazovi na otvorenom	Mladi parovi/prijatelji (25-35)	D, A, I, SKAN, SLO, HR	4.-10. mjesec
		Zrela dob (50-65)		
		Obitelji s djecom		
		Mladi (18-24) Amaterski i prof. klubovi		
'Kulturnjaci'	Istraživanje kulturne i eno-gastro baštine	Zrela dob (50-65)	D, A, I, GB, SLO, HR	5.-10. mjesec
		Mladi parovi/prijatelji (25-35)		
		Treća dob (66+)		
'Zdravstveno osviješteni'	Briga o psiho-fizičkom zdravlju	Zrela dob (50-65)	D, A, I, SLO, HR	5.-10. mjesec
		Mladi parovi/prijatelji (25-35)		
		Treća dob (66+)		
Poslovni gosti	Posao, team-building, seminari i skupovi	Tvrtke, javne institucije, organizatori skupova, team-buildinga	SLO, HR	3.-6. i 9.-11. mjesec

Izvor: Institut za turizam






Potražnja motivirana 'opuštenim odmorom', a prije svega 'obitelji s djecom' s blizih srednje-europskih tržišta koje dolaze na glavni godišnji odmor tijekom ljeta, nedvojbeno će i u narednom srednjoročnom razdoblju do 2020. godine predstavljati najveći i najvažniji ciljni segment gostiju.

No, gosti čija su putovanja motivirana fizičkom aktivnosti, kulturom ili i opuštenim odmaranjem izvan ljetnih mjeseci bilo uz more ili u zelenom ruralnom zaleđu, a među njima posebno 'zrela dob' i 'mladi parovi/prijatelji', predstavljat će glavne pokretače pred i post sezone te povećane turističke potrošnje. Naime, potonji segmenti, izbjegavajući gužve i vrućine te s navikom odlaska na češća kratka putovanja tijekom godine, skloni su putovati i izvan ljetne 'špice', a njihova sklonost ugodi i nagrađivanju samih sebe dovodi do spremnosti na višu potrošnju. Pri tome, ovdje valja imati na umu da 'zrela dob' danas predstavlja izuzetno velik i potentan segment s obzirom da u ovo vrijeme koincidira s najvećom, tzv. *baby-boomer*, generacijskom skupinom na svijetu. Snažnija orijentacija otoka Krka na ove ciljne skupine ključni je izazov srednjoročnog turističkog razvoja otoka do 2020. godine.


U nastavku se iznose kratki profili ciljnih segmenata otoka Krka kako bi se potaknuo njima bolje prilagođen razvoj proizvoda i komunikacije vrijednosti.

<sup>17</sup> Navedene godine starosti okvirni su pokazatelj faze u 'životnom ciklusu' pojedinca, a koja se smatra važnom determinantom ponašanja pojedinaca/kupaca.

Tablica 7.2. Profili ciljnih potrošačkih segmenata otoka Krka

Ciljni segment	Obilježja segmenta	Motivacija i interesi na putovanju	Potrebe na putovanjima
<p><b>'Opušteni odmarачi'</b></p> 	<p><b>Mladi (18-24)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Đaci i studenti, financijski ovisni, cjenovno osjetljivi</li> <li>– Putuju u vrijeme školskih praznika, najviše ljeti</li> <li>– Informiraju se putem Interneta, društvenih mreža i preko prijatelja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Putovanje je primarno oblik zabave i druženja, potom upoznavanje novog</li> <li>– Vrlo mobilni i nepredvidivi</li> <li>– Preferiraju destinacije s mnoštvom zabavnih sadržaja</li> <li>– Festivali predstavljaju motiv dolaska</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Obiteljski smještaj, kampovi</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Jeftinija i brza hrana</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sadržaji zabave, plaže</li> </ul>
	<p><b>Mladi parovi/prijatelji (25-35)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Posvećeni karijeri, manjak vremena, relativno visok raspoloživ prihod</li> <li>– Putuju 5.-10. mjesec, vrlo često i na kraća, (produženi) vikend putovanja</li> <li>– Informiraju se putem Interneta, društvenih mreža, <i>lifestyle</i> medija i preko prijatelja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Putovanje je 'posebno' iskustvo kojim se treba nagraditi za naporan rad</li> <li>– Važni su ugoda i 'posebnost', sadržaji 'visoke konverzijske vrijednosti'</li> <li>– Preferiraju lako dostupna, na neki način 'posebna' mjesta (npr. luksuzna, romantična, popularna)</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Viša kvaliteta, uključivo hoteli 4* i 5*, s 'posebnosti' (npr. dizajn, wellness)</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 'Posebni' objekti (npr. poznati chef, tipična gastronomija, dizajn interijera)</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Uređene plaže, sport, kupovina</li> </ul>
	<p><b>Obitelji s djecom</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 'Podvojeni' između obitelji i posla, manjak vremena, cjenovno osjetljivi, usmjereni na potrebe djece</li> <li>– Putuju u vrijeme školskih praznika, najviše ljeti</li> <li>– Informiraju se temeljem vlastitog prijašnjeg iskustva, preko obitelji i prijatelja, društvene mreže i Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Putovanje je vrijeme za odmor, opuštanje i obiteljsko zajedništvo</li> <li>– Traži se vrijednost za sve članove obitelji, ali fokus je na djeci</li> <li>– Preferiraju lako dostupna i provjerena mjesta a mnoštvom sadržaja i usluga prilagođenih djeci</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Obiteljski smještaj, kampovi, hoteli 3*- 4*, bitni su sadržaji za djecu</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Raznolika ponuda, tipično i lokalno, dijelom cjenovno povoljna</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Raznoliki sadržaji prilagođeni djeci</li> </ul>
	<p><b>Zrela dob (50-65)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Radno aktivni, djeca su samostalna, fizički aktivni, raspolažu slobodnim vremenom i viškom prihoda</li> <li>– Putuju 5.-10. mjesec</li> <li>– Informiraju se temeljem vlastitog prijašnjeg iskustva, preko obitelji i prijatelja, iz tiska i na Internetu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Putovanje je 'zaslužena nagrada' koju si treba priuštiti</li> <li>– Naročito motivirani istraživanjem prirode i upoznavanjem kulture, održavanjem vlastitog zdravlja</li> <li>– Preferiraju na neki način 'posebna' mjesta (npr. poznata, povijesna)</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Viša kvaliteta, uključivo hoteli 4* i 5*, s 'posebnosti' (npr. dizajn, wellness)</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Raznolika ponuda, tipično i lokalno</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sadržaji rekreacije, kulture, zdravlja</li> </ul>
	<p><b>Treća dob (66+)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Umirovljenici, vrlo aktivni, raspolažu slobodnim vremenom za putovanja, cjenovno osjetljiviji</li> <li>– Putuju 5. i 6. te 9. i 10. mjesec</li> <li>– Informiraju se temeljem vlastitog iskustva, preko obitelji, iz tiska</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Putovanje je zanimljiv način provođenja vremena i druženja</li> <li>– Naročito motivirani istraživanjem prirode i upoznavanjem kulture, održavanjem vlastitog zdravlja</li> <li>– Preferiraju bliza, lako dostupna, mirna i sigurna mjesta</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Obiteljski smještaj, hoteli 3*- 4*, važna je udobnost</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Jednostavnija, cjenovno prilagođena</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sadržaji kulture, zdravstvena ponuda</li> </ul>



Ciljni segment	Obilježja segmenta	Motivacija i interesi na putovanju	Potrebe na putovanjima
<p><b>'Fizički aktivni'</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obrazovani, u velikoj mjeri urbani pojedinci, profesionalnih zanimanja, posvećuju veliku pažnju prehrani i zdravlju, ekološki svjesni</li> <li>– Putuju cijelu godinu, intenzivno 4. – 10. mjesec; česta kraća, vikend putovanja</li> <li>– Informiraju se na Internetu i društvenim mrežama, temeljem preporuka prijatelja i obitelji, iz specijaliziranih medija</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Glavni motiv putovanja je bavljenje nekom fizičkom aktivnosti u atraktivnom, očuvanom prirodnom okruženju. Vrlo mobilni, tijekom putovanja uobičajeno obilaze više lokacija.</li> <li>– Manji 'pasionirani' segment fokusiran je na fizički izazov bez puno interesa za druge, prateće aktivnosti. Veći segment 'rekreativaca' zanima i druga ponuda, naročito wellness, zabava i kultura.</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sve vrste; bitne veće sobe (veća količine prtljage), kvalitetni kreveti, siguran prostor za čuvanje opreme, mogućnost pranja odjeće i sl.</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tipična gastronomija, ugodan ambijent</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sportska infrastruktura, servisi, specijalizirani vodiči, organizirani prijevoz prtljage, 'škole'</li> </ul>
<p><b>'Kulturnjaci'</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obrazovani pojedinci, više platežne moći, iskusni putnici u potrazi za novim mjestima i iskustvima, važni su im autentičnost i učenje</li> <li>– Putuju cijelu godinu, intenzivno 4. – 10. mjesec; česta kraća, vikend putovanja</li> <li>– Informiraju se na Internetu i društvenim mrežama, temeljem preporuka prijatelja i obitelji, iz <i>lifestyle</i> i medija o putovanjima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Osnovni motiv putovanja je upoznavanje lokalne kulturne baštine te se kulturni doživljaj sve više smatra investiranjem u samog sebe</li> <li>– Stariji 'kulturnjaci' imaju jak edukacijski fokus usmjeren na povijest, umjetnost, muziku i sl. Mlađi segmenti imaju veću potrebu 'uranjanja' u lokalnu kulturu i stil života kroz sudjelovanje.</li> <li>– Popularni su gradovi, poznata mjesta, ali sve više i destinacije 'izvan utabanih staza'</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Viša kvaliteta, posebnost, atmosfera i šarm važniji od zvjezdica</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tematski i cjenovno heterogena ponuda, tipična gastronomija, važan interijer, pogledi</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vodiči, izleti i ture, prijedlozi itinerera, info materijali, signalizacija i interpretacija</li> </ul>
<p><b>'Zdravstveno osviješteni'</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obrazovani pojedinci, više platežne moći, veliku pažnju posvećuju zdravlju, izgledu i prehrani, ekološki svjesni</li> <li>– Putuju cijelu godinu, intenzivno 4. – 6. i 9. – 11. mjesec</li> <li>– Informiraju se na Internetu i društvenim mrežama, temeljem preporuka liječnika, prijatelja, obitelji, iz <i>lifestyle</i> i medija o zdravlju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Osnovni motiv putovanja je korištenje specijalističkih programa koji na neki način pridonose fizičkom i duhovnom zdravlju. Veliku važnost pridaju korištenju prirodnih ljekovitih činitelja (more, blato, zrak, klima).</li> <li>– Izrazito zainteresirani za zdrave, svježije i lokalno uzgojene namirnice u ponudi eno-gastronomije te su aspekti 'zelenog' i 'zdravog' važni u svim sadržajima. Vrlo zainteresirani za ponudu sporta i rekreacije te kulture.</li> <li>– Preferiraju ekološki očuvane i svjesne destinacije, bez industrijskih sadržaja. Važna je medicinska skrb u destinaciji.</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Viša kvaliteta, uključivo hoteli 4* i 5*</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tematski i cjenovno heterogena ponuda, tipična gastronomija, ponuda 'zdrave hrane'</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ponuda sporta i rekreacije (npr. šetnice, biciklističke i staze za hodanje), specijalizirane trgovine (npr. lokalni proizvodi, zdrava hrana, zdrava kozmetika)</li> </ul>
<p><b>Poslovni gosti</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ciljaju se tvrtke, specijalizirani organizatori poslovnih skupova i team-buildinga</li> <li>– Odvijaju se cijele godine, intenzivno 3. – 6. i 9. – 11. mjesec</li> <li>– Informiraju se na specijaliziranim sajmovima i prezentacijama, kroz direktan marketing, na Internetu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Primarni interesi organizatora poslovnih skupova odnose se na privlačan imidž i raznolikost sadržaja destinacije, visoku razinu sigurnosti i kvalitetu kongresne infrastrukture.</li> <li>– Organizatori team-buildinga fokusirani su na kvalitetu sportsko-rekreacijske i wellness ponude te prirodnu i kulturnu atraktivnost.</li> </ul>	<p><b>Smještaj:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hoteli 3+ - 5* (uobičajeno 4* radi budžetskih ograničenja tvrtki)</li> </ul> <p><b>Hrana i piće:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipična gastronomija, usluge cateringa</li> </ul> <p><b>Ostali sadržaji i usluge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kultura, wellness, rekreacija, zabava, kupovina</li> </ul>

### 7.3. Proizvodni portfelj otoka Krka

Strategija diversifikacije i unapređenja kvalitete turističkih proizvoda otoka Krka u razdoblju 2016.-2020. podrazumijeva pomake kroz odvijanje dva paralelna procesa:

- **Daljnji razvoj strukturno kompleksnije ponude** – valorizirajući potencijale svoje ukupne resursno-atraksijske osnove te prilagođavajući se potrebama predviđenih ciljnih segmenata gostiju, otok Krk širi strukturu svog proizvodnog portfelja na pet grupa proizvoda, uključujući 'Krk Relax', 'Krk Outdoor', 'Krk Baština', 'Krk Zdravlje' i 'Krk Posao', odnosno na široku paletu tržišno atraktivnih proizvoda koji kao cjelina omogućuju produljenje turističke sezone i povećanje potrošnje gostiju;
- **Daljnje unapređenje i inoviranje kvalitete turističke ponude** – otok Krk teži iskoraku ka višoj konkurentskoj poziciji ne samo kroz daljnji razvoj funkcionalnih dimenzija proizvoda, već, u duhu današnje 'ekonomije doživljaja', stvaranjem 'proširenih proizvoda' visoke emotivne vrijednosti što proizlazi iz njihovih zabavnih, edukativnih, estetskih, eskapističkih ili nekih drugih karakteristika sa snagom 'uvlačenja' gosta u interaktivne 'priče' ili 'iskustva'.

Slika 7.2. Struktura proizvodnog portfelja otoka Krka

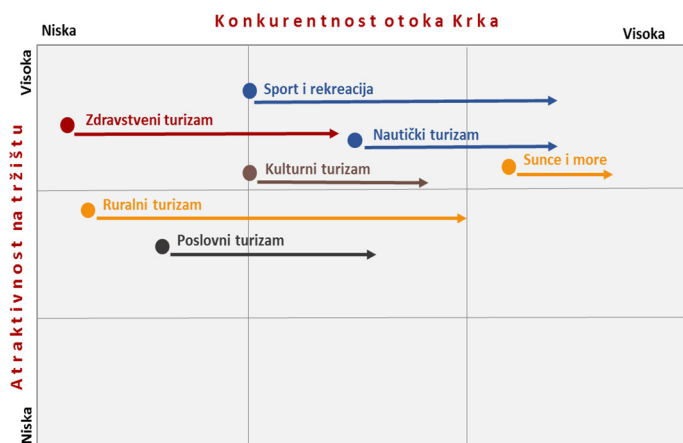
Proizvodi odmora (glavni odmor, kratki odmor, jednodnevni odmor)				
Krk Relax	Sunce i more	Ljetni odmor	Proljeće/jesen uz more	4.-10. mjesec
	Ruralni turizam	Ljetni odmor u zelenom zaleđu	Proljeće/jesen u zelenom zaleđu	5.-10. mjesec
Krk Outdoor	Sport i rekreacija	Biciklizam Pješačenje Ronjenje	Ribolov i lov Sportske pripreme	4.-10. mjesec
	Nautički turizam	Jahting	Krstarenja malim brodovima	4.-10. mjesec
Krk Baština	Kulturni turizam	Turizam baštine	Eno-gastronomija	5.-10. mjesec
Krk Zdravlje	Zdravstveni turizam	Wellness	Lječilišni turizam	5.-10. mjesec
Proizvodi poslovnog turizma (višednevna, jednodnevna putovanja)				
Krk Posao	Poslovni turizam	Skupovi Edukacije i treninzi	Team-building	3.-6. i 9.-10. mjesec

Izvor: Institut za turizam

Među predviđenim turističkim proizvodima, odmor na 'suncu i moru' svakako će srednjoročno i dalje predstavljati najvažniji motiv dolaska i volumenom potražnje najvažniji proizvod otoka Krka. Ostatak portfelja sačinjavaju pojedinačno manji, ali u sumi značajni proizvodi koji, osim što podržavaju i obogaćuju ponudu 'sunca i mora' (uz izuzetak poslovnog turizma), odgovaraju na sve izraženije motive putovanja suvremene turističke potražnje orijentirane i na razdoblja izvan ljetne turističke sezone.

U tom smislu, valorizirajući tržišne trendove, otočku resursnu osnovu i slijedom već poduzetih razvojnih aktivnosti, predviđa se naročito snažan daljnji razvoj proizvoda 'sporta i rekreacije' i 'nautičkog turizma' koji, će uz 'sunce i more' činiti skupinu primarnih proizvoda otoka Krka. Izrazito prisutna inicijativa turističke gradnje na području središnjeg, zelenog dijela otoka govori u prilog intenzivnog razvojnog ciklusa 'ruralnog turizma', što ga zajedno s 'kulturnim turizmom', a u dugoročnijoj perspektivi i 'zdravstvenim turizmom' svrstava među sekundarne otočke proizvode, dok će 'poslovni turizam' s očekivano najmanjim volumenom potražnje predstavljati tercijarni otočki proizvod.

Slika 7.3. Razvojni pomaci turističkih proizvoda otoka Krka



Izvor: Institut za turizam

Slika 7.4. Tržišno pozicioniranje otoka Krka 2020.

Otok Krk teži se pozicionirati kao:

**NAJBOLJI OTOK NA JADRANU za**

- Obiteljski odmor
- Sportsko-rekreacijski odmor
- Ruralni odmor

+

**JEDNA OD NAJJAČIH DESTINACIJA JADRANA za**

- Nautički turizam

Temeljem planiranih razvojnih pomaka, a naročito iskoraka ka ponudi 'proširenih proizvoda' visoke emotivne vrijednosti te kapitalizirajući pri tome na blizini i dostupnosti kao i na veličini i raspoloživosti prostora, otok Krk se do 2020. godine teži pozicionirati na ciljnim tržištima kao najbolja jadranska otočka destinacija za obiteljski odmor, za aktivni sportsko-rekreacijski odmor i za ruralni odmor te, nadalje, kao jedna od najjačih nautičkih destinacija Jadrana uključujući i poziciju 'nautičkih vrata' ili 'ulaza' u jadranski otočki prostor.

Kada se predviđeni proizvodni portfelj promatra na razini otočkih jedinica lokalne samouprave, očigledno je da su 'sunce i more' te 'sport i rekreacija' primarni proizvodi za sve njih. Postavljena proizvodna struktura nadalje omogućuje svakoj od jedinica lokalne samouprave 'miks' proizvoda koji otvara mogućnost poslovanja tijekom većeg dijela godine.


Slika 7.5. Struktura proizvodnog portfelja prema jedinicama lokalne samouprave otoka Krka


	Omišalj	Dobrinj	Vrbnik	Baška	Punat	Krk	Malinska
Sunce i more	Primarni proizvod						
Ruralni turizam							
Sport i rekreacija	Primarni proizvod						
Nautički turizam							
Kulturni turizam							
Zdravstveni turizam							
Poslovni turizam							

Izvor: Institut za turizam


Primarni proizvod    Sekundarni proizvod    Tercijarni proizvod


U nastavku točke detaljnije se opisuju turistički proizvodi otoka Krka iz perspektive interesa i potreba ciljnih segmenata gostiju. Iznose se atributi pozicioniranja i ključni sadržaji, odnosno lanac vrijednosti, svakog od proizvoda te se posebna pažnja posvećuje prijedlozima elemenata 'proširenog proizvoda' koji unose dodatnu, emotivnu komponentu u iskustvo gosta i ključan su faktor konkurentnosti otoka Krka na suvremenom turističkom tržištu.

<p><b>Sunce i more</b></p> <p>Ljetni odmor Proljeće/jesen uz more</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Opušteni odmarajući' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Obitelji s djecom/ Djeca (7-17)</li> <li>– Mladi (18-24)</li> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, CZ, SKAN, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Najbolji otok na Jadranu za obiteljski odmor</li> <li>– Blizina, dostupnost i sigurnost</li> <li>– Izuzetno sadržajan otok, uključivo velik broj lijepih i uređenih plaža</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, hotelska resort naselja, mali obiteljski hoteli, kampovi, obiteljski smještaj, OPG; 3*-4*; Dio objekata specijaliziran za obitelji; Specijalizirani 'dječji kampovi'</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Kategorizacija prema posebnim standardima ili brend afilijaciji (npr. 'Family' standardi MINT-a, 'Kvarner Family' standardi); 'Zeleni' standardi za smještajne objekte; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekti)</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa i OPG; Ponuda domaće kuhinje; Ponuda različitih vrsta kuhinja</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekta); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa</li> <li>– <b>Uređenost destinacija:</b> Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, promet u mirovanju; Pješačke zone i lungomare;</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> <li>– <b>Plaže:</b> Uređene i održavane plaže; Dio plaža tematiziran kao 'obiteljske plaže' u skladu s Regionalnim programom uređenja i upravljanja morskim plažama PGŽ; Marke kvalitete</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Jedinstven otočki vizualni identitet i signalizacija; Dio 'obiteljskih plaža' opremljen prema otočkim nad-standardima (npr. storytelling u uređenju, HiP-u i animaciji)</li> <li>– <b>Zabavni parkovi:</b> Različiti tematski zabavni parkovi</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Primjena <i>edutainment</i> pristupa u koncipiranju tema i sadržaja</li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijski centri:</b> Centri sportova na moru (npr. ponuda ronjenja, morskog kanuinga, surfinga i sl.) i kopnu (npr. ponuda tenisa, 'adrenalina', streličarstva, jahanja i sl.); Mogućnost najma opreme</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Ponuda 'škola', prilagođena djeci</li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dio ruta tematiziran; Dio ruta opremljen vidikovcima i odmorištima dojmljivog oblikovanja; Raspoloživi prijedlozi itinerera; Ponuda vođenih tura, uključujući transfere; Dio ruta prilagođen obiteljima s djecom, odnosno osobama treće dobi</li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti, opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka</li> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Interaktivni sadržaji; Primjena <i>edutainment</i> pristupa u postavima, vođenju; Prilagođeno djeci</li> <li>– <b>Manifestacije:</b> Lokalna događanja; Nekoliko otočkih 'marker' manifestacija</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje otoka Krka; sustav TIC-eva</li> </ul>	

<p><b>Ruralni turizam</b></p> <p>Ljetni odmor u zelenom Proljeće/jesen u zelenom zaleđu</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Opušteni odmaraći' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Obitelji s djecom</li> <li>– Mladi parovi/prijatelji (25-35)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Najbolji otok na Jadranu za obiteljski odmor</li> <li>– Blizina, dostupnost i sigurnost</li> <li>– Ljepota, opuštenost, autentičnost 'tek otkrivenog' zelenog krajolika unutrašnjeg dijela otoka</li> <li>– Izuzetno sadržajan otok s raznolikom kulturno-povijesnom baštinom, živahnom eno-gastronomskom scenom, bogatom rekreacijskom ponudom</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Mali obiteljski hoteli, difuzni hoteli, obiteljski smještaj; OPG, 4* <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Kategorizacija prema posebnim standardima (npr. 'Small&amp;Friendly' ili 'Hotel baština' standardi MINT-a, 'OMH' standardi); 'Zeleni' standardi za smještajne objekte; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera uz poštivanje autentičnih elemenata ruralnih otočkih sklopova (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekti)</li> </ul> </li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda konoba, OPG-a, kušaona (ulje, vino, sir); Naglašena ponuda domaće kuhinje <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekata); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa (npr. poštivanje autentičnih prirodnih obilježja, dimenzioniranje izgrađenog prostora, uklopljenost objekata u prostor)</li> <li>– <b>Uređenost sela:</b> Održavane građevine, putovi, komunalna oprema, javna hortikultura, promet u mirovanju <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Revitalizacija i uređenje autentičnih ruralnih sklopova, uključivo revitalizacija poljoprivredne proizvodnje; 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> </ul> </li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti (npr. botanički vrtovi, vrbnički vinogradi, Baško polje, lokve, suhozidi, mrgari i sl.), opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Ponuda vođenih obilazaka; Interaktivni sadržaji; Primjena edutainment pristupa u postavima, vođenju</li> </ul> </li> <li>– <b>Interpretacijski centri:</b> Valorizacija otočke ruralne kulture života i rada (npr. otočko selo, vinogradarstvo i sl.) kroz nove zbirke; Zbirke opremljene turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Inovativni postavi; Interaktivni sadržaji; Primjena edutainment pristupa u postavima, vođenju; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera</li> </ul> </li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dio ruta tematiziran (npr. vino, sir, ulje) uz ponudu i interpretaciju u skladu s temom; Dio ruta opremljen vidikovcima i odmorištima dojmljivog oblikovanja; Raspoloživi prijedlozi itinerera; Ponuda vođenih tura, uključujući transfere</li> </ul> </li> <li>– <b>Manifestacije:</b> Lokalna događanja; Otočka 'marker' manifestacija</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Krčki dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje otoka Krka; Sustav TIC-eva</li> </ul>	

