



Službeni glasnik OPĆINE KARLOBAG

Broj: 02/26

Karlobag,
02.03.2026.

Izlazi prema potrebi

AKTI OPĆINSKOG VIJEĆA

1. UVOD I PRAVNI OKVIR	1
1.1. ZAKONSKA OSNOVA	1
1.2. DEFINICIJA PRIHVATNOG KAPACITETA	1
1.3. OBVEZA IZRADE	1
1.4. ROKOVI	2
2. FAZE IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA	2
3. DEFINIRANJE I ZONIRANJE PODRUČJA OBUHVATA	4
3.1. KRITERIJI ZONIRANJA PREMA ZAKONSKOM OKVIRU	5
3.2. IMPLEMENTACIJA ZONIRANJA U UPRAVLJANJU DESTINACIJOM	9
4. METODOLOGIJA IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA	11
5. ANALIZA RAZINE NOSIVOSTI DESTINACIJE	12
6. PREGLED, ANALIZA I INTERPRETACIJA POKAZATELJA PRIHVATNOG KAPACITETA	21
6.1. INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR	21
6.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI	23
6.3. TURISTIČKA POTRAŽNJA	28
6.4. RESURSNO ATRAKCIJSKA OSNOVA	30
6.5. PRIRODA I OKOLIŠ	34
6.6. PROSTOR	39
6.7. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	42
6.8. PROMETNA INFRASTRUKTURA	46
6.9. STANOVNIŠTVO I KVALITETA ŽIVOTA	48
6.10. ZAPOSLENOST, GOSPODARSTVO I VAŽNOST TURIZMA	51
7. PROCJENA DOSTIGNUTE RAZINE PRIHVATNOG KAPACITETA ZA DESTINACIJU KARLOBAG	53
8. ANALIZE SCENARIJA	56
9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE	59
10. POPIS TABLICA	60
11. POPIS SLIKA	61
1. UVOD	2
1.1. PROFIL DESTINACIJE KARLOBAG	3
2. ANALIZA STANJA	6
2.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE	6
2.1.1. Smještaj	7
2.1.2. Ugostiteljstvo	7
2.1.3. Turističke atrakcije	8
2.1.4. Turističke usluge	15

2.1.5. Obilježja turista u destinaciji - kvantitativni pokazatelji razvoja turizma	16
2.2 RESURSNA OSNOVA	19
2.3. JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	21
2.4. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA	23
2.4.1. Energetska infrastruktura	23
2.4.2. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta	24
2.4.3. Vodoopskrba i odvodnja	24
2.4.4. Gospodarenje otpadom	25
2.5. PROMETNA INFRASTRUKTURA	25
2.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE	26
2.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije	26
2.6.2. Sigurnost i privatnost	29
2.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM	30
2.7.1. Fizička pristupačnost	31
2.7.2. Komunikacijska pristupačnost	32
2.7.3. Pristupačnost usluga	32
2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost	32
2.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI	32
2.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA	34
2.9.1. Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu	35
2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika	35
2.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI	35
2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala	35
2.10.2. Analiza digitalnog prisustva	36
2.10.3. Analiza offline aktivnosti	37
2.10.4. Analiza suradnji s trećim stranama	38
2.10.5. Analiza mogućnosti prikupljanja informacije za turiste	38
2.11. ANALIZA KONKURENCIJE	38
2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija	39
2.11.2. Direktna konkurencija	39
2.11.3. Indirektna konkurencija	40
2.11.4. Benchmarking	40
2.11. 5. Analiza trendova na strani turističke potražnje	42
3. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA DESTINACIJE KARLOBAG I PREPORUKE ZA DALJNI RAZVOJ	45
4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA	72
4.1. Pozicioniranje destinacije Karlobag	72
5. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	78
6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA	110

6.1. PESTLE I SWOT analiza destinacije Karlobag.....	116
6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma destinacije Karlobag	119
7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA	126
8. VREMENIK AKTIVNOSTI.....	130
9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA	146
10. POPIS TABLICA	149
11. POPIS GRAFIKONA.....	151
12. POPIS SHEMA.....	151