<p><b>Sport i rekreacija</b></p> <p>Biciklizam Pješačenje Ronjenje Ribolov i lov Sportske pripreme</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Fizički aktivni' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mladi parovi/prijatelji (25-35)</li> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Obitelji s djecom</li> <li>– Mladi (18-24)</li> <li>– Amaterski i prof. klubovi</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Najbolji otok na Jadranu za sportsko-rekreacijski odmor</li> <li>– Ljepota krajolika, blizina, dostupnost i sigurnost</li> <li>– Najveći jadranski otok s razvijenim sportsko-rekreacijskim sustavima</li> <li>– Izuzetno sadržajan otok sa živahnom eno-gastronomskom scenom, bogatom kulturno-povijesnom baštinom</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, kampovi, obiteljski smještaj; 3*-4*; Dio objekata specijaliziran za sportaše i rekreativce; 'Zeleni' standardi za smještaj → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Kategorizacija prema posebnim standardima ili brend afilijaciji (npr. 'Bike' ili 'Diving club' standardi MINT-a, 'Welcome', npr. 'Cyclists Welcome' standardi);</li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Jednostavniji, udobni restorani, konobe, kušaone (ulje, vino, sir); Naglašena ponuda domaće kuhinje → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa</li> <li>– <b>Uređenost destinacija:</b> Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, promet u mirovanju; Pješačke zone i lungomare; → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom; Biciklistička mreža dio međunarodnih ruta (Eurovelo) → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dio ruta tematiziran uz ponudu i interpretaciju u skladu s temom; Dio ruta opremljen vidikovcima i odmorštima dojmljivog oblikovanja; Raspoloživi prijedlozi itinerera; Ponuda vođenih tura, uključujući transfere;</li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijski centri:</b> Centri sportova na moru (npr. ponuda ronjenja, morskog kanuinga, surfinga i sl.) i kopnu (npr. ponuda tenisa, 'adrenalina', streličarstva, jahanja i sl.); Mogućnost najma opreme → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Ponuda 'škola', prilagođena djeci</li> <li>– <b>Uređena infrastruktura za sportski ribolov:</b> Uređeni molovi i ribičke platforme; Mogućnost najma plovila i opreme; Ponuda vođenih tura</li> <li>– <b>Uređena infrastruktura za lov:</b> Uređena lovišta; Ponuda vođenih tura</li> <li>– <b>Plaže:</b> Uređene i održavane plaže; Dio plaža tematiziran kao 'plaže sa sportskim i rekreativnim sadržajima' u skladu s <i>Regionalnim programom uređenja i upravljanja morskim plažama PGŽ</i>; Marke kvalitete → <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Jedinствен otočki vizualni identitet i signalizacija; Dio s otočkim nad-standardom u uređenju, HiP-u i animaciji</li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti, interpretacijski centri, zbirke, muzeji; Opremljeni signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Manifestacije:</b> Nekoliko sportskih otočkih 'marker' manifestacija</li> <li>– <b>Trgovina i servisi:</b> Specijalizirane trgovine sa sportskom opremom; Mogućnost 'malih' popravaka sportske opreme</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje otoka Krka; sustav TIC-eva</li> </ul>	


<p><b>Nautički turizam</b></p> <p>Jahting Krstarenja malim brodovima</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Fizički aktivni' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mladi parovi/prijatelji (25-35)</li> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Obitelji s djecom</li> <li>– Organizatori krstarenja</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, SKAN, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedna od najjačih nautičkih destinacija Jadrana</li> <li>– 'Vrata jadranskog nautičkog raja' (blizina i dostupnost polaznih krčkih luka i marina)</li> <li>– Izuzetno sadržajan otok s bogatom kulturno-povijesnom baštinom, živahnom eno-gastronomskom scenom, bogatom rekreacijskom ponudom</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona (ulje, vino, sir), OPG, 'tapas stil barova'; Naglašena ponuda domaće kuhinje; Ponuda različitih vrsta kuhinja <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Više renomiranih ugostiteljskih objekata; Objekti s inovativnom ili <u>ponudom</u> 's odmakom'; Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekata); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika i akvatorija:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa te zaštita akvatorija</li> <li>– <b>Uređenost destinacija:</b> Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, promet u mirovanju; Pješačke zone i lungomare; <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> </ul> </li> <li>– <b>Marine:</b> Više marina; Opremljeni vezovi u moru, suhi vez; Prateći uslužni sadržaji (npr. ugostiteljstvo, trgovina) <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Najam plovila u charteru; Charter flota više kvalitete; Usluga skipera; <u>Mogućnost</u> prihvata mega-jahti; Popravci i/ili servis plovila; Suhi vez u zatvorenom prostoru; 'Zeleni' standardi za marine;</li> </ul> </li> <li>– <b>Luke otvorene ja javni promet:</b> Uređeni i opremljeni tranzitni nautički vezovi; <u>Mogućnost</u> prihvata boutique (do 200 putnika) i malih brodova (do 500 osoba) za krstarenja (prije svega grad Krk)</li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dio ruta tematiziran uz ponudu i interpretaciju u skladu s temom; Dio ruta opremljen vidikovcima i odmorištima dojmljivog oblikovanja; Raspoloživi prijedlozi itinerera; Ponuda vođenih tura, uključujući transfere</li> </ul> </li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijski centri:</b> Centri sportova na moru (npr. ponuda ronjenja, morskog kanuinga, surfinga i sl.) i kopnu (npr. ponuda tenisa, 'adrenalina', streličarstva, jahanja i sl.); <u>Mogućnost</u> najma opreme <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Ponuda 'škola', prilagođena djeci</li> </ul> </li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti, interpretacijski centri, zbirke, muzeji; Opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Manifestacije:</b> Nekoliko otočkih 'marker' manifestacija</li> <li>– <b>Trgovina:</b> Specijalizirane trgovine sa sportskom opremom; 'Krčki dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Sustav destinacijskih TIC-eva</li> </ul>	

<p><b>Kulturni turizam</b></p> <p>Turizam baštine Eno-gastronomija</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Kulturnjaci' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Mladi parovi/prijatelji (25-35)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, GB, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bogatstvo baštine – povijesni gradići-kašteli, moćne feudalne obitelji, kolijevka hrvatske pismenosti, karnevali, ruralna autentičnost</li> <li>– Živahna gastronomska scena i mjesto autohtone sorta grožđa 'žlahtina'</li> <li>– Ljepota krajolika, blizina, dostupnost i sigurnost</li> <li>– Izuzetno bogata rekreacijska ponuda i velik broj lijepih uređenih plaža</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj: Hoteli</b>, mali obiteljski/boutique hoteli, difuzni hoteli; 4* <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: Kategorizacija prema posebnim standardima ili brend afilijaciji (npr. 'Small&amp;Friendly' ili 'Hotel baština' standardi MINT-a, 'OMH' standardi, domaći i inozemni hotelski brendovi); 'Zeleni' standardi za smještajne objekte; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekti)</li> </ul> </li> <li>– <b>Hrana i piće</b>: Raznolika ponuda restorana, konoba, bistroa, kušaona, OPG; Naglašena ponuda domaće kuhinje; Ponuda različitih vrsta kuhinja <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: Više renomiranih ugostiteljskih objekata; Objekti s inovativnom ili ponudom 's odmakom'; Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika</b>: Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa</li> <li>– <b>Uređenost destinacija</b>: Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, promet u mirovanju; Pješačke zone i lungomare; <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> </ul> </li> <li>– <b>Kulturne i prirodne 'marker' atrakcije</b>: Uređeni lokaliteti (npr. arheološka baština, antički nalazi, sakralni spomenici, botanički vrtovi i sl.), opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: Interaktivni sadržaji; Primjena edutainment pristupa u postavima, vođenju</li> </ul> </li> <li>– <b>Muzejske zbirke i interpretacijski centri</b>: Valorizacija povijesnog nasljeđa (npr. glagoljica, obitelj Frankopan) i kulture života i rada (npr. brodogradnja, suhozidi, mrgari i sl.) kroz nove zbirke; Zbirke opremljene turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: Inovativni postavi; Interaktivni sadržaji; Primjena edutainment pristupa u postavima, vođenju; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera</li> </ul> </li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta</b>: Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda</u>: Dio ruta tematiziran uz ponudu i interpretaciju u skladu s temom; Dio ruta opremljen vidikovcima i odmorištima dojmljivog oblikovanja; Raspoloživi prijedlozi itinerera; Ponuda vođenih tura, uključujući transfere</li> </ul> </li> <li>– <b>Manifestacije</b>: Lokalna događanja; Više otočkih 'marker' manifestacija</li> <li>– <b>Trgovina</b>: 'Krčki dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz'</b>: Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije</b>: Centar za posjetitelje otoka Krka; sustav TIC-eva</li> </ul>	



<p><b>Zdravstveni turizam</b></p> <p>Wellness</p> <p>Lječilišni turizam*</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Zdravstveno osviješteni' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zrela dob (50-65)</li> <li>– Mladi parovi/prijatelji (25-35)</li> <li>– Treća dob (66+)</li> <li>– Osobe s med. indikacijama</li> </ul> </li> <li>▪ D, A, I, SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Inovativna ponuda wellnessa i medicinskog wellnessa bazirana na prirodnim ljekovitim svojstvima klime, mora (talasoterapija) i blata</li> <li>– Blizina, dostupnost i sigurnost</li> <li>– Izuzetno sadržajan otok s bogatom rekreacijskom ponudom, živahnom eno-gastronomskom scenom, raznolikom kulturno-povijesnom baštinom</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> <li>– Dio Kvarnera kao najbolje destinacije zdravstvenog turizma na Jadranu</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj: Hoteli, hotelska resort naselja, mali obiteljski hoteli, obiteljski smještaj; 4*</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Kategorizacija prema posebnim standardima ili brend afilijaciji (npr. 'Wellness' ili 'Health&amp;Fitness' standardi MINT-a, domaći i inozemni hotelski brendovi); Prošireni 'zeleni' standardi za smještajne objekte; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekti)</li> </ul> </li> <li>– <b>Hrana i piće: Raznolika ponuda restorana, konoba, OPG-a, kušaona (ulje, vino, sir); Naglašena ponuda domaće kuhinje; U smještajnim objektima 'zdravi meniji' ili meniji prilagođeni wellness tretmanu</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekata); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost krajolika:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa</li> <li>– <b>Uređenost destinacija:</b> Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, parkiranje; Pješačke zone; 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> <li>– <b>Wellness centri:</b> U sklopu hotela, kampova ili nezavisni objekti; Ponuda masaža, fitnesa, sauna; Opuštajući prostor; 'Zeleni' standardi; Certificirano osoblje <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Liječničke usluge (npr. fizikalna terapija, nutricionizam, alternativna medicina); Orijentacija na talasoterapiju; Proširena ponuda tretmana; Tretmani s prirodnim i lokalnim sastojcima (npr. morska voda, blato, ulja)</li> </ul> </li> <li>– <b>Lječilišni centri:</b> Specijalizacija za određene medicinske indikacije; Orijentacija na talasoterapiju; Specijalizirano medicinsko osoblje; <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Ponuda wellnessa; Opuštajući prostor; Tretmani s prirodnim sastojcima (npr. morska voda, blato, ulja); Usluge nutricionista, alternativne medicine; Međunarodni certifikati</li> </ul> </li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Mreža opremljena otočkom turističkom signalizacijom i interpretacijom</li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijski centri:</b> Centri sportova; Mogućnost najma opreme</li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti, interpretacijski centri, zbirke, muzeji; Opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Krčki dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje otoka Krka; Sustav TIC-eva</li> </ul>	

\*S obzirom na visoku složenost proizvoda lječilišnog turizma te činjenicu da je u ovom trenutku razvoj zdravstveno-lječilišnog kompleksa Meline (općina Dobrinj) kao jedinog projekta ove vrste na otoku Krku tek u ranoj idejnoj fazi, realizacija i komercijalizacija proizvoda ne može se očekivati u vremenskom horizontu ove Strategije do 2020. godine.

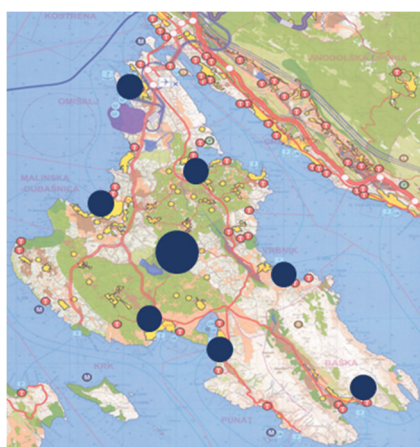
<p><b>Poslovni turizam</b></p> <p>Skupovi Edukacije i treninzi Team-building</p>	<p><b>Glavni ciljni segmenti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 'Poslovni gosti' <ul style="list-style-type: none"> <li>– Tvrtke</li> <li>– Javne institucije</li> <li>– Organizatori skupova, team-buildinga</li> </ul> </li> <li>▪ SLO, HR</li> </ul>	
<p><b>Atributi pozicioniranja otoka Krka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Izuzetno sadržajan otok s bogatom rekreacijskom ponudom, živahnom eno-gastronomskom scenom, raznolikom kulturno-povijesnom baštinom</li> <li>– Blizina, dostupnost</li> <li>– Kvalitetni smještajni objekti i kapaciteti za poslovne skupove</li> <li>– Razvijena okolišno osjetljiva praksa</li> </ul>	
<p><b>Ključni ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Smještaj:</b> Hoteli, hotelska resort naselja, mali obiteljski hoteli; 4*; Besplatan WiFi <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Kategorizacija prema posebnim standardima (npr. 'Meetings' standardi MINT-a; 'Zeleni' standardi za smještajne objekte; Dojmljiva arhitektura i uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekti)</li> </ul> </li> <li>– <b>Hrana i piće:</b> Raznolika ponuda restorana, konoba, OPG-a, kušaona; Naglašena ponuda domaće kuhinje; Ponuda različitih vrsta kuhinja <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Više renomiranih ugostiteljskih objekata; Objekti s inovativnom ili ponudom 's odmakom'; Dojmljivo uređenje interijera (npr. 'duh mjesta', šarm, dizajn objekata); Lokalno uzgojeni proizvodi</li> </ul> </li> <li>– <b>Ponuda catering usluga:</b> Priprema, dostava i usluživanje; Naglašena ponuda domaće kuhinje; Upotreba lokalno uzgojenih proizvoda</li> </ul>	
<p><b>Ključni ne-ugostiteljski sadržaji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Očuvanost i uređenost krajolika:</b> Okolišno osjetljiva prostorno-urbanistička praksa</li> <li>– <b>Uređenost destinacija:</b> Održavane građevine, komunalna oprema, javna hortikultura, parkiranje; Pješačke zone; 'Zeleni' standardi za destinaciju</li> <li>– <b>Kapaciteti za poslovne skupove:</b> Dvorane u hotelima, poslovnim zgradama, kapacitet 10-300 sjedećih mjesta, multifunkcionalne/ pregradive iz većeg u više manjih prostora, moguće zamračivanje, audio i video oprema; WiFi; Prateći ugostiteljski sadržaji <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Elementi proširenog proizvoda:</u> Dvorane ili prostori na 'neuobičajenim' mjestima (npr. povijesne zgrade, kašteli, muzeji, interpretacijski centri, otvoreni prostori), audio i video oprema; Brzi i besplatan WiFi; Mogućnost cateringa</li> </ul> </li> <li>– <b>Ponuda za team-building:</b> Programi za poslovne grupe koji kombiniraju aktivnosti iz domena sporta i rekreacije, adrenalinskog sporta, wellness-a, eno-gastronomije i kulture</li> <li>– <b>Otočka mreža pješačkih i biciklističkih ruta:</b> Pješačke šetnice i staze te biciklističke ceste, staze i putovi različite dužine i težine kroz atraktivan krajolik; Veći dio odvojen od motornog prometa; Dio tematiziran</li> <li>– <b>Sportsko-rekreacijski centri:</b> Centri sportova na moru i kopnu; Mogućnost najma opreme</li> <li>– <b>Prirodne i kulturne 'marker' atrakcije:</b> Uređeni lokaliteti, interpretacijski centri, zbirke, muzeji; Opremljeni turističkom signalizacijom i interpretacijom; Ponuda vođenih obilazaka</li> <li>– <b>Trgovina:</b> 'Krčki dućan' s lokalnim, otočkim i hrvatskim proizvodima</li> <li>– <b>'Turistički prijevoz':</b> Kružni 'hop on – hop off' cestovni prijevoz (npr. mini-bus), mogućnost prihvata bicikla</li> <li>– <b>Turističke informacije:</b> Centar za posjetitelje otoka Krka; Sustav TIC-eva</li> </ul>	

## 7.4. Tematsko profiliranje turističkih klastera otoka Krka

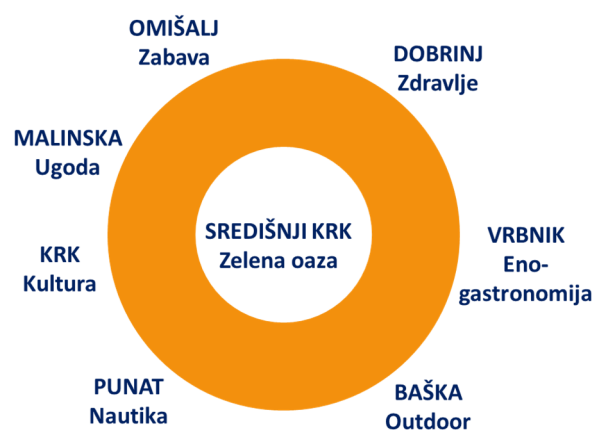
U kontekstu turističkog razvoja prostor otoka Krka moguće je podijeliti u osam klastera. Bez potrebe njihovog preciznog teritorijalnog određivanja, sedam ih se veže za obalni prostor svake od otočkih jedinica lokalne samouprave, odnosno podrazumijeva klustere Omišlja, Dobrinja, Malinske, Vrbnika, Krka, Punta i Baške, dok se osmi i najveći među njima odnosi na središnji, 'zeleni' prostor otoka koji sve jedinice lokalne samouprave dijele i koji ih povezuje.

Iako svi obalni klasteri imaju potencijal razvijati ukupnu ponudu predviđenih turističkih proizvoda (Točka 7.3.) i sukladno tome svi ulažu u razvoj široke palete u mnogočemu sličnih turističkih sadržaja, različita prostorna obilježja, atrakcijska osnova i identitet mjesta istovremeno omogućuju klustersko tematsko profiliranje i diferencijaciju. Središnji, 'zeleni' prostor dodatno pridonosi mogućem diverzitetu. Radi se, pri tome, o komplementarnim 'specijalizacijama' čije isticanje potvrđuje brend koncept i jača imidž otoka Krka kao mjesta koje 'ispunjava' brojnošću sadržaja i raznolikošću iskustava.

Slika 7.6. Tematski profili turističkih klastera otoka Krka



Izvor: Institut za turizam



U tom smislu, pojedini se klasteri otoka Krka pozicioniraju na sljedeći način:

### Omišalj

#### Glavne atrakcije:

Tematski zabavni park Voz-Peškera

Sportsko-rekreacijske zone Selo i Veli vrh

### Zabava

#### Pozicioniranje:

Klaster Omišalj otočko je središte, prije svega, obiteljske zabave. Kao kontrapunkt industrijom i prometnom infrastrukturom opterećenom prostoru, ovdje se nalazi 'grozd' visoko atraktivnih zabavnih i rekreacijskih sadržaja koji imaju potencijal generirati i regionalnu prepoznatljivost otoka Krka.

### Dobrinj

#### Glavne atrakcije:

Zdravstveno-lječilišni kompleks Meline

Wellness centri (samostalni, u smještajnim objektima)

Pješačke i biciklističke staze

Ugostiteljska ponuda zdrave i prirodne hrane

### Zdravlje

#### Pozicioniranje:

Valorizirajući ljekoviti mulj u uvali Soline i tržišnu atraktivnost talasoterapije te kroz ponudu specijaliziranog zdravstveno-lječilišnog i više wellness centara, klaster Dobrinj pozicionira se kao vodeća destinacija zdravstvenog turizma na otoku Krku. Jedinstvenim korištenjem prirodnog blata na Kvarneru, jača poziciju regije kao najbolje destinacije zdravstvenog turizma na Jadranu.

## Malinska

### Glavne atrakcije:

Uređena gradska promenade  
Bogati gradski parkovi  
Uređene i tematizirane plaže duž zaljeva (niz plaža u zaljevu Dubašnica)  
Koncentracija šarmantnih hotela i ugostiteljskih punktova

## Ugoda

### Pozicioniranje:

S koncentracijom malih i boutique hotela visoke kategorije i dojmljivog uređenja, raznolikom i šarmantnom ugostiteljskom ponudom, uređenom obalnom promenadom, bogatom javnom hortikulturom, dugim potezom zaljevom zaštićenih plaža i gostoljubivim domaćinima, Malinska postaje pojam ugode turističkog odmora na Krku.

## Vrbnik

### Glavne atrakcije:

Uređena povijesna jezgra grada  
Vinogradi u Vrbničkom polju, vinska cesta s kušaonicama  
Vinski hotel  
Raznolikost u ponudi kvalitetnih ugostiteljskih objekata

## Eno-gastronomija

### Pozicioniranje:

Status vrbničke žlahtine kao ikone otoka Krka i svakako jednog od vina-ikona Hrvatske, uz stalno rastuću ponudu i kvalitetu restorana, konoba, bistroa i kušaona smještenih u nadasve dojmljivim ambijentima povijesne gradske jezgre ili Vrbničkog polja, osiguravaju Vrbniku status suverenog središta otočke eno-gastronomске scene.

## Krk

### Glavne atrakcije:

Uređena povijesna jezgra grada  
Zidine, kaštel, katedrala, Košljun, Frankopani, manifestacije  
Suvremena kulturna scena (K2UB, multimedijalni centar i sl.)

## Kultura

### Pozicioniranje:

Oblikovan tijekom 3000 godina neprekidnog života te definiran antičkim rasterom ulica, srednjovjekovnim gradskim zidinama, frankopanskim kaštelom, sakralnim kompleksima, ali i hrabrim suvremenim intervencijama, ovaj 'Presjajni grad Krčana' neprikosnoveno je kulturno središte otoka Krka.

## Punat

### Glavne atrakcije:

Uređena obalna promenade  
'Open air' muzej pomorstva, brodogradnje i ribarstva  
Muzej drvene brodogradnje  
Marina Punat

## Nautika

### Pozicioniranje:

Lokacija u jednoj od najzaštićenijih jadranskih uvala određuje poziciju Punta kao, prije svega, mjesta brodova, odnosno nekada mjesta brodogradilišta, a danas, uz to, i mjesta najveće i najbolje marine na otoku Krku te među najnagrađivanijima u Hrvatskoj.

## Baška

**Glavne atrakcije:**

*Uređena Vela plaža*

*Raznolika ponuda uređenih biciklističkih, planinarski i pješačkih staza te penjalista*

*Uređene sportske zone i ronilački centri*

## Outdoor

**Pozicioniranje:**

Dva paralelna gorska lanca, najviši otočki planinski vrh, najveći broj planinarskih i pješačkih staza, sportska penjalista po stijenama s više od 100 opremljenih smjerova, ronilački centri, pa čak i najljepša, skoro dva kilometra duga otočka plaža pozicioniraju Bašku kao najjače mjesto outdoor aktivnosti na otoku Krku.

## Središnji Krk

**Glavne atrakcije:**

*Vrbničko i Baško polje, uređeni maslinici; ponuda OPG-a, kooperativa, malih sirana; lokalni eko proizvodi*

*Uređena sela*

*Etno-sela, suhozidi, mrgari*

*Uređeni sustavi staza*

*Botanički vrt i poučne staze*

## Zelena oaza

**Pozicioniranje:**

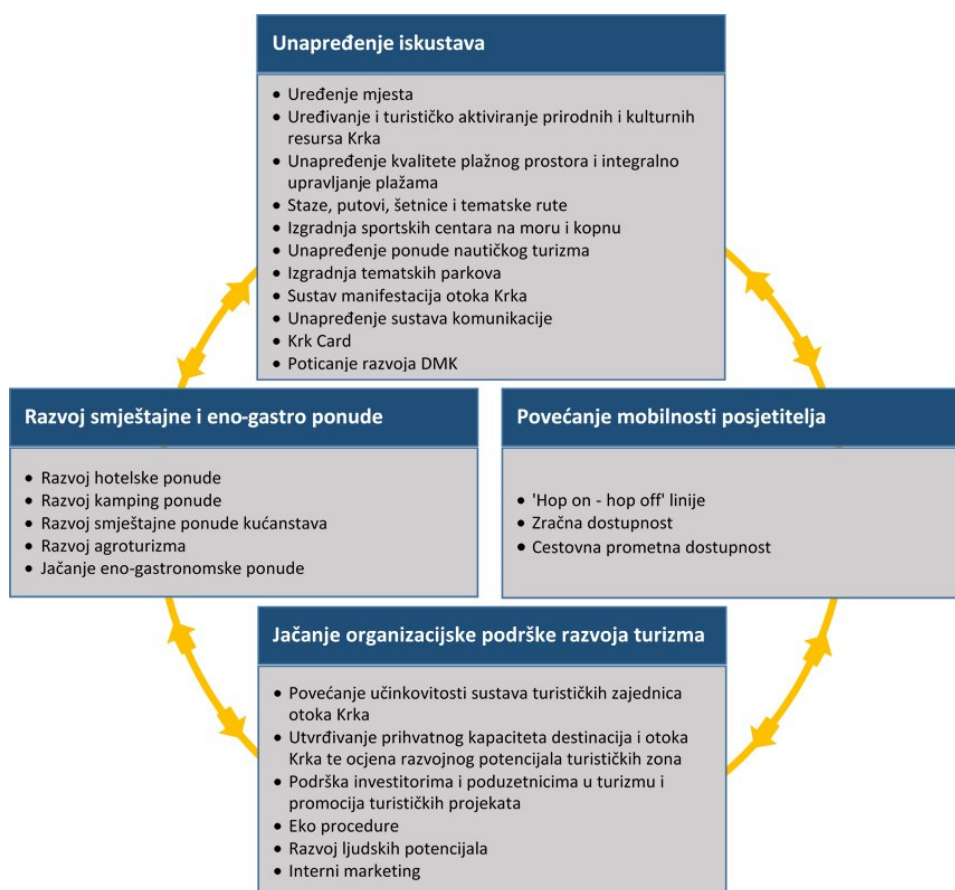
Revitaliziran središnji, ruralni otočki prostor, s maslinicima, vinogradima, poljima, vrtovima, čak i onim botaničkim, mrgarima, suhozidima, stazama i vidikovcima te uređenim tradicionalnim selima, doduše, i s nekim novim, privremenim stanovnicima, zelena je oaza ili – utočište – otoka Krka.

## 8. Akcijski plan

Ostvarenje vizije i ciljeva turizma otoka Krka do 2020. godine ovisi o učinkovitom i posvećenom provođenju ključnih mjera razvoja turizma. To podrazumijeva konsensus nositelja vlasti jedinca lokalne samouprave o potrebi usuglašavanja i koordiniranja aktivnosti koje kreiraju zajedničku sliku otoka Krka kao turističke destinacije te o potrebi provođenja zajedničkih mjera/aktivnosti/projekata koje određuju dugoročnu konkurentnost i održivost turističkog gospodarstva Otoka u cjelini. Uspješna realizacija postavljene strategije podrazumijeva i uspostavu jakog i odgovornog projektnog tima nadležnog za operacionalizaciju koncepcije razvoja turizma otoka Krka, uključujući razvojne dionike iz sfere civilnog sektora te društvenog i gospodarskog života. Plan ostvarenja koncepcije turističkog razvoja otoka Krka podrazumijeva realizaciju 25 mjera svrstanih u četiri programska područja:

- Unapređenje iskustava gostiju
- Razvoj smještajne i eno-gastro ponude
- Povećanje mobilnosti posjetitelja
- Jačanje organizacijske podrške razvoju turizma

Slika 8.1. Programska područja i mjere upravljanja održivim razvojem otoka Krka



Izvor: Institut za turizam

U nastavku se predložene mjere upravljanja održivim razvojem otoka Krka detaljnije obrazlažu, uključujući njihov sadržaj/opis, područje obuhvata, aktivnosti realizacije, nositelje i razdoblje realizacije. Pri tome su Informacije o aktivnostima/projektima pojedinih JLS dobivene su na osnovi provedene ankete i intervjua kao i analize raspoloživih planskih dokumenata (prostorni planovi, strategije razvoja i sl.).

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>8.1. Unapređenje iskustava gostiju</b>						
<b>Uređenje mjesta</b>						
Cilj: Povećanje ambijentalnosti naselja otoka Krka	Općina Omišalj: Omišalj – Labirint povijest (građevinsko-tehnički zahvati; atrakcije)	Općina Omišalj				
Opis: Osim što podiže kvalitetu života lokalnog stanovništva, uređenost turističkih destinacija važan je element zadovoljstva posjetitelja i temelj destinacijske atraktivnosti. Polazeći od definiranih točaka vizije i tržišnog pozicioniranja pojedinih destinacija, stvaranje pozitivnog iskustva boravka u destinacijama specifičnog i autentičnog 'duha mjesta' podržava se poštivanjem autohtone graditeljske tradicije i materijala, uređenjem javnih površina i sadržaja (trgovi, obalni pojasevi, obnova zapuštenih zgrada i fasada, revitalizacija povijesnih jezgri) i/ili uvođenjem novih namjena i sadržaja, ali također i zahvatima poput funkcionalnog i dekorativnog osvjetljavanja, hortikulturnog uređenja i sl.  Mjerom se jedinice lokalne samouprave Otoka usmjeravaju prema vremenski i sadržajno usklađenim aktivnostima uređenja pojedinih naselja odnosno lokaliteta i objekata. Jednako tako, uspostavljaju se i otočke smjernice vezane uz smjerove i načine urbanističko-arhitektonskog održavanja 'duha mjesta' i tradicijske gradnje.	Općina Omišalj: Program uređenja i turistifikacije Omišlja	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Program uređenja i turistifikacije Njivica	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Uređenje parka i šetnica 'Pod crikvun Rosulje'	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Sanacija šetnice Put mora	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Uređenje obalne šetnice: Njivice – Kijac	Općina Omišalj				
	Općina Dobrinj: Uređenje obale Šilo	Općina Dobrinj				
	Općina Dobrinj: Uređenje vidikovca 'Zvonik', Dobrinj	Općina Dobrinj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Uređenje centra Malinske s obalnim pojasom	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Uređenje parkova	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Vrbnik: Obnova svih ulica i trgova u užoj povijesnoj jezgri	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Obnova pročelja javnih zgrada u užoj povijesnoj jezgri	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Luka slobode - Park kulture i kreativnih industrija (Namori)	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Izgradnja Parka poznatih ličnosti i glagoljice	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Multimedijalni kulturni centar	Općina Vrbnik				
	Grad Krk: Uređenje gradske jezgre	Grad Krk				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
	Grad Krk: Sanacija i uređenje gradskih bedema	Grad Krk				
	Grad Krk: Vrtovi grada (uređenje krčke doline, staza, vidikovaca, odmorišta, labirinta, školskog vrta)	Grad Krk				
	Općina Punat: Uređenje centralnog trga naselja Punat	Općina Punat				
	Općina Punat: Uređenje parkova u naselju Punat	Općina Punat				
	Općina Punat: Izgradnja multifunkcionalnog objekta (zabavni/kulturnim/trgovački sadržaji)	Općina Punat				
	Općina Punat: Uređenje obalne promenade	Općina Punat				
	Općina Baška: Uređenje mjesta (ulica) – Baška	Općina Baška				
	Općina Baška: Uređenje mjesta (ulica) – Jurandvor	Općina Baška				
	Općina Baška: Uređenje mjesta (ulica) – Draga Baščanska	Općina Baška				
	<b>Otok Krk: Smjernice o načinima urbanističko-arhitektonskog održavanja 'duha mjesta'</b>	TZ otoka Krka				
<b>Uređenje i turističko aktiviranje prirodnih i kulturnih resursa otoka Krka</b>						
<p>Cilj: Održiva turistifikacija vrijedne prirodne i kulturne baštine otoka Krka te uspostavljanje novih atrakcija</p> <p>Opis: Bogatstvo zaštićene prirodne i kulturne baštine (četiri posebna ornitološka i šumska rezervata, brojne kulturno povijesne cjeline te pojedinačna kulturna dobra), ali i druge atrakcije Otoka, posebice iz domene kulture života i rada, predstavljaju osnovicu širenja palete turističkih proizvoda i podizanja konkurentnosti cjelokupnog lanca vrijednosti odnosno kreiranja pozitivnih iskustava. Stoga se planiraju i realiziraju projekti održivog turističkog aktiviranja prirodne i kulturne baštine koji podrazumijevaju ulaganje u podizanje kvalitete postojeće i izgradnju nove turističke infrastrukture usmjerene na osiguranje mogućnosti obilaska, dostupnosti, informacija te pružanja</p>	Općina Omišalj: Revitalizacija spomeničke baštine Fulfinum-Mirine; arheološki park	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Landauf – kuća muzej	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Plan stavljanja Jezera u turističku funkciju	Općina Omišalj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Uređenje Dubašljanske kuće baštine, Bogovići	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Sv. Vid – mali muzej s nalazima ranokršćanskog naselja Cickini	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Vrbnik: Uređenje muzejskog prostora 'Tragom vrbničke baštine'	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Uređenje 'Etno kuće'	Općina Vrbnik				



Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>tematiziranih edukativnih, zabavnih i rekreativnih sadržaja, ali i sadržaja vezanih uz sanitarije, odlagališta otpada, ugostiteljske i trgovačke usluge, odmorišta/igrališta, vođenje i radionice.</p> <p>Kao aktivnost koja ima potencijal osigurati repozicioniranje otoka Krka na turističkom tržištu izdvaja se projekt osmišljavanja i uspostavljanja Integralnog – eko muzeja otoka Krka (projekt se detaljnije razrađuje u poglavlju 9).</p>	Općina Vrbnik: Sanacija ribarskih kućica u Vrbniku	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Organizacija upravljanja projektom razvoja kulturnog turizma	Općina Vrbnik				
	Grad Krk: Centar za kulturu grada Krka	Grad Krk				
	Grad Krk: Uređenje multimedijalnog kulturnog centra u gradu Krku	Grad Krk				
	Grad Krk: Uređenje interpretacijskog centra u Krku	Grad Krk i PGŽ				
	Grad Krk: Izgradnja multifunkcionalnih dvorana (Velika vijećnica, Dom kulture, trgovački centar)	Grad Krk				
	Grad Krk: Provedba projekta 'Ornitološki rezervat Ponikve'	Grad Krk				
	Grad Krk: Uređenje park šume Košljun	Grad Krk				
	Općina Punat: Koncept Muzeja pomorstva, brodogradnje i ribarstva ('open air' muzej)	Općina Punat				
	Općina Punat: Razrada koncepta Muzeja drvene brodogradnje	Općina Punat				
	Općina Baška: Valorizacija mlinova, perila i mrgara	Općina Baška				
	Općina Baška: Jadranska kulturna baština	Općina Baška				
	Općina Baška: Vinsko raskrižje	Općina Baška				
	Općina Baška: Izgradnja glagoljaškog centra Jurandvor-Sv. Lucija	Općina Baška				
	Općina Baška: Valorizacija etnografskog muzeja	Općina Baška				
	Općina Baška: Rekonstrukcija i uključivanje u ponudu objekata u vlasništvu Općine	Općina Baška				
	Općina Baška: Valorizacija arheoloških nalazišta	Općina Baška				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija				
			2017.	2018.	2019.	2020.	
	<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Integrirani – eko muzej otoka Krka</b>	KGKiOOK <sup>18</sup> i TZ Otoka Krka					
<b>Unapređenje kvalitete plažnog prostora i integralno upravljanje plažama</b>							
<p>Cilj: Pozicioniranje otoka Krka kao kvarnerskog lidera u kvaliteti ponude plaža</p> <p>Opis: Na području otoka Krka nalaze se neke od najljepših plaža Kvarnera i Jadrana, no, iako primarna turistička atrakcija i motiv dolaska gostiju, plaže su još uvijek u velikoj mjeri zapušten resurs, a naročito problematičan u vrijeme 'špice' turističke sezone (gužve, zagađenje mora, nedostatak parkiranja i sl.). To potvrđuju i rezultati praćenja zadovoljstva gostiju koji ukazuju da su 'opremljenost i uređenost plaža' među lošije ocijenjenim elementima ponude. Nameće to potrebu bitnog unapređenja niza elemente ponude vezane uz plažni prostor. Podizanje zadovoljstva posjetitelja podrazumijeva unapređenje pristupa, parkinga, sanitarno-higijenskih uvjeta, uključujući praćenje kvalitete mora, sigurnosti te prilagođavanja ciljnim tržišnim segmentima destinacije kroz tematiziranje plaža i sukladno podizanje obujma i kvalitete rekreacijskih, sportskih, zabavnih i ugostiteljskih sadržaja. U tom smislu potrebno je pokrenuti implementaciju <i>Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama na području PGŽ</i> u kojem su obuhvaćene i plaže otoka Krka.</p> <p>S obzirom na željenu poziciju otoka Krka kao kvarnerskog lidera u kvaliteti plaža, a i u kontekstu šireg pozicioniranja Otoka kao najbolje destinacije za obiteljski odmor na Jadranu, nameće se potreba razrade sustava dodatnih, zajedničkih 'krčkih nadstandarda' i usuglašenog upravljanja plažama na razini cijelog Otoka.</p>	Općina Omišalj: Uređenje plaže Večja	Općina Omišalj					
	Općina Omišalj: Uređenje plaža i obalne zone Njivice-Kijac	Općina Omišalj					
	Općina Dobrinj: Uređenje plaža	Općina Dobrinj					
	Općina Malinska – Dubašnica: Uređenje plaža	Općina Malinska – Dubašnica					
	Općina Vrbnik: Uređenje i opremanje plaža	Općina Vrbnik					
	Grad Krk: Proširenje i uređenje javnih plaža (plaže za invalide i starije osobe)	Grad Krk					
	Grad Krk: Uređenje plaže Dražica s vježbalištem na otvorenom	Grad Krk					
	Općina Punat: Komunalno opremanje prirodnih plaža Punat-Stara Baška	Općina Punat					
	Općina Punat: Idejni projekt montažnog sistema plaža	Općina Punat					
	Općina Baška: Uređenje Vele plaže	Općina Baška					
	Općina Baška: Uređenje plaže Zablacé-Zarok i zone sporta	Općina Baška					
		<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Krčke plaže</b>	KGKiOOK i TZ Otoka Krka				
	<b>Razvoj i uređenje staza, putova, šetnica i tematskih cesta</b>						
	Cilj:	Općina Dobrinj: Uređenje biciklističkih staza	Općina Dobrinj i TZ Općine Dobrinj				

<sup>18</sup> KGKiOOK – Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka.

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>Širenje i podizanje atraktivnosti mreže pješačkih i biciklističkih staza i ruta otoka Krka te uspostavljanje turističkih tematskih cesta</p> <p>Opis: Bogata ponuda biciklističkih i pješačkih staza, puteva i ruta jedna je od prepoznatljivih značajki turističke ponude otoka Krka dok biciklistička 11,5 km duga staza Malinska – Punat predstavlja jednu od najprepoznatljivijih staza na Kvarneru. Daljnji razvoj ove ponude bitno pridonosi željenom pozicioniranju otoka Krka kao najboljeg otoka za sportsko-rekreacijski odmor na Jadranu.</p> <p>Mjerom se osigurava širenje postojećeg sustava staza te uspostavljanje zaokružene otočka mreža glavnih i kapilarnih staza i ruta. Cijeli se sustav sadržajno upotpunjuje turističkom signalizacijom i interpretacijom, gastro sadržajima te vidikovcima, odmorištima i igralištima/izletištima, pokretnim sanitarijama, odlagalištima otpada, a posebno važno je i tematiziranje pojedinih staza. Razrađuju se itinereri prikladni različitim temama (npr. prirodna i kulturna baština, kultura života i rada, eno-gastronomija, rekreacija i sl.) te se osigurava ponuda pripadajućih sadržaja uz/u blizini staze..</p> <p>Podržavajući proizvod sporta i rekreacije (hodanje, penjanje, adrenalinski sportovi), razvoj ponude staza, putova i šetnica podrazumijeva njihovo prilagođavanje različitim interesnim i dobnim skupinama, organizaciju stručnog vođenja i škola, ali i različitih natjecanja (npr. sportsko penjanje, trekking, downhill i sl.). Dodatno podizanje atraktivnosti moguće je ostvariti povezivanjem staza s različitim edukativnim sadržajima (npr. botanički vrt, interpretacijske točke i sl.).</p> <p>Unapređenje otočke ponude uključuje i razvoj novih turističkih atrakcija kao što su panoramske žičare koje posjetiteljima mogu na ekološki prihvatljiv način pružiti mogućnost istraživanja bitno većeg, često i teško pristupačnog, područja te jedinstvene vizure i opuštajući doživljaj.</p> <p>U tom smislu, predviđena je realizacija ujedinjavajućeg otočkog projekta koji ima potencijal repozicionirati Krk kao turističku destinaciju.</p>	Općina Dobrinj: Uređenje šetnica	Općina Dobrinj i TZ Općine Dobrinj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Izgradnja šetnica i biciklističkih staza 'lungo mare' duž obalnog pojasa	Općina Malinska – Dubašnica: i TZ Općine Malinska – Dubašnica				
	Općina Vrbnik: Opremanje biciklističkih i pješačkih staza	Općina Vrbnik i TZ Općine Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Uređenje vinske ceste s kušaonicama (bijela cesta oko Vrbničkog polja)	Općina Vrbnik i TZ Općine Vrbnik				
	Grad Krk: Biciklističke i pješačke staze (kontinuirano)	Grad Krk i TZ Grada Krka				
	Grad Krk: Projekt 'Šetnice i biciklističke staze na području Šotoventa'	Grad Krk i TZ Grada Krka				
	Grad Krk: Uređenje puta uz uvalu Jarjacul	Grad Krk i TZ Grada Krka				
	Grad Krk: Izgradnja spoja biciklističke staze i šetnice Dunatu	Grad Krk i TZ Grada Krka				
	Općina Punat: Sustav biciklističkih staza	Općina Punat i TZ Općine Punat				
	Općina Punat: Uređenje obalne promenade kamp Pile - kamp Konobe	Općina Punat i TZ Općine Punat				
	Općina Punat: Razvoj tematskih putova (vino, maslinovo ulje, gastronomija)	Općina Punat i TZ Općine Punat				
	Općina Baška: Izgradnja žičare Zarok	Općina Baška i TZ Općine Baška				
	Općina Baška: Razvoj poučnih i eko staza	Općina Baška i TZ Općine Baška				
	Općina Baška: Poučna staza Baško polje	Općina Baška i TZ Općine Baška				
	Općina Baška: Uređenje 2 nove mountain bike staze	Općina Baška i TZ Općine Baška				
	Općina Baška: Daljnje uređenje postojećih staza (npr. odmorišta, vidikovci i sl.)	Općina Baška i TZ Općine Baška				
	<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Sustav staza otoka Krka</b>	TZ otoka Krka				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>Izgradnja sportskih centara na moru i kopnu</b>						
<p>Cilj: Širenje destinacijske ponude usluga usmjerenih na sport i rekreaciju</p> <p>Opis: Mjera podrazumijeva razvoj sportsko-rekreacijske ponude na kopnu i moru prilagođene različitim ciljnim segmentima potražnje jačajući poziciju otoka Krka kao najbolje otočke destinacije za sportsko-rekreacijski odmor na Jadranu. Predviđene aktivnosti kreću se u rasponu od osuvremenjivanja postojeće ponude i izgradnje novih sadržaja do uspostavljanja i unapređenja širokog spektra usluga povezanih sa sportom i rekreacijom kao glavnim motivom putovanja odnosno sa sportsko-rekreacijskim aktivnostima kao važnom sporednom aktivnosti i elementom sveukupnog zadovoljstva brojnih drugih ciljnih segmenata posjetitelja (grupni i individualni trening, škole i edukacijski programi, najam opreme i servis, manifestacije, sportske pripreme i sl.).</p> <p>Uz podršku realizaciji niza projekata planiranih u JLS, mjera je usmjerena i na sagledavanje mogućnosti/opravanosti pokretanja inicijativa za realizaciju novih projekata u sferi adrenalinskih sportova, golfa te plivanja (bazeni).</p>	Općina Omišalj: Sportski centar Omišalj (uređenje postojećeg centra, dvorana, bazen, tenis itd.)	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Razrada koncepta najbolje uporabe rekreacijske zone Veli vrh	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Razrada koncepta najbolje uporabe rekreacijske zone Selo	Općina Omišalj				
	Općina Dobrinj: Uređenje fitnessa na otvorenom	Općina Omišalj				
	Općina Vrbnik: Izgradnja multifunkcionalne sportske dvorane	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Izgradnja sportskog parka	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Uređenje Centra ronjenja	Općina Vrbnik i privatni investitor				
	Grad Krk: Izgradnja i uređenje vanjskih sportskih igrališta	Grad Krk				
	Grad Krk: Izgradnja i uređenje bazena Dražica	Grad Krk				
	Grad Krk: Izgradnja i uređenje zgrade Jedriličarskog kluba Plav	Grad Krk				
	Grad Krk: Izgradnja i uređenje sportskog centra Josip Pepi Uravić	Grad Krk				
	Grad Krk: Izgradnja i uređenje sportsko-rekreacijske zone Lizer	Grad Krk				
	<b>Otok Krk: Plan razvoja sportske infrastrukture iz perspektive turističkog razvoja</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Unapređenje ponude nautičkog turizma</b>					
	<p>Cilj: Povećanje konkurentnosti proizvoda nautičkog turizma otoka Krka</p> <p>Opis: Tržišni trendovi u nautičkog turizmu, kako jahting tako i krusing segmentu, upućuju na stalan rast kvalitete ponude, razvoj 'čistih' tehnologija, razvoj novih proizvoda te pojavu novih segmenata</p>	Općina Omišalj: Ribarska obala, Njivice	Lučka uprava Krk, Općina Omišalj			
Općina Omišalj: Marina Voz Peškera (u okviru definiranja koncepta korištenja cijele zone)		Lučka uprava Krk, , Općina Omišalj				
Općina Malinska – Dubašnica: Uređenje lukobrana		Lučka uprava Krk, Općina Malinska - Dubašnica				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
potražnje. Skraćuje se boravak nautičara na plovilu uz rast aktivnosti kojima se bave tijekom putovanja.	Grad Krk: Rekonstrukcija krčke luke (nautički i komunalni vezova, privez malih kruzera)	Lučka uprava Krk, Grad Krk				
Mjerom se stoga razvoj nautičke ponude usmjerava prema podizanju razine usluga priveza i boravka plovila u lukama nautičkog turizma i lukama otvorenim za javni promet te obogaćivanju i podizanju kvalitete popratnih sadržaja i njihove komercijalizacije/paketiranja prilagođenih očekivanjima i potrebama različitih segmenata nautičkih turista. Jednako tako, potiče se i izgradnja novih vezova za privez brodice i jahti u lukama nautičkog turizma te lukama otvorenim za javni promet, uključujući i izgradnju infrastrukture za prihvat malih i boutique brodova na kružnim putovanjima. Posebna se pozornost pridaje promociji primjene suvremenih metoda zaštite eko-sustava.	Općina Punat: Uređenje javne luke	Lučka uprava Krk, Općina Punat				
	Općina Punat: Izgradnja nautičkog tehnološkog parka	Općina Punat				
	Općina Baška: Rekonstrukcija i dogradnja luke Baška (komunalni i nautički vezovi)	Lučka uprava Krk, Općina Baška				
	Općina Baška: Izgradnja luke i marine Sorbova	Lučka uprava Krk, Općina Baška				
	<b>Otok Krk: Sustav zbrinjavanja otpada povezan sa sidrenjem izvan luka</b>	Ponikve d.o.o.				
<b>Izgradnja tematskih parkova</b>						
Cilj: Širenje destinacijske ponude usluga usmjerenih na zabavu i rekreaciju	Općina Omišalj: Procjena koncepta najbolje uporabe i opravdanosti izgradnje aquaparka Kijac	Općina Omišalj u suradnji s privatnim investitorom				
Opis: <i>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</i> (NN 55/13) prepoznaje tematske zabavne parkove kao novu atrakcijsku osnovu u funkciji generiranja dodatnih motiva dolaska, ravnomjernije prostorne distribucije potražnje te povećanja turističke potrošnje. Neovisno o tipu parka koji se uobičajeno razlikuju prema vrsti, temi i sadržajima (npr. 'water-fun', adrenalinski, zabavno-poučni, itd.), uspostavljaju se pretpostavke za razvoj društveno opravdanih investicijskih projekata usmjerenih na lokalnu destinacijsku potražnju, odnosno i otočku, pa čak i regionalnu i međunarodnu. Polazeći od iskazanih poduzetničkih interesa te razvojnog potencijala pojedinih lokacija na Otoku, sagledavaju se poželjni poslovno-upravljački koncepti, usklađuju razvojni prioriteti i sagledava društvena opravdanost odnosno daje eventualna podrška izmjenama prostorno planske dokumentacije.	Općina Omišalj: Njivice – Kijac pustolovno-tematski park	Općina Omišalj				
	Općina Dobrinj: Izgradnja parka za vodene sportove (Aquapark Čičići)	Općina Dobrinj suradnji s privatnim investitorom				
	Općina Dobrinj: Uređenje tematskih (prirodnih) parkova	Općina Omišalj				
	Grad Krk: Izgradnja tematskog parka	Grad Krk u suradnji s privatnim investitorom				
	Općina Baška: Izgradnja zabavnog centra Zablaće	Općina Baška u suradnji s privatnim investitorom				
	<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Koncept razvoja TZ Voz-Peškera</b>	Općina Omišalj uz u suradnji s PGŽ i TZ Otoka Krka/KGKiOOK				
<b>Osnaživanje sustava manifestacija otoka Krka</b>						
Cilj: Širenje destinacijske ponude zabave i jačanje prepoznatljivosti otoka Krka	Općina Omišalj: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Omišalj i TZ Općine Omišalj				
Opis:	Općina Dobrinj: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Dobrinj TZ Općine Dobrinj				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija				
			2017.	2018.	2019.	2020.	
<p>Uz daljnji razvoj ponude manifestacija na razini JLS, mjera je usmjerena na stvaranje nekoliko nacionalno, pa čak i međunarodno prepoznatljivih manifestacija. To je moguće kroz jačanje pojedinih i/ili povezivanje te sadržajno i vremensko koordiniranje već postojećih srodnih manifestacija u jedno značajnije događanje. Usmjerava se prema odabranim tematskim područjima u skladu s najvažnijim turističkim proizvodima i ciljnim segmentima Otoka, a posebice u sferi obiteljskog odmora, eno-gastronomije, sporta i rekreacije te kulture.</p> <p>Aktivnost je usmjerena i na sagledavanje poželjnosti i mogućnosti pokretanja manifestacije(a) i/ili festivala orijentiranih na međunarodnu potražnju mladih gostiju.</p>	Općina Malinska –Dubašnica: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Malinska – Dubašnica i TZ Općine					
	Općina Vrbnik: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Vrbnik i TZ Općine Vrbnik					
	Grad Krk: Realizacija tradicionalnih manifestacije Grada	Grad Krk i TZ Grada Krka					
	Općina Punat: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Punat i TZ Općine Punat					
	Općina Baška: Realizacija tradicionalnih manifestacije Općine	Općina Baška i TZ Općine Baška					
	<b>Otok Krk: Ocjena potencijala i mogućnosti povezivanja postojećih manifestacija pojedinih JLS u jedinstvena otočka događanja</b>	TZ otoka Krka					
	<b>Otok Krk: Ocjena potencijala ponude manifestacija usmjerenih na mlade</b>	TZ otoka Krka					
	<b>Otok Krk: Organiziranje zajedničkog tržišnog nastupa</b>	TZ otoka Krka					
	<b>Unapređenje sustava komunikacije</b>						
	<p>Cilj: Povećanje prepoznatljivosti i poželjnosti otoka Krka te podizanje razine informiranosti gostiju</p> <p>Opis: Mjera obuhvaća daljnji razvoj sustava komunikacije otoka Krka i pojedinačnih otočkih destinacija s turističkim tržištem. Radi se o inovaciji tekstualnog i slikovnog sadržaja koji se koristi u promociji te o unapređenju oblika promocije i osuvremenjivanju načina informiranja gostiju. Podrazumijeva intenziviranje <i>online</i> promocije i odnosa s javnošću, prilagođavanje <i>offline</i> komunikacije potrebama gostiju te inoviranje promocijskih konstanti, odnosno optimiziranje sustava informacijskih centara i uspostavu otočkih standarda za izradu i primjenu turističke signalizacije i interpretacije.</p>	Općina Omišalj: Poslovno-upravljački koncept otočkog Centra za posjetitelje (proširenje postojećeg projekta PUO u nadležnosti ARZ d.d.)	Općina Omišalj u suradnji s ARZ d.d. i TZ Kvarnera, TZ otoka Krka				
Općina Vrbnik: Brendiranje i Tim promotora Vrbnika		Općina Vrbnik i TZ Općine Vrbnik					
Općina Punat: Unapređenje sustava smeđe signalizacije i interpretacije		Općina Punat i TZ Općine Punat					
<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Otočki komunikacijski sustav</b>		TZ otoka Krka					
<b>Uvođenje Krk Card-a</b>							
Cilj:	<b>Otok Krk: Osmišljavanje programa Kvarner Card</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka					