IZRAČUN PRIHVATNOG KAPACITETA DESTINACIJE KARLOBAG
prema Zakonu o turizmu i pratećim propisima Republike Hrvatske

SADRŽAJ

1. UVOD I PRAVNI OKVIR	1
1.1. ZAKONSKA OSNOVA.....	1
1.2. DEFINICIJA PRIHVATNOG KAPACITETA	1
1.3. OBVEZA IZRADE	1
1.4. ROKOVI	2
2. FAZE IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA	2
3. DEFINIRANJE I ZONIRANJE PODRUČJA OBUHVATA	4
3.1. KRITERIJI ZONIRANJA PREMA ZAKONSKOM OKVIRU	5
3.2. IMPLEMENTACIJA ZONIRANJA U UPRAVLJANJU DESTINACIJOM	9
4. METODOLOGIJA IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA	11
5. ANALIZA RAZINE NOSIVOSTI DESTINACIJE.....	12
6. PREGLED, ANALIZA I INTERPRETACIJA POKAZATELJA PRIHVATNOG KAPACITETA	21
6.1. INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR	21
6.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI	23
6.3. TURISTIČKA POTRAŽNJA.....	28
6.4. RESURSNO ATRAKCIJSKA OSNOVA	30
6.5. PRIRODA I OKOLIŠ.....	34
6.6. PROSTOR	39
6.7. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA.....	42
6.8. PROMETNA INFRASTRUKTURA.....	46
6.9. STANOVNIŠTVO I KVALITETA ŽIVOTA.....	48
6.10. ZAPOSLENOST, GOSPODARSTVO I VAŽNOST TURIZMA	51
7. PROCJENA DOSTIGNUTE RAZINE PRIHVATNOG KAPACITETA ZA DESTINACIJU KARLOBAG	53
8. ANALIZE SCENARIJA	56
9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE	59
10. POPIS TABLICA	60
11. POPIS SLIKA	61

1. UVOD I PRAVNI OKVIR

1.1. ZAKONSKA OSNOVA

- Zakon o turizmu (NN 156/23) - članak 18.
- Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24)
- Pravilnik o metodologiji izrade plana upravljanja destinacijom (NN 112/24)
- Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma (NN 112/24)
- Smjernice i upute za izradu plana upravljanja destinacijom (Ministarstvo turizma i sporta RH, rujan 2024.)

Za izračun prihvatnog kapaciteta turističke destinacije Karlobag primjenjuje se službena metodologija definirana Pravilnikom o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN 112/24), utemeljena na Zakonu o turizmu (NN 156/23).

Izrada i provedba izračuna prihvatnog kapaciteta obavezna je za turističke zajednice na destinacijskoj razini, a obuhvat, koraci i pokazatelji definirani su u članku 18. Zakona o turizmu te detaljno razrađeni Pravilnikom iz NN 112/24. Kapacitet predstavlja broj turista koji mogu istodobno boraviti u destinaciji Karlobag bez izazivanja negativnih utjecaja na fizičku, gospodarsku i sociokulturnu okolinu, kao i bez smanjenja zadovoljstva lokalnog stanovništva i posjetitelja.

Faze izračuna

Metodologija izračuna prihvatnog kapaciteta sastoji se od nekoliko faza:

- Definiranje i zoniranje područja (precizno određivanje granica i zona Karlobag)
- Analiza karakteristika prostora, postojeće infrastrukture i turističke ponude
- Odabir i primjena metodologije izračuna (kvantitativna, kvalitativna ili kombinirana metoda, prema lokalnim specifičnostima)
- Procjena dostignute razine kapaciteta na temelju prikupljenih podataka i utvrđenih pokazatelja