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>Podizanje razine potražnje/kupnje različitih izvansmještajnih usluga na području otoka Krka</p> <p>Opis: Uspostavljanje programa odnosa s kupcima zasnovanog na vezanoj prodaji različitih izvansmještajnih usluga na području Otoka kao oblika 'kupnje unaprijed' (<i>pre-paid</i>) odnosno kao stjecanja prava na kupnju pojedinih proizvoda i usluga uz popust. Uobičajeno je da takva karta/ulaznica, uz unaprijed definirano trajanje, objedinjuje mogućnost korištenja usluga javnog prijevoza (uključujući i <i>hop on – hop off</i> linije), ulaska u različite ustanove i atrakcije (npr. muzeji, interpretacijski centri, žičare i sl.) te mogućnost kupnje destinacijskih ili otočkih proizvoda i usluga uz popust (primjerice korištenje sportskih sadržaja, suveniri i sl.).</p> <p>Uspješna realizacija pretpostavlja praćenje uspješnosti i kvalitete usluga, ali i poticanje pružatelja usluga na uključivanje u program.</p>	<b>Otok Krk: Verifikacija i implementacija programa</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Sustav poticanja/podrške pružateljima usluga</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Kontrola realizacije i kvalitete usluga</b>	TZ otoka Krka				
<b>Poticanje razvoja destinacijskih menadžment kompanija</b>						
<p>Cilj: Jačanje destinacijskog lanca vrijednosti te povećanje potrošnje turista</p> <p>Opis: Važnu ulogu u stvaranju složenih destinacijskih proizvoda imaju destinacijske posredničke agencije odnosno destinacijske menadžment kompanije čija održivost i tržišna pozicija ovisi o usporednom poznavanju obilježja ciljnih tržišnih segmenata i razumijevanju poslovanja i pozicioniranja pružatelja usluga. Kako bi se ubrzalo stvaranje i dostigla željena kvaliteta i specijalizacija takvih turističkih posrednika, uspostavlja se okvir pružanja organizacijske i posredničke pomoći destinacijskim menadžment kompanijama u razvoju ciljanih (inovativnih) proizvoda kroz osiguranje informacija vezanih uz praćenje iskustva i zadovoljstva posjetitelja ponuđenim uslugama, osiguranje pristupa marketinškim alatima i informacijama, povezivanje i predstavljanje ponuđačima usluga i sl.</p>	Općina Omišalj: Jačanje funkcija DMK	Općina Omišalj				
	<b>Otok Krk: Razvoj tržišno održivih otočkih složenih turističkih proizvoda</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				
		TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Osiguranje pristupa marketinškim alatima i informacijama</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Povezivanje dionika i poticanje vertikalnog udruživanja</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Promocija županijskih mjera poticanja DMK</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Praćenja iskustva i zadovoljstva posjetitelja uslugama DMK</b>	TZ otoka Krka				





Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>Razvoj kamping ponude</b>						
<p>Cilj: Rast ponude kvalitetnog kampinškog smještaja prilagođenog očekivanjima i potrebama ciljnih tržišnih segmenata</p> <p>Opis: Potencijalni rast kapaciteta kampova i sličnih objekata ograničava se na 1.500 novih ležajeva do 2020. godine. Uz razvoj tematiziranih malih i srednjih kamova radi se na povećanju kvalitete postojeće kamping ponude uključujući povećanje kategorije, uspostavljanje novih sadržaja i inovativnih oblika dodatnog smještaja).</p> <p>U procesu izgradnje i/ili tržišnog repozicioniranja postojećih objekata, jedinice lokalne samouprave vode brigu o osiguravaju uvjeta za postizanje ekološke, društvene i ekonomske održivosti projekata.</p> <p>Poseban naglasak stavlja se na promociju primjene suvremenih praksi u sferi pasivne izgradnje i renoviranja objekata, energetske učinkovitosti te korištenja ekoloških proizvoda i lokalnih namirnica u uslugama hrane i pića.</p>	Općina Omišalj: Kamp Njivice, nastavak uređenja	Privatni investitor				
	Općina Omišalj: Kamp Pušća, uređenje, kategorija 3*, 300 novih parcela, igrališta i sl.	Privatni investitor				
	Općina Vrbnik: Uređenje 2 kampa	Privatni investitor				
	Općina Punat: Osuvremenjivanje kampa Konobe te inovativnog turističkog smještaja	Privatni investitor				
	Općina Punat: Rekonstrukcija kampa Pila	Privatni investitor				
	Općina Punat: Povećanje kapaciteta i osuvremenjivanje kampa Škrila	Privatni investitor				
<b>Razvoj smještajne ponude kućanstava</b>						
<p>Cilj: Povećanje iskorištenosti komercijalnog smještajnog kapaciteta kućanstava</p> <p>Opis: Povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta u kućanstvima podrazumijeva proširenje sadržaja i povećanje kvalitete ponude (uključujući i unutarnje i vanjsko uređenje objekata te pružanje usluga doručka), ali i podizanje znanja i vještina pružatelja usluga smještaja, proširivanje destinacijske ponude i destinacijskog menadžmenta, kao i interesnog udruživanja, monitoringa kvalitete usluga te informacijske podrške i pojačane promocije, s posebnim naglaskom na povećanje sudjelovanja u sustavu kvalitete Kvarner Family.</p> <p>U uvjetima konstantnog i ubrzanog rasta smještanih kapaciteta kućanstava, rast novih kapaciteta do 2020. godine dimenzionira se na 1.500 ležajeva što podrazumijeva i prenamjenu dijela postojećih kapaciteta i objekata u obiteljske hotele, pansionere ili integralne/difuzne hotele.</p>	Grad Krk: Program financijskog poticanja kvalitete	Grad Krk				
	Općina Punat: Izgradnja B&B	Općina Punat				
	Općina Punat: Upravljanje kvalitetom obiteljskog smještaja	Općina Punat i TZ Općine Punat				
	Općina Baška: Izmjene prostornog plana u funkciji povećanja kvalitete nove izgradnje	Općina Baška				
	<b>Projekt repozicioniranja otoka Krka: Unapređenje i transformacija obiteljskog smještaja</b>	TZ Otoka Krka i KGKiOOK				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>Poseban naglasak stavlja se na promociju primjene suvremenih praksi u sferi pasivne izgradnje i renoviranja objekata, energetske učinkovitosti te korištenja ekoloških proizvoda i namirnica u uslugama smještana te hrane i pića.</p> <p>U cilju ostvarivanja postavljenog cilja pokreće se zajednička otočka aktivnost unapređenja i transformacije obiteljskog smještaja, kao jedan od ključnih projekata repositioniranja otoka Krka.</p>						
<b>Razvoj agroturizma</b>						
<p>Cilj: Razvoj kvalitetne ponude agroturizma</p> <p>Opis: Razvoj agroturističke ponude na području unutrašnjeg, ruralnog dijela Otoka, podrazumijeva preuređenje i aktiviranje postojećih ili izgradnju novih ruralno-turističkih smještajnih objekata dijelom vezanih uz obiteljska poljoprivredna domaćinstva. Poseban segment mjere odnosi se na usmjeravanje izgradnje sukladno: (i) urbanističko-arhitektonskim rješenjima koja uspostavljaju i poštuju ruralni ambijent naselja te autohtone graditeljske izričaje te (ii) značajkama i očekivanjima suvremene potražnje. Pri tome se naglašava primjena suvremenih praksi u sferi pasivne izgradnje i renoviranja objekata, energetske učinkovitosti te korištenja lokalnih, ekoloških proizvoda i namirnica u uslugama smještana te hrane i pića.</p> <p>U cilju održivog upravljanja razvojem središnjeg ruralnog prostora Otoka, pokreće se izrada integrirajućeg projekta kojim se pruža okvir njegove dugoročno održive revitalizacije, ali i osigurava tržišno repositioniranje odnosno pozicija najboljeg otoka za ruralni odmor na Jadranu.</p>	Općina Dobrinj: Promocija gradnje kuća za odmor s bazenima u unutrašnjosti (Kras, Sv. Vid Dobrinjski)	Općina Dobrinj				
	Općina Dobrinj: Revitalizacija poljoprivrede i osnivanje zadruge	Općina Dobrinj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Razvoj koncepta etno-selo Dubašnice	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Očuvanje sela, poticanje poljoprivrede i stočarstva	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Vrbnik: Izgradnja OPG-ova sa smještajem	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Razvoj ekološke poljoprivrede	Općina Vrbnik				
	Grad Krk: Razvoj poljoprivrede (maslinarstvo i stočarstvo)	Grad Krk				
	Grad Krk: Razvoj robne marke za 'lokalnu i organsku proizvodnju'	Grad Krk				
	Grad Krk: Banka sjemena autohtonih otočkih vrsta	Grad Krk				
	Grad Krk: Eko tržnica	Grad Krk				
	Grad Krk: Razvoj OPG-ova i turističkih sadržaja u selima	Grad Krk				
	Općina Punat: Izgradnja OPG	Općina Punat				
	Općina Punat: Izgradnja nekoliko malih sirana	Općina Punat				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
	Općina Punat: Revitalizacija tradicionalnih mediteranskih kultura	Općina Punat				
	Općina Baška: Revitalizacija poljoprivrede u Baškom polju	Općina Baška				
	<b>Projekt repositioniranja otoka Krka: Razvoj i očuvanje središnjeg ruralnog prostora otoka Krka</b>	KGKIOOK i TZ Otoka Krka				
<b>Jačanje eno-gastronomske ponude</b>						
Cilj: Diversifikacija i unapređenje ponude pripreme i usluživanja hrane i pića	Općina Omišalj: Povezivanje lokalne proizvodnje i turizma	Općina Omišalj				
Opis: Unatoč iznimkama, eno-gastronomska ponuda otoka Krka u uvjetima izuzetno sezonske turističke potražnje nije dovoljno profilirana te ne raspolaže privlačnom snagom da potakne putovanja motivirana eno-gastro iskustvima. Budući da eno-gastro ponuda predstavlja i jedan od ključnih elemenata destinacijskog lanca vrijednosti i važan faktor zadovoljstva posjetitelja, pojačava se intenzitet aktivnosti usmjerenih na unapređenje i diverzifikaciju usluga (ambijent i atmosfera objekta, izbor i kreativnost jela i vina, kvaliteta namirnica, vještine i konzistentnost kuhanja i usluživanja), podizanje prepoznatljivosti, povezivanje te organizaciju specijaliziranih manifestacija i festivala. Jačanje eno-gastronomske ponude otoka Krka povezano je i s širenjem spektra i unapređenjem organizacije tematskih eno-gastronomskih cesta (npr. cesta žlahtine, cesta krčkog maslinovog ulja, cesta krčkog sira, cesta krčke janjetine i sl.) te promocijom korištenja ekoloških i tradicionalnih namirnica u uslugama hrane i pića.	Općina Punat: Upravljanje kvalitetom gastronomije	Općina Punat				
	<b>Otok Krk: Poticanje umrežavanja i vertikalne integracije dionika eno-gastro usluge/proizvoda</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS				
	<b>Otok Krk: Poticanje razvoja trgovačke ponude eno-gastro proizvoda otoka Krka</b>	TZ otoka Krka i JLS				
	<b>Otok Krk: Pružanje tehničke pomoći za unapređenje i razvoj eno-gastro usluga na području otoka Krka</b>	KGKIOOK i TZ Otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Provedba povezanih aktivnosti: manifestacije, ceste, promocija Kvarner Gastro/Food</b>	KGKIOOK i TZ Otoka Krka				
<b>8.3. Povećanje mobilnosti gostiju</b>						
<b>'Hop on - hop off' linije</b>						
Cilj: Unapređenje mobilnosti posjetitelja i podizanje atraktivnosti obilaska resursno atrakcijske osnove	Grad Krk: Uspostavljanje javne autobusne linije 'City Tour Krk'	Grad Krk				
Opis:	Otok Krk: Analiza potreba/mogućnosti uvođenja cestovnih i/ili morskih 'hop on – hop off' linija	TZ Otoka Krka i KGKIOOK				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>Uspostavljanje autobusne i/ili morske 'hop on – hop off kružne' turističke linije(a) koja pruža iskustvo sigurnog i udobnog obilaska interesantnih lokacija na području Krka tijekom određenog vremena (primjerice jedan ili više dana) uz stimulativne cijene. Takve turističke linije opremaju se za razgledanje (audio-vizualna interpretacija na različitim jezicima, pokretni krov, wifi, osvježanje) te omogućavaju prihvat opreme specifičnih segmenata potražnje (bicikli, daske za jedrenje i sl.). Iako primarno prijevozno sredstvo, 'hop on - hop off' linija(e) imaju potencijal postati zasebne atrakciju te osigurati/potaknuti komercijalizaciju brojnih usluga Otoka.</p> <p>Dodatno se sagledava mogućnost uspostavljanja redovnih destinacijskih i međudestinacijskih brodskih linija tijekom glavne, ali i pred i post, sezone koje bi omogućavale bolju otopku povezanost s kopnom (primjerice pravci Opatijska rivijera – Otok Krk ili Crikveničko-vinodolska rivijera – Otok Krk) kao i povezanost između otočkih uzmorskih destinacija te prirodnih i kulturnih atrakcija.</p>	Otok Krk: Razmatranje ekonomske opravdanosti pojedinih linija te izbor koncesionara	KGKiOOK i pojedine JLS Otoka				
<b>Zračna dostupnost</b>						
Cilj: Podići razinu korištenja Zračne luke Rijeka	Otok Krk: Jačanje cestovne povezanosti JLS otoka Krka i Zračne luke Rijeka	Pojedine JLS otoka Krka i KGKiOOK				
Opis: Razvojnou strategijom Primorsko-goranske županije 2016.-2020. modernizacija Zračne luke Rijeka s ciljem osiguranja sigurnosno prometnih uvjeta za odvijanje zračnog prometa sukladno zahtjevima nacionalnih i europskih standarda uvrštena je među strateške županijske projekte.	Otok Krk: Umrežavanje dionika i lobiranje za modernizaciju Zračne luke Rijeka	Pojedine JLS otoka Krka i KGKiOOK				
Uz modernizaciju, podizanje razine korištenja zračne luke Rijeka podrazumijeva i provedbu različitih mjera usmjerenih na povećanje atraktivnosti ove luke za zračne prijevoznike odnosno uvođenje novih linija (npr. cjenovna politika, udruženi marketing, povezivanje destinacija Kvarnera te šireg okruženja i zračne luke hidroavionskom mrežom), ali i postupnu snažniju orijentaciju turističkog sektora (posebice na području Krka) na segmente potražnje sklone putovanjima zrakoplovom.	Otok Krk: Zajedničko planiranje linija i nastupa na daljim tržištima	TZ otoka Krka u suradnji s TZ pojedinih JLS				
Važno je osigurati i bolju prometnu povezanost zračne luke s najvažnijim turističkim destinacijama otoka/Kvarnera (autobusne linije i sl.).						

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>Cestovna prometna dostupnost</b>						
<p>Cilj: Unapređenje otočke destinacijske i interdestinacijske cestovne povezanosti</p> <p>Opis: Kapacitet glavne otočke ceste (državna cesta 102) te posebice uskog prometnog grla kod Krčkog mosta u razdoblju visoke turističke sezone i/ili lošijeg vremena ne zadovoljava niti potrebe lokalnog stanovništva niti posjetitelja. Stoga se u suradnji s Županijom potiče realizacija projekata povećanja propusnosti tog prometnog pravca (posebno u dijelu od Krčkog mosta do Valbiske).</p> <p>Ni propusna moć cesta u većini je otočkih mjesta ne zadovoljava, a problem predstavlja i promet u mirovanju. Pretpostavlja to sagledavanje/verificiranje prometnih rješenja unapređenja situacije na lokalnim razinama, u rasponu od prometne i turističke signalizacije do unapređenja/izgradnje prometne infrastrukture.</p> <p>Posebnu pozornost valja posvetiti i sustavu javnog destinacijskog i međudestinacijskog cestovnog prijevoza kako radi povećanja mobilnosti posjetitelja tako i bitnog povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva.</p> <p>Konačno, povećanje cestovne mobilnosti nalaže i širenje mreže punionica za električna vozila.</p>	Općina Omišalj: Uređenje ceste Jezero-Hotel Beli Kamik	Općina Omišalj				
	Poboljšanje cestovnog prometa u nadležnosti JLS (studije/ realizacija)	Pojedine JLS otoka Krka				
	Otok Krk: Unapređenje sustava prometne signalizacije u nadležnosti JLS otoka Krka (studije/realizacija)	Pojedine JLS otoka Krka				
	Otok Krk: Umrežavanje dionika i lobiranje za rješavanje problema prometa na otoku Krku	KGKiOOK				
	Otok Krk: Unapređenje sustava javnog prijevoza	Pojedine JLS otoka Krka i KGKiOOK				
<b>8.4. Jačane organizacijske podrške razvoja turizma</b>						
<b>Povećanje učinkovitosti sustava turističkih zajednica otoka Krka</b>						
<p>Cilj: Povećanje učinkovitosti upravljanja turizmom na razini Otoka</p> <p>Opis: Sustav upravljanja turizmom na razini otoka Krka i pojedinih jedinica lokalne samouprave predstavlja ključan faktor optimiziranja turističkog razvoja u skladu s načelima održivosti. Stoga se osigurava unapređenje upravljačkog i organizacijskog modela destinacijskog menadžmenta, ali i sustava u cjelini. To podrazumijeva povezivanje i partnerstvo svih ključnih dionika razvoja turizma u cilju koordiniranja aktivnosti te jačanje kadrovske i financijske osnovice za realizaciju</p>	Otok Krk: Razvoj koncepta transformacije funkcija TZ odnosno uspostavljanja funkcija DMO	TZ otoka Krka i TZ JLS				
	Otok Krk: Stvaranje preduvjeta za funkcionalnu preobrazbu TZ Otoka Krka i pojedinih TZ JLS sukladno definiranom konceptu transformacije: zadaci, kadrovi, znanja i vještina, financiranje, učinci	KGKiOOK i TZ otoka Krka				
	Otok Krk: Uspostavljanje sustava monitoringa učinkovitosti sustava TZ otoka Krka	KGKiOOK				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<p>zajedničkih mjera, projekata i aktivnosti razvoja turizma odnosno uspostavljanje sustava turističkih iskustava (proizvoda) otoka Krka, uklanjanje razvojnih ograničenja u domeni jedinica lokalne samouprave, kao i uspostavljanje informacijske podrške za definiranje i praćenje ključnih indikatora uspješnosti destinacijskog menadžmenta na razini pojedinih jedinica lokalne samouprave te Otoka u cjelini.</p> <p>Realizacija mjere podrazumijeva i aktivnu i izravnu uključenost predstavničkih, izvršnih i upravnih tijela kao i turističkih zajednica jedinica lokalne samouprave Otoka, uključujući i Koordinaciju Grada Krka i Općina otoka Krka u realizaciji ove <i>Strategije razvoja turizma otoka Krka do 2020. godine</i> kao i provedbu različitih programa podizanja razine svijesti stanovništva i poduzetnika otoka Krka o važnosti i razvojnim potencijalima usuglašenog razvoja turizma Otoka.</p>						
<b>Utvrđivanje prihvatnog kapaciteta destinacija i otoka Krka, koncepta održivog razvoja središnjeg ruralnog prostora Otoka te ocjena razvojnog potencijala turističkih zona</b>						
Cilj:	Općina Omišalj: Otvaranje nove T1 zone na području Njivica	Općina Omišalj i JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ				
Opis:	Općina Baška: Proširenje kapaciteta turističkih zona	Općina Baška i JU Zavod za prostorno uređenje PGŽ				
Polazeći od fizičko, ekološko, infrastrukturnih, kao i socio-demografskih te političko ekonomskih faktora prihvatnog kapaciteta destinacija, utvrđuje se prihvatni kapacitet pojedinih destinacija iz perspektive turista koji borave u komercijalnim (smještajni objekti, luke nautičkog turizma), ali i nekomercijalnim kapacitetima (stambeni objekti, kuće i stanovi za odmor) kao i jednodnevnih posjetitelja (tranzit, izleti i sl.).	<b>Projekt repositioniranja otoka Krka: Turistički prihvatni kapacitet otoka Krka</b>	KGKiOOK i TZ otoka Krka				
Osim aktivnosti pojedinih JLS, mjerom se pokreće realizacija projekta repositioniranja otoka Krka usmjerenog na utvrđivanje turističkog prihvatnog kapaciteta otoka Krka.	<b>Projekt repositioniranja otoka Krka: Razvoj i očuvanje središnjeg ruralnog prostora otoka Krka</b>	KGKiOOK i TZ otoka Krka				
Ocjena prihvatnog kapaciteta destinacija uspostavlja i kvalitetan okvir za procjenu razvojnog potencijala 27 otočkih turističkih zona ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja, ali i osmišljavanja razvoja i očuvanja središnjeg ruralnog prostora Otoka.						

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>Podrška investitorima i poduzetnicima u turizmu i promocija turističkih projekata</b>						
<p>Cilj: Podizanje razine investicijske aktivnosti usuglašene s vizijom i ciljevima razvoja turizma otoka Krka</p> <p>Opis: Uz očekivanu realizaciju mjera poticanja poduzetničke i investicijske aktivnosti u turizmu na nacionalnoj (<i>Strategija razvoja turizma RH do 2020.</i>) i županijskoj razini (<i>Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016.-2020. godine; Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020. godine</i>), ubrzavanje investicijske aktivnosti javnog i privatnog sektora usuglašeni s vizijom i ciljevima razvoja turizma otoka Krka znači prije svega pokretanje aktivnosti usmjerenih na unapređenje poduzetničke potporne funkcije javnog sektora. To podrazumijeva transparentno pružanje relevantnih informacija vezanih uz pripremu javnih i privatnih projekata u turizmu, povećanje apsorpcijskog kapaciteta turističkog sektora za EU fondove/programe te razvoj i međunarodnu prezentaciju konceptualno razrađenih projekata/projektne ideje visokog razvojnog potencijala održivog razvoja turizma Otoka (veličina lokacije/zone, analiza postojeće infrastrukture, prihvatni kapacitet, tržišno pozicioniranje, sadržaji, dodatne infrastrukturne potrebe i mogućnosti načina njihovog osiguravanja). Procjenjuje se mogućnost opravdanost uspostavljanja zajedničke otočke potporne institucije usmjerene na podizanja razine investicijske aktivnosti javnog i/ili privatnog sektora te unapređenja potpora za ciljani razvoj turističke ponude, kao nadopune aktivnostima koje provode pojedine JLS i Županija.</p>	Općina Omišalj: Osnivanje udruge iznajmljivača obiteljskog smještaja	Općina Omišalj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Osnivanje turističkog grozda Dubašnice	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Osnivanje agencije za poticanje razvoja odgovornog turizma	Općina Malinska – Dubašnica				
	Grad Krk: Uspostava razvojne agencije	Grad Krk i Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka				
	Općina Punat: Uspostava kooperative/klastera poljoprivrednih proizvođača	Općina Punat				
	<b>Otok Krk: Info-paket za investitore u turističke aktivnosti na području otoka Krka</b>	KOGiOOK i TZ Otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Formiranje baze valoriziranih projektne ideje javnog i privatnog sektora u turizmu Otoka</b>	KOGiOOK				
	<b>Otok Krk: prezentacija razvojno-investicijskih projekata (konferencije, obilazak, tender procedure)</b>	KOGiOOK				
	<b>Eko procedure – Okolišno odgovorno ponašanje</b>					
<p>Cilj: Podizanje razine primjene suvremenih eko-procedura u turističkom sektoru Otoka</p> <p>Opis: Otok Krk kao jedan od hrvatskih lidera na području zaštite okoliša i energetske učinkovitosti provodi programe energetske neovisnog</p>	Općina Omišalj: Uvođenje programa okolišno odgovornog ponašanja	Općina Omišalj				
	Općina Malinska – Dubašnica: Program energetske učinkovitosti u turizmu	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Program eko-standarda u turizmu	Općina Malinska – Dubašnica				

Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
otoka s 0% emisije stakleničkih plinova te smanjivanja otpada, njegovog odvojenog prikupljanja, vrednovanja i ponovnog korištenja. U okviru tako postavljenih ciljeva, pokreću se dodatne aktivnosti usmjerene na promociju programa održivog ponašanja ('eko svijesti') u sferi turizma. Uz aktivnosti pojedinih jedinica lokalne samouprave to na razini cijelog otoka Krka podrazumijeva pokretanje projekta Okolišno odgovorno ponašanje u turizmu za koji se ocjenjuje da ima potencijal podržati repositioniranje Otoka na turističkom tržištu.	Općina Vrbnik: Eko hotelijerstvo	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Eko kamping	Općina Vrbnik				
	Grad Krk: Razvoj zelenog gospodarstva	Grad Krk				
	<b>Projekt repositioniranja otoka Krka: Okolišno odgovorno ponašanje u turizmu</b>	KOGiOOK i TZ Otoka Krka				
<b>Razvoj ljudskih potencijala</b>						
Cilj: Podizanje razine znanja i vještina zaposlenih u privatnom i javnom sektoru u djelatnostima izravno ili neizravno vezanim uz turizam na području otoka Krka	Općina Omišalj: Edukacija privatnih iznajmljivača	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Edukacija TZ djelatnika	Općina Omišalj				
	Općina Omišalj: Edukacija ugostitelja o autohtonoj ponudi	Općina Omišalj				
Opis: Stručnost i raspoloživost kvalitetnih kadrova potencijalno predstavlja razvojno ograničenje turizma Hrvatske, Kvarnera, ali i otoka Krka (demografski trendovi, odljev radne snage, niska privlačnost određenih zanimanja u ugostiteljstvu i sl.). Stoga se i na nacionalnoj i na županijskoj razini pripremaju brojne aktivnosti usmjerene na jačanje ljudskih potencijala javnog i privatnog sektora uključenog u turizam. U tom smislu jedinice lokalne samouprave Otoka podržavaju i uključuju se u realizaciju mjera usmjerenih na cjeloživotno obrazovanje za potrebe turizma u privatnom, ali i javnom sektoru (uključujući djelatnike u javnim kulturnim, obrazovnim, komunalnim institucijama), programe stipendiranja kao i edukaciju obiteljskih iznajmljivača uključujući i pružatelje usluga agroturizma te poljoprivrednike zainteresirane za privređivanje povezano s turističkom potražnjom (sukladno <i>Strateškom planu razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016.-2020.</i> ).	Općina Malinska – Dubašnica: Organizacija radionica za privatne iznajmljivače (informatika, strani jezici)	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Malinska – Dubašnica: Organizacija okruglih stolova (odgovorni i održivi turizam, proizvodi)	Općina Malinska – Dubašnica				
	Općina Vrbnik: Edukacija u turizmu (radionice, predavanja)	Općina Vrbnik				
	Općina Vrbnik: Edukacija za poljoprivrednike (sustavi kvalitete, potrebe turističkog tržišta)	Općina Vrbnik				
	Grad Krk: Organizacija tečajeva i radionica (strani jezici, nove tehnologije, upravljanje destinacijom)	Grad Krk				
	Grad Krk: Edukacija ugostitelja (Gastronaut)	Grad Krk				
	Općina Baška: Edukacija privatnih iznajmljivača (difuzni hoteli, Kvarner Family)	Općina Baška				
	<b>Otok Krk: Realizacija programa edukacije obiteljskih iznajmljivača (Kvarner Family)</b>	TZ otoka Krka				



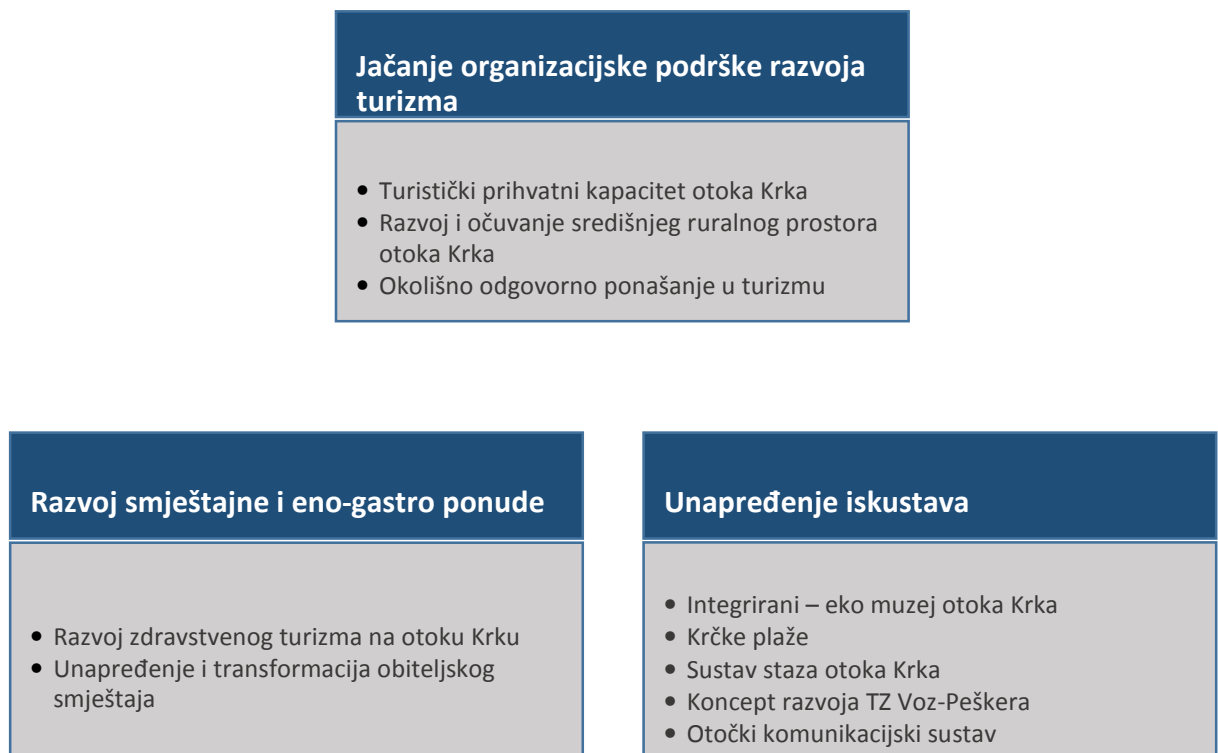
Cilj i opis mjere	Područje obuhvata/Aktivnosti	Nositelji	Realizacija			
			2017.	2018.	2019.	2020.
<b>Interni marketing</b>						
<p>Cilj: Usklađivanje aktivnosti lokalnog stanovništva i dionika s vizijom i ciljevima razvoja turizma otoka Krka</p> <p>Opis: Realizacija niza aktivnosti fokusiranih na informiranje lokalnog stanovništva i dionika o željenom razvoju te uspostavljenoj viziji i ciljevima razvoja turizma otoka Krka odnosno mogućnosti njihovog uključivanja u realizaciju mjera/projekata ostvarivanja vizije. Aktivnosti internog marketinga usmjerene na podizanje turističke atraktivnosti cijelog područja Otoka uključuju izradu posebnih, internih mikro-web stranica, tematskih info-edukativnih radionica kao i različitih studijskih putovanja.</p>	Općina Omišalj: Provođenje kampanje internog marketinga	TZ općine Omišalj				
	<b>Otok Krk: Predstavljanje Strategije razvoja turizma otoka Krka do 2020. dionicima i stanovništvu</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Izrada mikro web stranice usmjerene na lokalne dionike</b>	TZ otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Poticanje vertikalnog i horizontalnog umrežavanja: tematske radionice i materijali</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				
	<b>Otok Krk: Uspostava 'tematskih radionica i predavanja' vezanih uz razvoj turizma otoka Krka</b>	TZ otoka Krka i TZ JLS otoka Krka				

## 9. Projekti repozicioniranja turizma otoka Krka

Uz realizaciju Akcijskog plana, ostvarenje postavljene vizije i ciljeva razvoja turizma otoka Krka podrazumijeva i realizaciju nekoliko projekata repozicioniranja ponude Otoka ključnih za održiv razvoj usuglašen s ključnim tržišnim trendovima te, time, i za stvaranje prepoznatljive destinacije koja će dodatno privući pozornost ciljane međunarodne potražnje.

Projekti repozicioniranja definirani su na osnovi poznavanja jakih i slabih strana ponude Otoka kao i uvida u ključne značajke okruženja koji određuju prilike i ograničenja razvoja turizma, ali i provedenih strateških radionica te dubinskih intervjua s nositeljima turističke aktivnosti na Otoku. Predloženi projekti jednako su tako odraz i strateškog okvira koji postavljaju *Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine* (NN 55/13) te *Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine* koji, u cilju podizanja konkurentnosti turizma, naglašavaju potrebu osiguranja sadržajnosti, kvalitete i emotivnog naboja turističkih doživljaja, unapređenja destinacijskog menadžmenta, ali prije svega i osiguranja dugoročnog održivog, prostorno i sezonski ravnomjernijeg turističkog razvoja. U tom smislu, u ovom dijelu detaljnije se sagledava deset projekata koji kroz sinergijsko djelovanje pojedinih jedinica lokalne samouprave imaju potencijal i osigurati održiv razvoj Otoka i povećati konkurentsku sposobnost gospodarskih subjekata naslonjenih na turističku potražnju, ali se i odgovarajućim sadržajima i značajkama ponude dodatno približiti ciljnim tržišnim 'lifestyle' segmentima. Projekti su usmjereni na jačanje organizacijske podrške razvoju turizma, unapređenje iskustava turista te razvoj smještajne i eno-gastro ponude.

Slika 9.1. Projekti repozicioniranja turizma otoka Krka



Izvor: Institut za turizam

S obzirom da se radi o projektima repozicioniranja ponude Otoka, realizacija svakog od projekata predstavlja aktivnost najvišeg prioriteta.

## Turistički prihvatni kapacitet otoka Krka



<b>Područje</b>	Jačanje organizacijske podrške razvoja turizma
<b>Cilj</b>	Utvrđivanje dugoročnog turističkog prihvatnog kapaciteta otoka Krka te procjena razvojnog potencijala turističkih zona
<b>Pozicioniranje</b>	Uspostavljanje dugoročnog održivog razvojnog okvira upotrebe prostora kao nositelja tržišnog repositioniranja otoka Krka
<b>Opis</b>	<p>Turistički prihvatni kapacitet predstavlja maksimalan broj istodobnih posjetitelja koji mogu posjetiti turističku destinaciju bez da naruše njezine ekonomske, fizičke, ekološke i socio-kulturne značajke te kvalitetu boravka (prema UNWTO). Projektom se stoga, polazeći od očekivanih promjena fizičkih, ekoloških, klimatskih, infrastrukturnih, kao i socio-demografskih te političko ekonomskih faktora, utvrđuje prihvatni kapacitet cijelog otoka i pojedinih destinacija iz perspektive turista koji borave u komercijalnim i nekomercijalnim kapacitetima kao i jednodnevnih posjetitelja (tranzit, izleti i sl.). Izračun prihvatnog kapaciteta stoga mora odražavati postavljenu viziju razvoja odnosno valorizaciju mogućih (dugoročnih) razvojnih scenarija pojedinih destinacija, ali i otoka u cjelini jer se radi o konceptu koji ne smije biti odraz samo fizičkih/fiksnih komponenti već i brojnih promjenjivih društveno-ekonomskih-ekoloških faktora (primjerice u sferi turističke aktivnosti valja voditi računa o faktorima kao što su dubina i širina destinacijskog lanca vrijednosti, proizvodni portfelj, ciljna tržišta, cjenovno pozicioniranje).</p> <p>Ocjena prihvatnog kapaciteta destinacija uspostavlja i kvalitetan okvir za procjenu razvojnog potencijala 27 otočke turističke zone</p>

izvan naselja. Naime, prostorno-planskom dokumentacijom (PP PGŽ) planirano je 12 pretežito/djelomično izgrađenih te 15 neizgrađenih zona s ukupnim kapacitetom planiranih neizgrađenih zona od 19.780 ležajeva (T1 - 4.550; u T2 - 450; u T3 - 820; u T1 i/ili T2 13.960).

Uz prihvaćen razvojni okvir koji proizlazi iz načela održivog razvoja kao i utvrđenog maksimalno prihvatljivog rasta komercijalnih smještajnih kapaciteta na Otoku do 2020. godine, s jedne strane, ali i potrebe usmjeravanja razvoja novih smještajnih kapaciteta, posebice na području turističkih zona izvan naselja, procjena razvojnog potencijala zona pruža okvir za prepoznavanje zona najvećeg potencijala realizacije odnosno zona prioritnog razvoja kao odraza interesa pojedinih destinacija i otoka u cjelini. Pri tome se za prioritne zone razrađuje koncept najboljeg korištenja kao podloga za predstavljanje projekta investitorima i pregovaranje.

<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jedinice lokalne samouprave otoka Krka</li> <li>- Zavod za prostorno uređenje PGŽ</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uspostava ekspertne skupina za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>- Utvrđivanje dugoročnog turističkog prihvatnog kapaciteta otoka Krka i pojedinih jedinica lokalne samouprave</li> <li>- Procjena razvojnog potencijala planiranih područja ugostiteljsko-turističke namjene izvan naselja kao i eventualne korekcije te usklađivanja prostorno planske dokumentacije na razini Županije i pojedinih JLS</li> <li>- Osiguranje financijskih sredstava iz HR i EU fondova</li> <li>- Utvrđivanje turističkih zona najvećeg razvojnog potencijala, izrada koncepta najboljeg održivog korištenja za prioritne zone te predstavljanje projekata potencijalnim investitorima</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sredstva proračuna JLS</li> <li>- Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>- Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: <http://destination.unwto.org>; <http://www.dailymail.co.uk>

## Razvoj i očuvanje središnjeg ruralnog prostora Otoka



<b>Područje</b>	Jačanje organizacijske podrške razvoja turizma
<b>Cilj</b>	Održiva turistifikacija središnjeg ruralnog prostora otoka Krka
<b>Pozicioniranje</b>	Otok Krk je najbolje mjesto odmora u zelenom i autentičnom ruralnom prostoru na jadranskim otocima
<b>Opis</b>	<p>Razvoj ruralnog turizma u blizini obalnih destinacija izuzetno je potentan turistički proizvod koji danas već i u najbližem okruženju (npr. Istra) pokazuje puni potencijal. Otok Krk u ovom trenutku raspolaže s velikim i još uvijek 'netaknutim' ruralnim prostorom koji je moguće relativno brzo razviti na održiv način, ali još i brže devastirati nekontroliranom, masovnim turizmom motiviranom, izgradnjom. Ključni faktori uspjeha ruralnog turizma upućuju na poželjan smjer razvoja središnjeg dijela Krka. Radi se o potrebi očuvanja krajolika, autentičnoj i pažljivo interpretiranoj rehabilitaciji urbanističkih sklopova, arhitekture, interijera kao i poštovanju lokalnih i autohtonih materijala. Uz 'osjećaj za mjesto', suvremeni trendovi naglašavaju i važnost smještaja 'malih razmjera' kao spoja individualnosti, ambijentalnosti i opremljenosti te lokalne gastronomije i raspoloživosti pratećih sadržaja i aktivnosti.</p> <p>U tom se smislu, projektom razvoja i očuvanja središnjeg ruralnog prostora otoka Krka uspostavlja plan korištenja i uređenja ovog prostora kao zajedničkog napora svih JLS, uz naglasak na definiranju smjernica za turističku gradnju kao i pružanje stručne savjetodavne pomoći prije izrade projektne dokumentacije i izdavanja dozvola. Projektom se isto tako osiguravaju aktivnosti podizanja razine svijesti dionika o</p>

	potencijalu i faktorima uspjeha ruralnog turizma te unapređenja znanja i vještina pružatelja usluga (uključujući i ispunjavanje poštivanje međunarodnih standarda kao što su standardi 'European Federation of Farm and Village Tourism') te interesno povezivanje i komuniciranje s tržištem. Razvoj ponude ruralnog turizma povezan je i s tematskim eno-gastro cestama kao i razvojem širokog spektra sadržaja i usluga usmjerenih prema specifičnim segmentima turista u ruralnom turizmu (npr. outdoor, kultura života i rada i sl.) odnosno s unapređenjem proizvodnje i komercijalizacije lokalnih proizvoda i suvenirna.										
<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinice lokalne samouprave otoka Krka</li> <li>– TZ otok Krk te TZ Grada Krka i Općina otoka Krka</li> <li>– Zavod za prostorno uređenje PGŽ</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupina za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Zajedničke aktivnosti JLS: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Izrada Masterplana razvoja središnjeg Krka: Izrada 'Baze autentično krčke baštine'; Smjernice za revitalizaciju postojećih sela kroz poljoprivredu i turizam; Smjernice za turističku gradnju; Vrste i lokacije pratećih sadržaja u funkciji 'komplementarnih različitosti'</li> <li>– Potpora JLS-ovima: Razumijevanje 'faktora uspjeha'; Informacije za OPG; Informacije za investitore</li> </ul> </li> <li>– Pojedinačne aktivnosti JLS: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Usklađivanje prostornih planova i Masterplana; Osiguranje podrške OPG-ima i investitorima pri planiranju projekta (npr. informacije, stručna savjetodavna služba za gradnju i opremanje, dobra praksa); Sustav potpora za OPG; Definiranje pratećih javnih sadržaja, uz potrebnu dokumentaciju (npr. projekti, studije opravdanosti)</li> </ul> </li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna JLS</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Sredstva EU fondova/programa</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2017.	2018.	2019.	2020.					
	2017.	2018.	2019.	2020.							

Fotografije: Dokumentacija Instituta za turizam

## Okolišno odgovorno ponašanje u turizmu

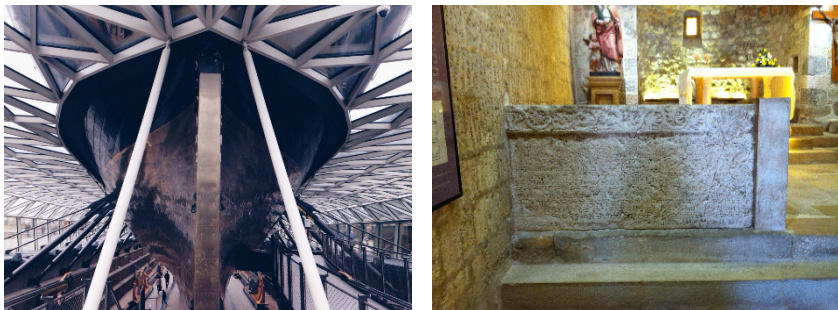


<b>Područje</b>	Jačanje organizacijske podrške razvoja turizma
<b>Cilj</b>	Uspostavljanje sustava okolišne odgovornosti u turizmu
<b>Pozicioniranje</b>	Otok Krk je 'šampion okolišne odgovornosti u turizmu'
<b>Opis</b>	<p>Nadovezujući se na izuzetno uspješne aktivnosti usmjerene na zaštitu okoliša koje otok Krk svrstavaju među lidere u Hrvatskoj u provođenju programa smanjivanja otpada, njegovog odvojenog prikupljanja, vrednovanju i ponovnom korištenju kao i u stvaranju energetske neovisnog otoka s 0% emisije stakleničkih plinova, projektom se osmišljavaju i pokreću aktivnosti usmjerene na promociju programa održivog ponašanja ('eko svijesti') u sferi turizma. To se posebno odnosi na edukaciju pružatelja usluga i zaposlenih u turizmu uključujući i privatne iznajmljivače te vlasnike kuća i stanova za odmor, poticanje primjene 'zelenih' aktivnosti kako u izgradnji tako i poslovanju različitih subjekata izravno i neizravno uključenih u turizam Otoka u rasponu od proizvodnje hrane ili trgovine do rekreativnih, prijevoznih i smještajnih usluga.</p> <p>Prepoznajući i usklađujući se s aktivnostima Županije u sferi razvoja i primjene 'zelenih standarda Kvarnera', projektom se provode i aktivnosti održavanja korištenja međunarodno relevantnih dobrovoljnih eko-oznaka kojim proizvođači i pružatelji usluga dokazuju da poštuju visoke standarde zaštite okoliša (npr. EU Ecolabel) kako bi se dodatno podigla vjerodostojnost i prepoznatljivost okolišno odgovornih mjera te pružila dodatna 'vrijednost' suvremenim visoko ekološki osviještenim posjetiteljima.</p>

<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinice lokalne samouprave otoka Krka</li> <li>– Ponikve d.o.o.</li> <li>– Turističko gospodarstvo i pružatelji usluga obiteljskog smještaja</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupina za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Zajedničke aktivnosti JLS: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Razrada info programa osvještavanja smještajnih objekata i marina o zelenoj praksi (npr. projektiranje, materijali, upravljanje otpadom, energijom, vodom; izvori financijskih poticaja/olakšica)</li> <li>– Razrada programa očuvanja mora (lokacije fiksnih sidrišta s mogućnosti preuzimanje otpada, lokacije zaštite i revitalizacije cvjetnice, uspostava koridora 'mirne plovidbe')</li> <li>– Presentacija mreže NATURA 2000 u turističkim objektima</li> <li>– Pokretanje inicijativa rehabilitacije prostora (npr. nagršeni, ignorirani, napušteni prostori)</li> </ul> </li> <li>– Pojedinačne aktivnosti JLS: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Provođenje programa osvještavanja smještajnih objekata o zelenoj praksi (diseminacija info materijala, izvođenje edukativnih radionica, stručna savjetovanja/podrška pri planiranju projekta)</li> <li>– Sudjelovanje u mjerama očuvanja mora</li> <li>– Provođenje mogućih inicijativa rehabilitacije prostora</li> </ul> </li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna JLS</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Sredstva EU fondova/programa</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: <http://www.ekootokrkr.hr>; <http://ec.europa.eu>

## Integrirani – eko muzej otoka Krka



<b>Područje</b>	Unapređenje iskustava
<b>Cilj</b>	Inovativna prezentacija baštine otoka Krka u funkciji podizanja razine zaštite i atraktivnosti
<b>Pozicioniranje</b>	Tematiziranjem i objedinjavanjem muzejska građe s područja Otoka 'Integrirani – eko muzej otoka Krka' postaje nositelj kulturne ponude Otoka kao jedinstvena, vrijedna i tržišno prepoznatljiva muzejska zbirka od osobite važnosti za povijest i kulturu Županije i Hrvatske
<b>Opis</b>	<p>Unapređenje zaštite i prezentacije kulturne baštine planiraju i provode sve JLS otoka Krka. Polazeći od tih aktivnosti, ali i potrebe da se kulturom motiviranoj potražnji Otok predstavi i s jakom muzejskom zbirkom koja će postati 'must see' i kreator pozitivnog imidža, uspostavlja se mreža inovativno, <i>in situ</i>, prezentirane dislocirane baštine koja povezivanjem jača svoju ukupnu privlačnost. Otok Krk nudi brojne jedinstvene teme oko kojih se 'raspršena' građa može graditi pri čemu ključan faktor uspjeha ovakvog 'novog' muzeja predstavlja osiguranje organizacijskih i financijski pretpostavki, ali i primjena suvremenih muzejskih praksi u interaktivnoj prezentaciji sadržaja, inovativnosti postava kao i dojmljivih urbanističko-arhitektonskih rješenja oblikovanju lokacija/objekata.</p> <p>Organizacija muzeja pretpostavlja odabir snažnih otočkih tema (npr. Rimljani, Frankopani, otočki život, otočka flora, otočki akvariji) kao i dogovor oko modaliteta prezentacije/integracije disperziranih sadržaja (npr. <i>open-air</i> muzej, disperzirani muzej;</p>

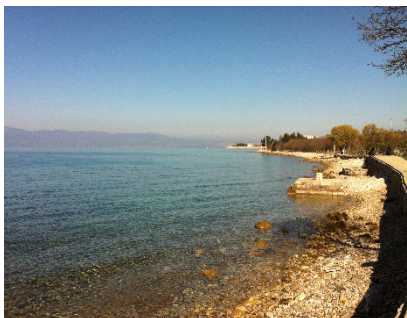
povezivanje tematski sličnih sadržaja na različitim mjestima u jedan sa zajedničkim ulaznicama, 'cirkulirajućim' prijevozom) te razvoja koncepta interaktivnosti (npr. dodirni, 'nauči uraditi sam').

U realizaciji ovog otočkog integrirajućeg projekta, JLS osiguravaju provođenje pojedinih projekata prema zajedničkom konceptu (izvođenje zahvata obnove, rukovođenje, organizacija te osiguranje financijske konstrukcije).

<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka i TZ otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ministarstvo kulture RH</li> <li>– Primorsko-goranska županija – Upravni odjel za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravni odjel za pomorsko dobro, promet i veze, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj</li> <li>– Jedinice lokalne samouprave s područja otoka Krka</li> <li>– Pojedini TZ-ovi jedinica lokalne samouprave na području Otoka</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupina za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Definiranje koncepta integriranog – eko muzeja otoka Krka</li> <li>– Razrada programa uređenja/turistifikacije lokaliteta</li> <li>– Osiguranje izvora financiranja</li> <li>– Predstavljanje muzeja i početak djelovanja</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna jedinica lokalne samouprave</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Sredstva EU fondova/programa</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: Dokumentacija Instituta za turizam

## Krčke plaže



<b>Područje</b>	Unapređenje iskustava
<b>Cilj</b>	Zaštita i valorizacija plažnog prostora
<b>Pozicioniranje</b>	Krk je otok s vrlo velikim brojem uređenih plaža za različite segmente gostiju. Posebno se ističe 'plažama za obitelji s djecom' i 'plažama sa sportskim i rekreacijskim sadržajima'
<b>Opis</b>	<p>Konkurentnost 'sunca i mora' kao najvažnijeg proizvoda Otoka u značajnoj mjeri ovisi o kvaliteti plažnog prostora te uređenje plaža sasvim sigurno predstavlja jedno od ključnih područja unapređenja tog proizvoda, ali i unapređenja kvalitete drugih povezanih turističkih proizvoda kao što je, primjerice, 'sport i rekreacija'.</p> <p><i>Regionalni program uređenja i upravljanja morskim plažama na području PGŽ</i> predviđa da se do 2020. godine tematizira 20% morskih plaža kako bi Županija postala 'jedna od najjačih destinacija plažne ponude na Mediteranu', a područja intervencije uključuju kako upravljanje plažnim prostorom (režim korištenja, koncesijska odobrenja i koncesije, kontrola kvalitete usluga i sl.) tako i infrastrukturne zahvate (pristup, parkiranje, sanitarno-higijenski uvjeti, mjerenje kvalitete mora) te unapređenje ponude (ugostiteljstvo, zabavni i rekreacijski sadržaji i sl.).</p> <p>Kao integrirajuća otočka aktivnost koji ima potencijal repositionirati turizam Otoka, pokretanje projekta Krčke plaže usmjereno je na podupiranje pozicije Krka kao destinacije najboljeg otoka na Jadranu za obiteljski i za sportsko-rekreacijski odmor kroz poseban naglasak na kvalitetu i broj 'plaža za obitelji</p>

s djecom' i 'plaža sa sportskim i rekreacijskim sadržajima'. U tom smislu, projekt podrazumijeva verifikaciju i prihvaćanje ili korekciju tema plaža predviđenih *Regionalnim programom*, razradu elemenata dodane vrijednosti povrh standarda iz *Regionalnog programa* (npr. HiP-a, storytelling, 'zeleno' i sl.) koji će 'izdignuti' i diferencirati krčke plaže, odnosno otok Krk te izradu i primjenu jedinstvenog sustava obilježavanja (npr. vizualni identitet, oznake i info-table).

U realizaciju projekta pojedine JLS uključuju se usmjeravanjem nositelja koncesijskog odobrenja (npr. postupak, procedure, uklapanje u sustav 'Plaže otoka Krka'), ali i procesa dodjele koncesija kao i kontrole kvalitete sadržaja i usluga na plažama.

<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka i TZ otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Primorsko-goranska županija – Upravni odjel za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravni odjel za pomorsko dobro, promet i veze, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj</li> <li>– Jedinice lokalne samouprave s područja otoka Krka</li> <li>– Pojedini TZ-ovi JLS na području otoka Krka</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupine za realizaciju projekta s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Verifikacija <i>Regionalnog programa uređenja i upravljanja morskim plažama na području PGŽ</i>, uz eventualne izmjene i nadopune na razini pojedinih JLS</li> <li>– Analiza potreba proširenja plažnog prostora i/ili tematiziranja novih plaža</li> <li>– Razrada sustava 'Plaže otoka Krka': elementi posebnih i dodatnih vrijednosti; jedinstveni sustav obilježavanja</li> <li>– Izrada 'Vodiča za koncesionare na otoku Krku' (npr. uvjeti, obaveze u opremanju i uslugama, kontrola)</li> <li>– Realizacija programa uređenja pojedinih plaža na razini JLS</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna jedinica lokalne samouprave</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: Dokumentacija Instituta za turizam; <http://www.tz-baska.hr>

## Sustav staza otoka Krka



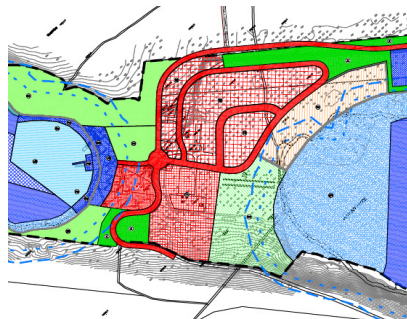
<b>Područje</b>	Unapređenje iskustava
<b>Cilj</b>	Podizanje razine pozitivnih iskustava sporta i rekreacije na otoku Krku te unapređenje sustava obilaska
<b>Pozicioniranje</b>	Krk je otok s vrlo velikim brojem uređenih biciklističkih i pješačkih staza za različite segmente gostiju. Posebno se ističe brojnim biciklističkim stazama odvojenim od prometa
<b>Opis</b>	<p>Odmor, rekreacija, oporavak, sport, edukacija neki su od motiva koji posjetitelje, ali i lokalno stanovništvo, potiču na korištenje staza. Staze su ključan element ponude za turističke proizvode 'sporta i rekreacije', posebice 'biciklizma', 'pješačenja' i 'planinarenja', ali i nezaobilazan element unapređenja kvalitete gotovo svakog drugog proizvoda s obzirom na njihovu 'omiljenost' kao općeg rekreacijskog sadržaja.</p> <p>Na uspostavljanju staza na području otoka Krka napravljeno je već puno, no, njihova izuzetna važnost nalaže i potrebu njihova stalnog unapređivanja. Uz proširenje mreže staza (naročito 'kapilarne staze' koje povezuju glavne pravce) i spajanje staza u zajednički otočki sustav, ovdje se posebno radi o 'software-u' – tematiziranju, opremanju kao i dobivanju međunarodno relevantnih markica kvalitete (npr. 'German hiking seal of approval').</p> <p>Projekt se stoga posebno usmjerava na: (i) tematizaciju staza (npr. obiteljske, vino, baština i sl.), (ii) jedinstveni sustav obilježavanja (npr. vizualni identitet, oznake dužine i težine, info-table), te (iii) kartu cjelovitog sustava s prijedlozima tura (tiskana i elektronska verzija, mobilne aplikacije). Nastoji se i</p>

	uključiti u Europski pješački put (E12. Na razini pojedinih JLS, projekt pretpostavlja daljnji rad na spajanju staza u zajedničku otočku mrežu, nastavak aktivnosti na odvajanju biciklističkih staza od motornog prometa kao i daljnje opremanje staze npr. obilježavanje, interpretacija, odmorišta, vidikovci i sl.).										
<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka i TZ otoka Krka										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Primorsko-goranska županija – Upravni odjel za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravni odjel za pomorsko dobro, promet i veze, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj</li> <li>– Jedinice lokalne samouprave s područja otoka Krka</li> <li>– Pojedini TZ-ovi JLS na području otoka Krka</li> <li>– Udruge/društva</li> <li>– Turističko gospodarstvo s područja Otoka</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupine za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Analiza postojećeg sustava staza, šetnica i cesta s aspekta potreba razvoja portfelja turističkih proizvoda otoka Krka</li> <li>– Definiranje potreba/prioriteta unapređenja sustava staza s planom operacionalizacije na razini JLS (spajanje u zajedničku otočku mrežu, odvajanje od motornog prometa, opremanje)</li> <li>– Tematizacija staza</li> <li>– Razvoj i uspostavljanje jedinstvenog sustava obilježavanja</li> <li>– Izrada karte cjelovitog sustava s prijedlozima tura (tiskana i elektronska verzija, mobilne aplikacije)</li> <li>– Pokretanje aktivnosti za uključivanje staza otoka Krka u Europski pješački put (E12)</li> <li>– Pokretanje aktivnosti za dobivanje međunarodne marke kvalitete</li> <li>– Izrada vodiča za mobilne aplikacije</li> </ul>										
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna jedinica lokalne samouprave</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> <li>– Donacije/sufinanciranje od strane turističkog gospodarstva</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th></th> <th>2017.</th> <th>2018.</th> <th>2019.</th> <th>2020.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2017.	2018.	2019.	2020.					
	2017.	2018.	2019.	2020.							

Fotografije: <http://www.krka.hr>



## Koncept razvoja TZ Voz-Peškera

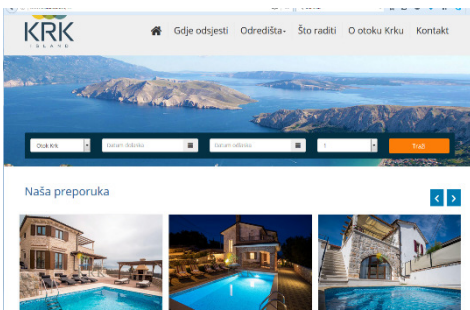


<b>Područje</b>	Unapređenje iskustava
<b>Cilj</b>	Razvoj nove turističke atrakcije koja ima potencijal privlačenja potražnje s područja Kvarnera te šire regije
<b>Pozicioniranje</b>	Krk je sadržajan otok, posebno prepoznatljiv po nekoliko različitih zabavno-edukativnih tematskih parkova usmjerenih na različite segmente gostiju, pri čemu je lokacija Voz-Peškera jedna od najvažnijih točaka zabave Otoka, Županije i Hrvatske.
<b>Opis</b>	Postojeća turistička (T) zona Voz-Peškera smještena je na sjeverno-istočnoj obali otoka Krka u općini Omišalj, površine je 50 ha i u većinskom je vlasništvu Općine s manjim udjelom vlasništva RH. Radi se o razvedenom, neizgrađenom, eksploatacijom kamena djelomično devastiranom, prostoru koje obuhvaća dvije uvale. Industrijsko i prometno okruženje (npr. JANAF, LNG, rafinerija Urinj, Luka Rijeka, Most Krk, Zračna luka Rijeka) nameće potrebu propitivanja opravdanosti planskih obilježja zone propisanih <i>Prostornim planom Primorsko-Goranske županije</i> (2013) i <i>Prostornim planom uređenja Općine Omišalj</i> (2013) koja područje usmjeravaju prema odmorišnoj i nautičkoj ponudi (T1 i T2 zona kapaciteta do 5.000 ležajeva). U tom smislu, prepoznajući razvojna ograničenja, ali i činjenicu da je neposredna okolica zone nenastanjena, <i>Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine</i> (2016.) svrstava projekt uređenja zone među županijske imidž projekte preporučujući sagledavanje mogućnosti i opravdanosti da se na lokaciji razvije tematski

	zabavni park, odnosno kompleks različitih sportsko-rekreacijskih, adrenalinskih, vodenih i bazenskih sadržaja nadopunjen sadržajima za scenska, muzička i festivalska događanja različitih kapaciteta. Uspostavljanje originalne i ujedinjavajuće teme, središnja pozicija na Kvarneru te bogatstvo, 'miks' i kvaliteta sadržaja i događanja otvaraju mogućnost ciljanja različitih interesnih skupina odnosno stvaranje jedne od ključnih atrakcija i otoka Krka i Kvarnera.			
<b>Nositelj</b>	Općina Omišalj u suradnji s Primorsko-goranskom županijom (Upravni odjel za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj)			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zavod za prostorno uređenje PGŽ</li> <li>– Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka</li> <li>– TZ Općine Omišalj; TZ otok Krk; TZ Kvarner</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava stručnog projektnog tima (do prepuštanja projekta strateškom partneru odnosno nositeljima javno-privatnog partnerstva)</li> <li>– Izrada koncepta najbolje uporabe i ocjena društveno-ekonomske održivosti</li> <li>– Razrada koncepta javno-privatnog partnerstva</li> <li>– Izrada idejnog rješenja</li> <li>– Izrada strateške procjene utjecaja na okoliš</li> <li>– Usklađivanje prostorno planske dokumentacije sukladno verificiranom razvojnom konceptu</li> <li>– Prezentacija projekta potencijalnim investitorima i operaterima te odabir strateškog partnera</li> <li>– Daljnje aktivnosti izvan domene odgovornosti nositelja/koordinatora: izrada cjelovite projektne dokumentacije i ishođenje građevinskih dozvola, osiguranje izvora financiranja, gradnja, otvaranje i stavljanje u uporabu</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna jedinica lokalne samouprave</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: <http://www.idisturato.com/>; <http://www.omisalj.hr>

## Otočki komunikacijski sustav

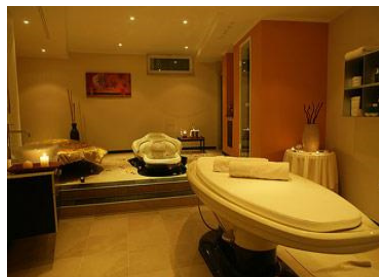
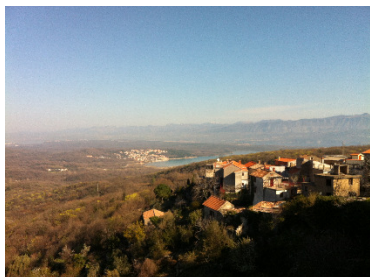


<b>Područje</b>	Unapređenje iskustava
<b>Cilj</b>	Povećanje prepoznatljivosti i poželjnosti otoka Krka te podizanje razine informiranosti gostiju kroz djelotvornu promociju i sustav turističkih informacija
<b>Pozicioniranje</b>	Efikan otočki komunikacijski sustav baziran na suvremenim informatičkim i komunikacijskim tehnologijama te prilagođen potrebama ciljnih potrošačkih segmenata otoka Krka
<b>Opis</b>	<p>Otočki komunikacijski sustav integrira promocijske i informacijske funkcije usmjerene na jačanje brend imidža otoka Krka kao cjeline. Poslovi promocije obuhvaćaju razradu promocijskog miksa na strateškoj i operativnoj, godišnjoj razini, dok su poslovi diseminacije turističkih informacija fokusirani na rad informacijskih centara, a prije svega na središnji otočki centar za posjetitelje*, te na uspostavljanje otočke turističke signalizacije i interpretacije.</p> <p>Obje funkcije podrazumijevaju zaokret prema novim tehnologijama, a što se očituje u orijentaciji TZ otoka Krka na <i>online</i> promociju, kontinuirano poboljšavanje funkcionalnosti vlastitih Internet stranica, daljnje prilagođavanje mobilnim uređajima te uspostavi središnje baze sadržaja ili informacija ('baze znanja'). Obje funkcije nadalje pretpostavljaju prilagođavanje tekstualnog i slikovnog sadržaja korištenju u elektroničkim medijima, ali i potrebama i interesima gostiju.</p> <p>Fokusiran na komunikaciju vrijednosti otoka Krka kao cjeline, sustav nužno funkcionira u sinergiji s otočkim destinacijama.</p>

<b>Nositelj</b>	TZ otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TZ-i jedinica lokalne samouprave na području otoka Krka</li> <li>- Jedinice lokalne samouprave na području otoka Krka</li> <li>- TZ Kvarnera</li> <li>- Primorsko-goranska županija</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Izrada strateškog (do 2020. godine) i operativnih (godišnjih) planova tržišne komunikacije otoka Krka</li> <li>- Provođenje godišnjih planova komunikacijskih aktivnosti</li> <li>- Re-dizajn turističkog vizualnog identiteta otoka Krka u skladu s brend konceptom</li> <li>- Re-dizajn Internet stranica TZ otoka Krka (usklađivanje s brend imidžem, unapređenje sadržaja i funkcionalnosti, unapređenje optimizacije)</li> <li>- Izrada koncepta i financijske konstrukcije središnje otočke baze informacija (sadržaj, ažuriranje, pristup, korištenje),</li> <li>- Nabava hardware-a, edukacija osoblja, punjenje baze</li> <li>- Izrada koncepta sadržaja središnjeg Centra za posjetitelje otok Krk* (pružanje informacija, posredničke usluge, trgovački, izložbeni i edukacijski sadržaji) s organizacijskim i kadrovskim pretpostavkama, financijska konstrukcija</li> <li>- Koordinacija o poslovanju Centra za posjetitelje otok Krk s ARZ-om, TZ Kvarnera i PGŽ</li> <li>- Osiguranje financijskih sredstava, uključivo iz EU i HR fondova</li> <li>- Ustrojavanje Centra, zapošljavanje i obrazovanje djelatnika, izgradnja i otvorenje</li> <li>- Izrada standarda izgleda (obavezni elementi, mutacije, dizajn) i mjesta primjene za otočku turističku signalizaciju i interpretaciju</li> <li>- Komunikacija standarda turističke signalizacije i interpretacije lokalnim dionicima i koordinacija korištenja</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sredstva proračuna sustava TZ otoka Krka i TZ Kvarnera</li> <li>- Sredstva proračuna JLS otoka Krka i PGŽ</li> <li>- Sredstva EU i HR fondova/programa</li> <li>- Sredstva javnih poduzeća (npr. ARZ, Zračna luka Rijeka)</li> <li>- Sredstva poslovnih banaka</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: <http://www.visitkrk.com/>; <http://viennatourismwi.com>

## Razvoj zdravstvenog turizma na otoku Krku



<b>Područje</b>	Razvoj smještajne i eno-gastro ponude
<b>Cilj</b>	Razvoj novog turističkog proizvoda kao pokretača povećanja iskorištenosti kapaciteta i potrošnje posjetitelja te smanjenja sezonalnosti poslovanja
<b>Pozicioniranje</b>	Otok Krk je nova destinacija zdravstvenog turizma na Kvarneru, jedinstvena po prirodnom ljekovitom blatu koje, uz talasoterapiju, predstavlja temelj suvremene ponude lječilišnih i wellness programa na Otoku
<b>Opis</b>	<p>Otok Krk želi učiniti iskorak u zdravstvenom turizmu, a razvoj tog proizvoda komplementaran je i pridonosi snažnoj orijentaciji Županije na zdravstveni turizam.</p> <p>Na području Otoka zdravstveni turizam gotovo je potpuno nerazvijen uz iznimku ponude nekoliko hotelskih wellness centara. Pri tome na umu valja imati izuzetnu zahtjevnost zdravstvenog turizma i s aspekta investicija, kadrova i organizacije, ali i s aspekta tržišne penetracije. Dokazana kvaliteta centra, kvaliteta usluga, dokazana kvaliteta ljekovitog činitelja, diversificirana ponuda te karakter destinacije ključni su faktori uspjeha.</p> <p>Osnovu intenzivnijeg razvoja zdravstvenog turizma na području Krka predstavlja planirani lječilišno-turistički kompleks Blato-Meline kao projekt od županijskog interesa (uvala Soline, 5 ha, 400 ležajeva, zemljište je društveno vlasništvo, nije T zona) čije pozicioniranje polazi od izvora blata uz, očekivano, povezivanje s talasoterapijskom ponudom te wellness sadržajima. Radi se o projektu/objektu koji ima potencijal postati 'jezgra'</p>

	<p>vjerodostojnosti Krka kao zdravstveno-turističke destinacije na koju se naslanja i duga lječilišna i/ili wellness ponuda u hotelskim i kamping objektima ili samostojeća.</p> <p>Projekt razvoja zdravstvenog turizma na Otoku podrazumijeva i uspostavljanje potpore JLS-ovima u razumijevanju 'faktora uspjeha' zdravstvenog proizvoda te pružanju informacija za investitore u lječilišnu i wellness ponudu (npr. orijentacija Kvarnera, prirodni ljekoviti činitelji na Kvarneru/Krku, tržišni trendovi, slične investicije u okruženju).</p>										
<b>Nositelj</b>	Općina Dobrinj i Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka u suradnji s Primorsko-goranskom županijom (Upravni odjel za prostorno uređenje, graditeljstvo i zaštitu okoliša, Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj)										
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Zavod za prostorno uređenje PGŽ</li> <li>– Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka</li> <li>– TZ Općine Omišalj; TZ otok Krk; TZ Kvarner</li> <li>– Ministarstvo zdravstva RH, Ministarstvo turizma RH</li> </ul>										
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupine za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Razvoj turističkog kompleksa Blato-Meline <ul style="list-style-type: none"> <li>– Izrada koncepta najbolje uporabe, idejnog rješenja i ocjena društveno-ekonomske održivosti</li> <li>– Razrada koncepta javno-privatnog partnerstva</li> <li>– Izrada strateške procjene utjecaja na okoliš</li> <li>– Usklađivanje prostorno planske dokumentacije</li> <li>– Prezentacija projekta potencijalnim investitorima</li> <li>– Daljnje aktivnosti izvan domene odgovornosti nositelja/koordinatora: izrada cjelovite projektne dokumentacije, ishođenje dozvola, osiguranje izvora financiranja, gradnja, otvaranje i stavljanje u uporabu</li> </ul> </li> <li>– Razvoj ostale zdravstveno-turističke ponude <ul style="list-style-type: none"> <li>– Informacije za investitore u lječilišnu i wellness ponudu</li> </ul> </li> </ul>										
<b>Izvori financiranja (faza pripreme)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna općine Dobrinj</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Sredstva EU fondova/programa</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>										
<b>Terminski plan</b>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;"></th> <th style="width: 25%;">2017.</th> <th style="width: 25%;">2018.</th> <th style="width: 25%;">2019.</th> <th style="width: 25%;">2020.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2017.	2018.	2019.	2020.					
	2017.	2018.	2019.	2020.							

Fotografije: Dokumentacija Instituta za turizam; <http://www.visitkrk.com/>

## Unapređenje i transformacija obiteljskog smještaja



<b>Područje</b>	Razvoj smještajne i eno-gastro ponude
<b>Cilj</b>	Smanjenje sezonalnosti poslovanja obiteljskog smještaja
<b>Pozicioniranje</b>	Otok Krk lider je kvalitete usluga i tržišne transformacije obiteljskog smještaja na Jadranu
<b>Opis</b>	<p>Zajedničkim integracijskim projektom unapređenja obiteljskog smještaja provode se aktivnosti usmjerene na podizanje kvalitete usluga, uključujući i uspostavljanje monitoringa kvalitete, ali i poticanja transformacije obiteljskog smještaja prema obiteljskom hotelijerstvu odnosno udruživanju u integralne/difuzne hotele.</p> <p>Ostvarenje postavljenog cilja projekta nalaže koordinirano provođenje programa podizanja znanja i vještina pružatelja usluga, interesnog udruživanja kao i pružanja podrške u on-line i off-line promocijskim aktivnostima (uključujući i aktivno sudjelovanje na društvenim mrežama), s posebnim naglaskom na (poticanje) sudjelovanje u sustavu kvalitete Kvarner Family. Važan aspekt programa vezan je uz promociju kao i priključivanje programima Ministarstva turizma koji se odnose na unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja i malog i srednjeg poduzetništva u turizmu (<i>Strategija razvoja turizma RH do 2020. godine</i>, NN 55/13; <i>Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja</i>) odnosno Primorsko-goranske županije (<i>Strateški plan razvoja turizma Kvarnera sa strateškim i operativnim marketing planom 2016. - 2020. godine</i>). Pri tome se naglašava da se samo uz proširivanje destinacijske ponude i unapređeni destinacijski</p>

	menadžment mogu očekivati bitniji sinergijski pomaci rasta konkurentnosti. Važan aspekt cijelog programa odnosi se i na investicije u proširenje sadržaja i povećanje kvalitete ponude (unutarnje i vanjsko uređenje objekata, pružanje doručka, energetska učinkovitost), odnosno pružanje nefinancijskih i/ili financijskih poticaja.			
<b>Nositelj</b>	Koordinacija Grada Krka i Općina otoka Krka i TZ otoka Krka			
<b>Ostali dionici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedinice lokalne samouprave</li> <li>– TZ-ov Grada Krka i Općina otoka Krka</li> <li>– Udruge iznajmljivača/pružatelja usluga obiteljskog smještaja</li> <li>– Primorsko-goranska županija – Upravni odjel za turizam, poduzetništvo i ruralni razvoj</li> <li>– Ministarstvo turizma</li> </ul>			
<b>Provedbene aktivnosti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uspostava ekspertne skupine za realizaciju mjere s definiranim ciljevima i programom rada</li> <li>– Usuglašavanje zajedničkih aktivnosti jedinica lokalne samouprave usmjerenih na prilagođavanje rasta obiteljskog smještaja definiranim programskim veličinama do 2020. godine odnosno dugoročnom procjenom turističkog prihvatnog kapaciteta Otoka</li> <li>– Razrada sustava nefinancijskih poticaja razvoja obiteljskog smještaja: tehnička pomoć, informacijska podrška, edukacijski programi, programi internog marketinga, promocijske on-line i off-line usluge, sudjelovanje na društvenim mrežama i sl. povezanih s inicijativama pojedinih JLS kao i Županije (uključujući i Kvarner Family program)</li> <li>– Razrada sustava monitoringa kvalitete usluga obiteljskog smještaja na otoku Krku odnosno povezivanje aktivnostima Ministarstva turizma/nadležnih tijela</li> <li>– Razrada sustava financijskih poticaja za ulaganje u proširenje sadržaja i povećanje kvalitete ponude povezanog s inicijativama pojedinih JLS kao i Županije</li> </ul>			
<b>Izvori financiranja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sredstva proračuna JLS</li> <li>– Sredstva proračuna Primorsko-goranske županije</li> <li>– Sredstva EU fondova/programa</li> <li>– Programi Ministarstva turizma (bespovratna sredstva)</li> </ul>			
<b>Terminski plan</b>	2017.	2018.	2019.	2020.

Fotografije: Dokumentacija Instituta za turizam; adriasun.hr

## **Dodatak I: Resursno atrakcijska osnova otoka Krka**

## Resursno atrakcijska osnova otoka Krka<sup>19</sup>

### PRIRODNA BAŠTINA

Atrakcija	Turistička valorizacija
<b>Krajolik</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Krčko otočje</b> – uz Krk, Prvić (12,7km<sup>2</sup>), Plavnik (8,6km<sup>2</sup>), više manjih otočića i hridi; Prvić je najveći nenastanjeni otok na Jadranu, također najburniji (bura puše prosječno 203 dana u godini); jedino je Košljun (u Puntarskoj dragi) zelen i naseljen</li> <li>– <b>Krški reljef</b> – obiluje škrapama, dolcima, špiljama</li> <li>– <b>Krajobrazne cjeline:</b> Sjeverni Krk (golet, izložen buri), Središnji Krk (valovit reljef, bujna vegetacija, jezera Jezero i Ponikve, Dobrinjsko i Vrbničko polje, najzapadniji dio zaštićeni Šotovento); Južni Krk (dva paralelna gorska lanca, najviši planinski vrh Obzova na 570 m, Baščanska dolina)</li> <li>– <b>Razvedena obala</b> (oko 190 km) – u Riječkom zaljevu i Kvarneriću niska i pristupačna; u Vinodolskom kanalu, osim srednjeg dijela, visoke stijene (do 400m), vrlo strma i nepristupačna</li> <li>– <b>Brojne uvale</b> (npr. Voz, Beli Kamik, Konobe, Stara Baška), zaljevi (Omišaljski, Krčki, Soline), drage (Puntarska, Baščanska)</li> <li>– <b>Brojne prirodne plaže</b> – najvećim dijelom šljunčane;</li> <li>– <b>Plodna polja</b> u središnjem dijelu otoka, od kojih se u Vrbničkom polju uzgaja grožđe 'žlahtina' dok su ostala većinom zapuštena</li> </ul>	
<b>Klima</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umjerena mediteranska klima; prosječna ljetna temperatura iznosi 23C</li> <li>– Srednja temperatura mora u lipanj-rujan iznosi 20C</li> <li>– Najučestaliji vjetrovi su bura, jugo, maestral</li> <li>– Ubraja se u najsunčanije dijelove Europe s 2500 sunčanih sati u godini</li> </ul>	
<b>Vode</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>More</b> – na cijelom području 'izvrzne' kakvoće i pogodno za kupanje</li> <li>– <b>Podmorje</b> – dojmiv podvodni svijet morske flore i faune, špilje, potopljene olupine</li> <li>– <b>Otočka jezera</b> – Jezero (kod Njivica) i Ponikve (kod Krka); oba jezera su dio vodoopskrbnog sustava otoka</li> <li>– <b>Potoci</b> – Vela Rika u Baščanskoj dolini (12 km), najveći i jedini stalni potok na hrvatskim otocima, s jedinom otočnim slapovima na Jadranu; očuvana jedna od nekadašnjih pet vodenica</li> </ul>	
<b>Geološke formacije</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Špilja Biserujka</b> – relativno mali objekt (111m), bogata stalaktitima i stalagmitima; ime dobila prema legendi o gusarskom blagu koje je ovdje zakopano</li> <li>– <b>Ljekoviti mulj u uvali Soline</b> – koristi se za liječenje reumatskih bolesti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Špilja opremljena turističkom signalizacijom i interpretacijskim sadržajima; oko 30.000 posjetitelja/godišnje</li> <li>– Uvala Soline nije turistički opremljena</li> </ul>
<b>Biljni i životinjski svijet</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Biljni svijet</b> – otok Krk je floristički najbogatiji Kvarnerski otok s oko 1.500 biljnih vrsta; jedinstvena biljka 'Barbašova lazarkinja' jedino na svijetu raste u Baščanskoj uvali</li> <li>– <b>Životinjski svijet</b> - 30 autohtonih vrsta vodozemaca i gmazova (najveći broj na Mediteranu), bogata morska fauna (uključujući dupine, morske kornjače),</li> </ul>	

<sup>19</sup> Izvori: [www.krk.hr](http://www.krk.hr); [www.tz-njivice-omisalj.hr](http://www.tz-njivice-omisalj.hr); [www.tzo-dobrinj.hr](http://www.tzo-dobrinj.hr); [www.tz-malinska.hr](http://www.tz-malinska.hr); [www.vrbnik.hr](http://www.vrbnik.hr); [www.tz-krk.hr](http://www.tz-krk.hr); [www.tzpunat.hr](http://www.tzpunat.hr); [www.tz-baska.hr](http://www.tz-baska.hr); [www.ju-priroda.hr](http://www.ju-priroda.hr); [www.zluk.hr](http://www.zluk.hr); [www.sportskiribolov.hr](http://www.sportskiribolov.hr); [www.lovacki-savez-pgz.hr](http://www.lovacki-savez-pgz.hr); [www.novilist.hr](http://www.novilist.hr);

Atrakcija	Turistička valorizacija
velik broj ptica koje se ovdje gnijezde (uključujući bjeloglave supove, orlove, sokole), sitni sisavci (jež, netopir, šišmiš, vjeverica, puh, poljski zec), krupnija divljač (kuna bjelica, lisica, srna, jelen lopatar, divlja svinja, mrki medvjed)	
<b>Zaštićena prirodna baština</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>NATURA 2000</b> – otok Krk je, zajedno s ostalim Kvarnerskim otocima, u cijelosti dio Ekološke mreže Republike Hrvatske; otoci su značajni ornitološki lokaliteti, posebice kao jedina mjesta u RH gdje se gnijezde bjeloglavi sup (populacija stabilizirana u proteklih 10 godina) i bjelonokta vjetruša (kritično ugrožena u RH)</li> <li>– <b>Posebni ornitološki rezervat otok Prvić</b> – gnijezde se bjeloglavi supovi i suri orao</li> <li>– <b>Posebni ornitološki rezervat Glavina-Mala luka (KUNTREP)</b> – stanište supova, sivog sokola, orla zmijara, sove ušare</li> <li>– <b>Posebni rezervat šumske vegetacije Glavotok</b> – šuma hrasta crnike i crnog jasena</li> <li>– <b>Posebni rezervat šumske vegetacije otok Košljun</b> – šuma hrasta crnike</li> </ul>	

## KULTURNA BAŠTINA

Atrakcija	Turistička valorizacija
<b>Urbana središta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Otočko središte</b> – Krk <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Krk</b> – smješten uz prostrani zaljev na jugo-zapadnom dijelu otoka. Više od 3000 godina neprekidnog života (Iliri, Rimljani, Slaveni, Mlečani). Grad je danas postavljen na antičkim temeljima te mu raster definiraju 'Cardo' i 'D,dekumanus'. Rimljani mu dali naziv 'Splendidissima Civitas Curitarum' ('presajni grad Krčana'). Danas gradom dominira reprezentativna srednjovjekovna baština nastala tijekom venecijanske dominacije i uprave obitelji Frankopan. Ističu se gradske zidine (opasavaju grad u cijelosti, sačuvane do danas), trg Kamplin s frankopanskim kaštelom (obrambena utvrda s morske strane), kompleks krčke katedrale Uznesenja Marijina (13. st.) te niz sakralnih građevina. Danas vrlo atraktivan povijesni gradić te kulturno, poslovno i administrativno središte otoka. Na širem području Grada ističu se Košljun - otočić Franjevac, crkvice Sv. Dunat (12. st.) koja je uz crkve u Zadru i Ninu rijedak primjer ranoromaničkog graditeljstva</li> </ul> </li> <li>– <b>Gradovi-kašteli</b> – Omišalj, Dobrinj, Vrbnik, Baška <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Omišalj</b> - smješten na 85 m visokoj hridi, nastao je na temeljima jedne od važnih pretpovijesnih gradina, a potom i srednjovjekovnog kaštela čije područje i danas čini staru gradsku jezgru. Od važnih se građevina ističe sklop župne crkve (Uznesenja Marijina iz 12. i 13. st.), zvonika, gradske lože, kapelica (Sv. Antun iz 16. st. i Sv. Jelena iz 15. st.) i današnje zgrade Općine locirane na mjestu kaštela posljednjeg krčkog kneza Ivana VII. Frankopana. Povijesno središte protkano je uskim i zavojitim kamenim ulicama.</li> <li>– <b>Dobrinj</b> – jedan od srednjovjekovnih krčkih kaštela na otoku, izdiže se na 200 metara visine iznad uvale Soline. Više je nalazišta iz ilirskog i rimskog doba. U uvali Soline Frankopani su imali velike solane. Važno središte glagoljice; najstarije matične knjige rođenih u Hrvatskoj, pisane su na glagoljici od 1559. do 1850. godine. Danas, šarmantan gradić s uskim i zavojitim ulicama, povijesnim detaljima kao tradicijske mjere za dužinu, za žito i ulje izvedene u kamenu na glavnom gradskom trgu. Okupljalište umjetnika tijekom ljeta.</li> <li>– <b>Vrbnik</b> – smješten na liti 50 m iznad mora. Prvi put se spominje 1100. godine, arheološki nalazi svjedoče da je i ranije bio nastanjen (Iliri, potom Grci i Rimljani). U 7. st. Hrvati stvaraju kaštel opasan zidinama. Odavde potječu i uz povijest grada usko su vezani knezovi Frankopani. U 'zlatno doba' njihove vladavine grad dobiva statut (1388.), pisan hrvatskim jezikom, na glagoljici. Vrbnik je stoljećima snažno glagoljaško središte. U 19. st. obrazovno središte otoka. Iz Vrbnika su tri krčka biskupa i današnji</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sva su mjesta pokrivena turističkom signalizacijom</li> <li>– Količina i kvaliteta turističke interpretacije varira</li> </ul>

Atrakcija	Turistička valorizacija
<p>kardinal Bozanić. Nadasve slikovit gradić, labirint uskih, zbijenih ulica, opasan zidinama.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Baška</b> – srednjovjekovni kaštel, danas slikovit gradić smješten na krajnjem jugu otoka, na kraju pitome doline, uz veliki zaljev s pogledom na krševiti otočić Prvić i na Velebit. Ističe se bogatim ranokršćanskim povijesnim i kulturnim nasljeđem. Prije svega je to najstariji pisani spomenik hrvatske kulture – Bašćanska ploča (1100.), darovnica hrvatskog kralja Zvonimira pisana glagoljicom na hrvatskom jeziku, pronađena u crkvi Sv. Lucije u Jurandvoru. Baška je također poznata po šljunčanoj plaži dužoj 1800 m.</li> <li>– <b>Slikovita mjesta</b> – Njivice <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Njivice</b> - oslonjeno na resurse plodnih njiva, nastanjeno je od doba antike vjerojatno u stalnoj vezi ili kao dio utvrđene omišaljske gradine. Kasnije se razvija kao obalno naselje ribara što ga djelomično karakterizira i danas. Mjesto je pokriveno turističkom signalizacijom i interpretacijskim sadržajima</li> <li>– <b>Malinska</b> – smještena u širokom, zaštićenom i šumovitom zaljevu Dubašnica na zapadnoj strani otoka, zaštićena od hladnih vjetrova, s nizom uvala i plaža, objedinjuje 20-tak okolnih naselja. Ime dobila po mlinu za masline iz 15. st., dijeli glagoljašku baštinu otoka, nekada bila središnja otočka luka za izvoz drva (Dubašnica – dub, tj. hrast). Ističe se samostan i crkva Sv. Marije Magdalene u Portu (15. st.) s muzejom i glagoljskim lapidarijem (B. Fučić)</li> <li>– <b>Punat</b> – smješten na južnom dijelu otoka u jednoj od najljepših i najzaštićenijih uvala na Jadranu – Puntarskoj dragi. Gradić se razvijao pod utjecajem brodogradnje, danas je poznat po jednoj od najboljih marina na Jadranu te izvrsnom puntarskom maslinovom ulju iz okolnih maslinika</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Ruralna središta</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Sela središnjeg 'ruralnog' Krka</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Okolica Dobrinja</b> sa selima Hlapa, Polje, Sv. Vid, Kras, Gabonjin, Rasopasno</li> <li>– <b>Okolica Vrbnika</b> sa selima Mavri, Risika, Garica</li> <li>– <b>Okolica Krka</b> s područjem Šotovento (Glavotok, Linardići, Pinezići), sela Vrh, Kornić</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Konceptija turističkog razvoja izostaje</li> <li>– Turistička signalizacija uglavnom izostaje</li> <li>– Turistička interpretacija izostaje u potpunosti</li> </ul>
<b>Arheološka baština</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Uvala Voz</b> (Blizu Omišlja) - šire područje uvale Voz poprište je važne pomorske bitke u građanskom ratu između Cezara i Pompeja (49. pr.n.e.). Opis bijega Cezarovih vojnika na splavima od bačava, koje su gradili mjesni Liburni, prvi je spomen 'bačve' u povijesti.</li> <li>– <b>Fulfinum-Mirine</b> (uvala Sepen, blizu Omišlja) – Fulfinum je planski izgrađen grad za umirovljene rimske vojnike. Imao je forum, gradsku baziliku, terme, luku i trgovački kvart. Na njegovoj periferiji u 5. st. nastala je ranokršćanska bazilika, a kasnije važno sjedište Benediktinaca i središte glagoljaštva. Oba se lokaliteta nalaze u neposrednoj blizini industrijskih pogona JANAF i DINA.</li> <li>– <b>Antička baština u Krku</b> – ostaci Venerinog hrama (u dućanu), rimskog mozaika s prikazom Tritona (u konobi), kasnoantičkih bedema (u kafiću)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Uvala Voz nije turistički valorizirana</li> <li>– Lokalitet Fulfinum-Mirine je očuvan, uređen i opremljen turističkom signalizacijom, interpretacijskim sadržajima i suvenirnicom. Nema naplate ulaza. Koristi se kao 'pozornica' za razne manifestacije.</li> </ul>
<b>Kultura života i rada</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Glagoljica</b> – otok Krk bio je najsnažnije glagoljaško središte na Jadranu te se stoga smatra kolijevkom hrvatske pismenosti i kulture. Papa (1252.) je dozvolio korištenje hrvatskog pisma i jezika u vjerskim obredima čime hrvatski, uz hebrejski, grčki i latinski, ulazi u skupinu jezika na kojima se odvija vjerska liturgija. <ul style="list-style-type: none"> <li>– Najstariji poznati glagoljski misal (1371.), koji se danas čuva u Vatikanu, potječe iz Omišlja;</li> <li>– Dobrinj je bio jedno od najsnažnijih središta glagoljaštva u Hrvatskoj, a u selu Gabonjin (okolica Dobrinja) nalazi se 'Put Glagoljaša';</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Glagoljaška baština otoka Krka nije u punoj mjeri turistički valorizirana (posebice ne u kontekstu Krka kao 'kolijevke' hrvatske pismenosti i kulture)</li> </ul>



Atrakcija	Turistička valorizacija
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vrbnik je stoljećima snažno glagoljaško središte. U 'zlatno doba' vladavine Frankopana grad dobiva statut (1388.), pisan hrvatskim jezikom, na glagoljici. Odavde je Blaž Baromić, prvi glagoljaški tiskar i osnivač tiskare u Senju.</li> <li>– Baška, odnosno Jurandvor, nalazište je Bašćanske ploče kao najstarijeg spomenika na hrvatskom jeziku pisanog glagoljicom. Duž bašćanske doline proteže se 'Bašćanska staza glagoljice' sa 34 skulpture glagoljskih slova i posvećena glagoljici i glagoljašima.</li> <li>– <b>Suhozidi i mrgari</b> – tradicija suhozida kao gradnje kamenog zida bez veziva rasprostranjena je na jadranskim otocima, uključujući i Krk. Tradicija izgradnje mrgara, suhozidne građevine u obliku cvijeta koja služi za razdvajanje ovaca, jedinstvena je za područje Baške (slične se građevine nalaze još u Engleskoj i Walesu). Očuvano je 15 mrgara koji se koriste i danas.</li> <li>– <b>Folklor</b> – tradicionalne nošnje (na Krku prevladavaju crna, bijela i crvena boja, razlikuju se u detaljima između mjesta); tradicionalni tenec, sopele i kanot dio su svetkovina i slavlja.</li> <li>– <b>Gastronomija</b> - bazirana na ribi, janjetini, ovčjem siru (Krčki sir), pršutu, maslinovom ulju, domaćim tijestima (makaruni, šurlice, njoki), mediteranskim začinima (ružmarin, lovor), krčkom vinu (žlahtina), kolačima (presnac). Tradicionalna krčka jela uključuju 'šurlice s gulašom od janjčića', 'janjeći žvacet'. Krčko maslinovo ulje dobilo je oznaku izvornosti (na razini HR), kao i Krčki pršut (na razini EU).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Folklor se redovito uključuje u turističku ponudu kroz manifestacije i posebne priredbe; Na otoku djeluje više etnografskih zbirka i muzeja</li> </ul>
<b>Povijesne ličnosti</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Krčki knezovi Frankopani</b> – smatra se da potječu iz Gradeca, pored Vrbnika; najmoćnija hrvatska srednjovjekovna velikaška obitelj i jedina s jadranskih otoka koja se razvila do moći europskih razmjera. Od 11. do 17. stoljeća usko su povezani s povijesti i sudbinom Hrvatske kao branitelji od Turaka, protivnici habsburškog apsolutizma, banovi i političari, gospodarstvenici, intelektualci. Na vrhuncu moći vladali su teritorijem jednakim polovici današnje Hrvatske</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obitelji Frankopan nije u punoj mjeri turistički valorizirana (posebno u kontekstu njihovog značaja na nacionalnoj razini)</li> </ul>
<b>Odabrane kulturne ustanove</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Muzejski terminal, Zračna luka Rijeka (Omišalj)</b> – prvi hrvatski projekt muzeja u zračnoj luci, prezentira građu iz muzeja s područja Kvarnera, a biti će upotpunjen izložbom o baštini otoka Krka, botaničkim vrtom i multimedijalnim sadržajima</li> <li>– <b>Zbirka Infeld, Dobrinj</b> – oporučno ostavljen dio privatne kolekcije P. Infelda. U Galeriji Infeld periodično se održavaju izložbe, uključujući renomirane domaće i strane autore (npr. Murtć, Gliha, Rabuzin, Warhol)</li> <li>– <b>Knjižnica obitelji Vitezić, Vrbnik</b> – oporučno ostavljena općini, sadrži vrijedne knjige, glagolske misale te 'Atlas scolasticus et itinerarius' J.D. Koehlera iz 1718. (jedan od dva primjerka na svijetu; drugi u Cambridge-u). U sklopu istog prostora smještena i replika tiskarskog stroja koji je prvi hrvatski tiskar, B. Baromić rođen u Vrbniku, koristio u prvoj hrvatskoj tiskari u Senju za tisak glagoljskog misala (1494.)</li> <li>– <b>Etnografski i sakralni muzej, Franjevački samostan na Košljunu</b> – zbirka predmeta krčkih ribara i seljaka, narodne nošnje s cijelog otoka, zoološka zbirka, te bogata knjižnica s oko 30.000 knjiga uključujući Ptolomejev atlas tiskan u Veneciji 1511. godine (jedan od tri sačuvana na svijetu)</li> <li>– <b>Buymer – Muzej ribarskog alata, uvala Vela luka (Baška)</b> – zbirka je smještena u nekadašnjem ribarskom skloništu od nevremena; muzej je uredila i otvorila Udruga Buymer, a i dalje će služiti i kao sklonište.</li> </ul>	
<b>Manifestacije</b>	
<p><b>Općina Omišalj</b></p> <p><b>Tradicionalne fešte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Karneval, siječanj-veljača</li> <li>– Fešta na rivi, srpanj-kolovoz</li> <li>– Stomorina, kolovoz</li> </ul> <p><b>Kulturne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Festival pučkog teatra, lipanj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sve su manifestacije izrazito i u funkciji turističke ponude.</li> <li>– Uz ove godišnje manifestacije tijekom ljeta organiziraju se brojni koncerti, fešte i</li> </ul>

Atrakcija	Turistička valorizacija
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fertinantes Jazz Festival, srpanj</li> <li>– Likovna kolonija Fulfinum, ljeto</li> </ul> <p><b>Gastro:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Bljak Fest, veljača</li> <li>– Šparožvijada, travanj</li> <li>– Večer antičke kuhinje, srpanj</li> <li>– Ča su jeli naši stari, kolovoz</li> </ul> <p><b>Sportske:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedriličarska natjecanja, svibanj-srpanj</li> <li>– Big Om i Palamijada, rujan – big game ribolov</li> <li>– Cooltura Avantura, listopad – biciklijada</li> </ul>	sl. koji su također u funkciji turističke ponude.
<b>Općina Dobrinj</b>	
<b>Tradicionalne fešte:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Karneval, siječanj-veljača</li> <li>– Stipanja, kolovoz</li> </ul>	
<b>Općina Malinska</b>	
<b>Tradicionalne fešte:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Karneval, siječanj-veljača</li> <li>– Sajam rukotvorina i autohtonih proizvoda (više puta)</li> <li>– Ribarske večeri (više puta)</li> </ul>	
<b>Općina Vrbnik</b>	
<b>Tradicionalne fešte:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mesopust u Vrbniku, veljača</li> <li>– Ivanja, lipanj</li> <li>– Razgon, srpanj (dan završetka mužnje ovaca)</li> </ul>	
<b>Gastro:</b>	
Zajednički naziv 'Popi i pojedj' za sve eno-gastro priredbe	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Festival žlahtine, srpanj (otvoreni podrumi)</li> <li>– Dani šurlica, srpanj</li> <li>– Dani vina, kolovoz</li> </ul>	
<b>Grad Krk</b>	
<b>Tradicionalne fešte:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Krčki karneval, siječanj-veljača</li> <li>– Sv. Kvirin, lipanj</li> <li>– Lovrečeva – Krčki sajam (od 1524.), kolovoz</li> </ul>	
<b>Kulturne:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ljetne priredbe Krk, srpanj-kolovoz</li> <li>– Susret sopaca otoka Krka (Pinezići), srpanj</li> </ul>	
<b>Gastro:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dani smokava, rujan</li> </ul>	
<b>Sportske:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Scuba Fest, svibanj</li> <li>– Krk Spring Bike Adventure, svibanj</li> <li>– Krčka regata, srpanj</li> <li>– Promotiva (odbojka na pijesku), srpanj</li> <li>– Croatia open (orijentacijsko trčanje), srpanj</li> <li>– Krčka jedra (regata starih plovila), kolovoz</li> <li>– Bodul bike, rujan</li> </ul>	
<b>Općina Punat</b>	
<b>Tradicionalne fešte:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Karneval, siječanj-veljača</li> <li>– Puntarske noći, srpanj</li> <li>– Petrova (paljenje krijesa), lipanj</li> <li>– Andrinja, studeni</li> </ul>	

Atrakcija	Turistička valorizacija
<p><b>Gastro:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fešta od šurlic, lipanj</li> <li>– Dani maslina, listopad</li> </ul> <p><b>Sportske:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Jedriličarska regata Austria cup, svibanj</li> <li>– Croatia cup jedriličarska regata (organizira Marina Punat), svibanj</li> <li>– Biciklijada – Osvoji crni biser, listopad</li> </ul>	
<p><b>Općina Baška</b></p> <p><b>Tradicionalne fešte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Dan Općine, lipanj</li> <li>– Ribarski dani, kolovoz</li> <li>– Rokova, kolovoz</li> </ul> <p><b>Kulturne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Baška rožica – festival cvijeća, travanj</li> <li>– Zasopimo-Zatančajmo, rujan</li> </ul> <p><b>Sportske:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Hiking weekend Baška, travanj</li> <li>– 4 Islands MTB stage race, travanj</li> <li>– Krk trekking &amp; trail kamp, svibanj</li> </ul>	

## OSTALE ATRAKCIJE

Atrakcija	Turistička valorizacija
<p><b>Plaže</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Plaže s Plavom zastavom</b> – ukupno 15 plaža (od 37 na Kvarneru). Općina Vrbnik jedina nema plažu s Plavom zastavom. Plaže s Plavom zastavom: <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Općina Omišalj:</b> 'Pesja', 'Jadran' (Njivice)</li> <li>– <b>Općina Dobrinj:</b> 'Pećine' (Šilo), 'Soline'</li> <li>– <b>Općina Malinska:</b> 'Rupa'</li> <li>– <b>Grad Krk:</b> 'Porporela', 'Camp Ježevac', 'Camp Krk', 'Dražica', 'Dunat' (Kornić), 'Jert' (Pinezići), 'Camp Glavotok'</li> <li>– <b>Punat:</b> 'Kamp Konobe', 'Punta Debij'</li> <li>– <b>Baška:</b> 'Vela plaža'</li> </ul> </li> <li>– <b>Plaže s posebnosti:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Plaža 'Soline' - ljekovito blato</li> <li>– Niz od 10 plaža u zaljevu Dubašnica (Malinksa)</li> <li>– 'Vela Plaža' u Baški – šljunčana plaža, jedna od najljepših na Jadranu, duga 1800 m</li> </ul> </li> </ul>	<p>Projekt uređenja plaža PGŽ – FTHM, Opatija (dokument nije na stranicama MINT-a, ni PGŽ; na terenu nema informacija o dokumentu) ??</p>
<p><b>Staze</b></p> <p><b>Pješačke staze</b></p> <p>Ukupno oko 300 km uređenih i obilježenih pješačkih staza povezanih u 'otočki sustav' jednom kružnom stazom 'Krčom obilaznicom'. U ponudi su staze uz more (lungomare), lagane i teže pješačke staze. Dodiruju prirodne i kulturne zanimljivosti otoka.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Općina Omišalj</b> - Pješačko-biciklistička staza Omišalj-Njivice - obuhvaća sve značajnije lokalitete (npr. smještajne, arheološke, središta naselja). Prolazi uz more, ali i kroz neposredno, zeleno i/ili šumovito zaleđe obale. Staza je obilježena, ali nema odmorišta i vidikovaca</li> <li>– <b>Općina Dobrinj</b> – pješačka staza; planinarska staza 'Putevima Dobrnjštine'; obuhvaćaju pretežito unutrašnje dijelove Općine. Dva vidikovca (u selima Sužan i Gabonjin)</li> <li>– <b>Općina Malinska</b> – staza uz more (lungomare), lagane pješačke staze u unutrašnjem dijelu Općine, 'Glavna staza' također u unutrašnjem dijelu Općine. Ukupno oko 50 km staza. Prolaze uz znamenitosti (crkvice, samostan i sl.)</li> <li>– <b>Općina Vrbnik</b> – četiri tematizirane staze: 'Vrbnička planinarska obilaznica' (25 km), 'Putovima Frankopana' (20 km), 'Hodočasnički put' (8 km) i 'Putovima vrbničkih težaka' (22 km). Sve su kružne staze, polaze iz Vrbnika.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Moguće je unaprijediti tematiziranje posebice pješačkih staza</li> <li>– Moguće je unaprijediti turističku interpretaciju staza (table, vidikovci, odmorišta i sl.)</li> </ul>

Atrakcija	Turistička valorizacija
<p>Prolaze uz znamenitosti (crkvice, utvrde, lijepi pogledi na Vinodolski kanal). Staze su obilježene. Dio su 'Otočke transverzale'</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Grad Krk</b> – sustav pješačkih staza (6 ruta ?) na unutrašnjem području Grada; Tematizirana šetnica 'Putevima zlatnih kapi krčkog blaga' posvećena maslinarstvu, obilježena i uključuje edukativne table</li> <li>– <b>Općina Punat</b> – sustav šetnica uz more i u unutrašnjosti Općine; sustav planinarskih staza do najviših vrhova otoka (npr. Veli vrh, 541m; Brestovica, 558 m; Obzova 568 m). Staze su dobro označene.</li> <li>– <b>Općina Baška</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 19 pješačkih i planinarskih staza, ukupna duljina 90 km, različite zahtjevnosti. Sve su staze dobro označene; raspoloživa karta.</li> <li>– Poučna staza Baška-Zarok-Batomalj-Pod Lipicu – lagana staza, 6 km, povezuje niz zanimljivih lokaliteta (pješčara Zarok, rječica Vela Rika, crkvice, izvori, mrgari)</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Biciklističke staze</b>	
Većinu pješačkih staza moguće je koristiti i kao biciklističke.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Općina Omišalj</b> – 3 staze. Staze većim dijelom koriste postojeće ceste. Obilježene su, ali nema odmorišta i vidikovaca</li> <li>– <b>Općina Dobrinj</b> – nekoliko asfaltnih i makadamskih staza; obuhvaćaju cijeli zaljev Soline te unutrašnje dijelove Općine. Dva vidikovca (u selima Sužan i Gabonjin)</li> <li>– <b>Općina Malinska</b> – veći dio pješačkih staza prikladan je i za bicikle</li> <li>– <b>Općina Vrbnik</b> – većina obilježenih pješačkih staza pogodna je i za bicikliste</li> <li>– <b>Grad Krk</b> – asfaltirane ceste na području Grada; na relaciji Malinska-Krk (od skretanja za Valbisku-Krk) izvedena je biciklistička staza odvojena zelenim pojasom od prometnice</li> <li>– <b>Općina Punat</b> – sustav šetnica može se koristiti i kao biciklističke staze</li> <li>– <b>Općina Baška</b> – tri biciklističke rute, pretežito po makadamskoj podlozi (11 km, 24 km, 11 km), uključujući zahtjevnu MTB stazu</li> </ul>	
<b>Sportsko-rekreacijski objekti</b>	
<b>Luke za javni promet županijskog značaja</b> (lukama upravlja Županijska lučka uprava Krk)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Omišalj</li> <li>– Šilo</li> <li>– Malinska</li> <li>– Vrbnik</li> <li>– Krk</li> <li>– Valbiska</li> <li>– Punat</li> <li>– Baška</li> <li>– Surbova-Baška</li> </ul>	
<b>Luke otvorene za javni promet lokalnog značaja</b> (lukama upravlja Županijska lučka uprava Krk)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Čičići (Dobrinj), Dunat, Glavotok, Klimno, Lokvišća (Šilo), Njivice, Porat (Malinska), Rova (Malinska), Soline (Dobrinj), Stara Baška, Sv. Fuska, Vantačići (Malinska), Vela Jana i Voz</li> </ul>	
<b>Sportske luke</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pesja (Omišaljski zaljev)</li> </ul>	
<b>Turistički vezovi</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Omišalj</li> <li>– Šilo</li> <li>– Malinska</li> <li>– Krk</li> <li>– Punat</li> <li>– Baška</li> </ul>	

Atrakcija	Turistička valorizacija
<b>Marine</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Marina Punat</b> – najstarija i višestruko proglašavana najbolja marina u Hrvatskoj, smještena u izvrsno zaštićenoj uvali (Puntarska draga). Nudi 850 vezova u moru, oko 500 na suhom vezu, izvrsno opremljena pratećim uslužnim sadržajima, uključujući i yacht servis za jahte do 50m u brodogradilištu. Nudi najam plovila u charteru. Marina ima Plavu zastavu</li> </ul>	
<b>Jedrenje – Škole jedrenja</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– 2 škole jedrenja (Punat i Baška)</li> </ul>	
<b>Sportovi/rekreacija na moru</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Na svim uređenim plažama najam opreme za rekreaciju na moru (pedaline, padobrani, kajak i sl.)</li> <li>– <b>Podvodni gusarski park (Punat)</b> – atrakcija s eksponatima pod morem (na dubini 3-5m) i rekonstrukcijom 'otkrića podvodnog blaga'; koristi se s kacigom za podvodno hodanje</li> <li>– <b>Wakeboard</b> – Ski lift (Puntarska draga)</li> </ul>	
<b>Ronjenje</b>	
<p>15-tak ronilačkih lokacija (mjesta urona), uključujući oko otoka Plavnik i Prvić; podvodne litice, špilje, olupine. Ponuda ronilačkih klubova uključuje ronilačke izlete i škole ronjenja. Registrirano 20 ronilačkih centara diljem otoka (izuzetak Općina Omišalj)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Šilo – 2 centra</li> <li>– Malinska – 1 centar</li> <li>– Vrbnik – 1 centar</li> <li>– Krk – 10 centara</li> <li>– Punat – 4 centra</li> <li>– Baška – 2 centra</li> </ul>	
<b>Ribolov</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ribolovno područje otoka Krka slovi kao najbolje lovno područje skuša. Pjeskovito i muljevito dno idealni su za ribolov ugora, škrpine, oslića i hobotnica</li> <li>– Dozvole za ribolov dostupne u turističkim agencijama ili ribolovnim društvima u Njivicama, Šilu, Malinskoj, Krku, Puntu i Baški (izuzetak Općina Vrbnik)</li> <li>– <b>Omišalj</b> – specifično natjecanje Big-Om (big game fishing)</li> </ul>	
<b>Lov</b>	
<p>Lovišta pokrivaju znatan dio otoka; njima upravljaju lokalna lovačka društva:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Lovište Krk (VIII/101)</b> – zajedničko otvoreno lovište, 26.422 ha; Srna, zec, fazan; Sporedne vrste divljači značajnije za lovstvo jesu: divlja svinja, lisica, kuna</li> <li>– <b>Lovište Plavnik (VIII/16)</b> – državno uzgajalište divljači, 864 ha; Jelen lopatar; Sporedne vrste divljači jesu zec i divlji kunić</li> <li>– <b>Lovište Punat (VIII/17)</b> - državno otvoreno lovište, 6.180 ha; Srna, zec, fazan, jarebica obična; Sporedne vrste divljači jesu lisica, kuna, jazavac</li> <li>– <b>Lovište Baška (VIII/1)</b> – državno otvoreno lovište, 8.014 ha; Srna, zec, fazan, jarebica kamenjarka; Sporedne vrste divljači jesu divlja svinja, lisica, kuna</li> </ul>	
<b>Penjanje po stijenama</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Baška</b> – tri penjališta sportska (Bunculuka, Portafortuna, Belove stijene) s više od 100 opremljenih smjerova svih težina</li> </ul>	
<b>Jahanje</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Njivice</b> - pretežito terapijsko jahanje (Konjički klub Njivice)</li> </ul>	
<p>Uz navedeno, velik broj sportskih igrališta nalazi se u sklopu smještajnih kompleksa, na plažama (npr. tenis tereni, odbojka na pijesku, polivalentna igrališta)</p>	

Atrakcija	Turistička valorizacija
<b>Wellness centri</b>	
– <b>Malinska</b> – 2 centra; U sklopu Hotela Malin i Hotela Pinia	
– <b>Baška</b> – 1 centar; U sklopu Hotela Baška	
<b>Ostalo</b>	
<b>Akvariji</b>	
– <b>Akvarij Krk</b> – prvi tropski akvarij u Hrvatskoj, 100 vrsta riba; na oko 300 m <sup>2</sup>	
– <b>Akvarij Baška</b> – morski svijet Jadrana, 100 vrsta riba, 400 vrsta školjki; na 200 m <sup>2</sup>	

## **Dodatak II: Osnovna turistička statistika**

## Osnovna turistička statistika otoka Krka

**Tablica D2.1. Osnovni ležajevi u komercijalnim smještajnim kapacitetima prema jedinicama lokalne samouprave otoka Krka**

	2005.	2014.	2015.
Omišalj	7.000	7.898	7.700
Malinska	5.998	6.866	7.393
Krk	10.405	11.927	12.276
Punat	8.019	9.398	9.627
Baška	8.862	9.756	9.570
Vrbnik	469	917	983
Dobrinj	2.569	4.210	4.525
Ukupno	43.322	50.972	52.074

Izvor: TZ otoka Krka

**Tablica D2.2. Osnovni ležajevi u komercijalnim smještajnim kapacitetima na otoku Krku prema vrsti smještajnih objekata**

	2005.	2014.	2015.
Hoteli i slično	6.529	6.478	6.697
Kampovi i kampirališta	14.384	15.277	15.047
Obiteljski smještaj	21.139	28.112	29.527
Ostalo	1.270	1.105	1.003
Ukupno	43.322	50.972	52.274

Izvor: TZ otoka Krka

**Tablica D2.3. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima prema jedinicama lokalne samouprave otoka Krka**

	2005.	2010.	2012.	2013.	2014.	2015.
Omišalj	520.686	549.993	621.731	641.285	649.286	698.224
Malinska	342.098	448.847	492.302	482.805	489.859	541.765
Krk	696.584	765.034	889.469	967.924	957.682	1.055.540
Punat	575.165	527.825	577.365	570.601	522.434	559.767
Baška	715.695	783.791	922.291	940.991	837.820	917.948
Vrbnik	17.005	41.782	57.542	61.292	65.076	72.848
Dobrinj	147.840	195.202	272.647	293.342	304.076	334.681
Ukupno	3.015.073	3.312.474	3.833.347	3.958.240	3.826.233	4.180.773

Izvor: TZ otoka Krka



**Tablica D2.4. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima na otoku Krku prema vrsti smještajnih objekata**

	Hotel	Kamp i kampiralište	Obiteljski smještaj	Ostalo	Ukupno
2005.	801.400	1.048.850	1.085.287	79.536	3.015.073
2010.	830.986	1.055.028	1.363.159	63.301	3.312.474
2012.	937.754	1.206.352	1.630.806	58.435	3.833.347
2013.	896.028	1.290.555	1.712.022	59.635	3.958.240
2014.	824.807	1.270.156	1.680.796	50.474	3.826.233
2015.	874.282	1.341.415	1.917.744	47.332	4.180.773

Izvor: TZ otoka Krka

**Tablica D2.5. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima na otoku Krku i Primorsko goranskoj županiji**

	2005.	2010.	2012.	2013.	2014.	2015.
PGŽ	10.501.921	10.938.291	11.974.337	12.348.195	12.212.423	13.070.148
Otok Krk	3.015.073	3.312.474	3.833.347	3.958.240	3.826.233	4.180.773

Izvor: Državni zavod za statistiku i TZ otoka Krka

**Tablica D2.6. Ostvarena noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima na otoku Krku u 2015. godini prema mjesecima i jedinicama lokalne samouprave**

	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Omišalj	573	416	730	13.805	42.025	94.593	207.837	226.763	88.829	19.271	1.447	1.935
Malinska	844	779	3.522	9.314	19.521	61.692	164.096	208.091	59.138	10.391	2.365	2.012
Krk	355	403	2.486	21.531	69.468	143.306	310.874	361.849	128.580	14.705	526	1.457
Punat	374	384	1.569	9.633	26.387	72.171	174.674	198.917	63.358	10.998	745	557
Baška			201	16.812	53.880	132.455	275.432	310.002	115.436	13.537	134	59
Vrbnik	12	43	80	904	1.655	7.291	23.672	30.288	8.086	784	1	12
Dobrinj	57	37	272	3.204	10.003	38.078	114.288	133.352	34.157	1.075		158

Izvor: TZ otoka Krka

**Tablica D2.7. Udio ostvarenih noćenja u komercijalnim smještajnim kapacitetima na otoku Krku u 2015. godini u razdoblju srpanj-kolovoz i lipanj-rujan u ukupnim noćenjima prema jedinicama lokalne samouprave, u %**

	VII.-VIII.	VI.-IX.
Omišalj	62,2	88,5
Malinska	68,7	91,0
Krk	63,7	89,5
Punat	66,7	91,0
Baška	63,8	90,8
Vrbnik	74,1	95,2
Dobrinj	74,0	95,6

Izvor: Izračun autora

**Tablica D2.8. Bruto iskorištenost komercijalnih smještajnih kapaciteta otoka Krka prema vrsti kapaciteta, u %**

	Hotel	Kamp i kampiralište	Obiteljski smještaj	Ostalo	Ukupno
2005.	33,6	20,0	14,1	17,2	19,1
2010.	33,6	19,4	17,5	14,0	20,5
2012.	37,8	22,9	20,1	10,1	23,3
2013.	37,1	23,0	18,2	13,6	22,2
2014.	34,9	22,8	16,4	12,5	20,6
2015.	35,8	24,4	17,8	12,9	21,9

Izvor: Izračun autora

**Tablica D2.9. Bruto iskorištenost komercijalnih smještajnih kapaciteta prema jedinicama lokalne samouprave otoka Krka, u %**

	2005.	2010.	2012.	2013.	2014.	2015.
Omišalj	20,4	20,8	22,3	23,1	22,5	24,8
Malinska	15,6	21,4	22,5	20,4	19,5	20,1
Krk	18,3	19,3	23,7	23,1	22,0	23,6
Punat	19,7	18,4	19,9	16,9	15,2	15,9
Baška	22,1	23,3	27,3	26,9	23,5	26,3
Vrbnik	9,9	19,3	21,4	20,5	19,4	20,3
Dobrinj	15,8	20,1	23,1	21,6	19,8	20,3
Ukupno	19,1	20,5	23,3	22,2	20,6	22,0

Izvor: Izračun autora