Pokazatelji i mjerenja

Osnovni pokazatelji uključuju brojke o trenutnoj posjećenosti, infrastrukturi, smještajnim kapacitetima, komunalnim uslugama, razini zaštite okoliša, raspoloživosti lokalnih resursa te socioekonomske faktore važnih za procjenu nosivosti destinacije Karlobag. Pravilnik jasno navodi obvezu korištenja standardiziranih metodoloških postupaka, čime se dobiva objektivni okvir za strateško upravljanje razvojem turizma

1.2. DEFINICIJA PRIHVATNOG KAPACITETA

Prihvatni kapacitet destinacije je broj turista koji mogu posjetiti turističku destinaciju u isto vrijeme, ne uzrokujući pritom neprihvatljive poremećaje fizičke, gospodarske i sociokulturne okoline te smanjenje u zadovoljstvu posjetitelja

1.3. OBVEZA IZRADE

Obvezne su turističke zajednice koje su djelomično ili u cijelosti osnovane na području jedinice lokalne samouprave razvrstane u kategoriju I i II indeksa turističke razvijenosti (ITR). U trenutku izrade Plana upravljanja destinacijom Karlobag (2025. godina) isti je kategoriziran u II. kategoriju turističke razvijenosti, odnosno u obvezi izračuna prihvatnog kapaciteta destinacije.

1.4. ROKOVI

Destinacije ITR I i II: do kraja 2025. godine (plan upravljanja + prihvatni kapacitet).

2. FAZE IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA

Člankom 2. st. 2. Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta (NN br. 112/2024), donesenog na temelju Zakona o turizmu (Narodne novine br. 156/2023), određene su faze izračuna prihvatnog kapaciteta turističke destinacije. Istim je definirano da se izračun prihvatnog kapaciteta provodi kroz sljedeće faze:

- ⇒ Definiranje i zoniranje područja obuhvata - u ovoj fazi potrebno je definirati područje za koje se izrađuje izračun, poštujući strateške dokumente i prostorne turističke cjeline.
- ⇒ Odabir metodologije procjene prihvatnog kapaciteta - odabir prikladne metodologije koja će sagledavati utjecaj turizma, usuglašavati prihvatljive razine turističke aktivnosti i pratiti njihov utjecaj na destinaciju.
- ⇒ Analize razine nosivosti destinacije - provode se analize koje mjere koliko destinacija može izdržati turistički pritisak bez negativnih posljedica na okoliš, gospodarstvo i društvo.
- ⇒ Procjena dostignute razine prihvatnog kapaciteta - ova faza utvrđuje trenutni broj turista i isti uspoređuje s tolerancijama nosivosti destinacije kako bi se razumjela stvarna iscrpljenost kapaciteta.
- ⇒ Analize scenarija- razmatraju se različiti scenariji turističkog razvoja i njihov utjecaj na prihvatni kapacitet destinacije, radi planiranja održivog upravljanja.
- ⇒ Donošenje zaključaka i preporuka - na temelju prikupljenih podataka donose se zaključci o prihvatnom kapacitetu i preporuke za upravljanje destinacijom, kako bi se osigurala održivost i balans između interesa turista i lokalnog okoliša.

Zakonom o turizmu propisano je da se prihvatni kapacitet destinacije izrađuje u svrhu upravljanja turističkim tokovima i održivog razvoja turizma, osiguravajući da broj turista ne dovodi do neprihvatljivih poremećaja fizičke, gospodarske i sociokulturne okoline te ne umanjuje zadovoljstvo posjetitelja.

Područje Karlobaga obuhvaća:

- ⇒ Jugozapadni dio Ličko-senjske županije, protežući se na ukupnoj površini od 283 km²
- ⇒ Oko 40-42 km morske obale s brojnim uvalama, plažama i kristalno čistim morem, tipičnim za spoj mediteranske i kontinentalne klime
- ⇒ Značajan dio područja čine podvelebitsko primorje, kao i planinski predjeli Velebita, uključujući dijelove Parka prirode Velebit te blizinu Nacionalnog parka Sjeverni Velebit, što pruža izvanredne mogućnosti za planinarenje, biciklizam, alpinizam i istraživanje bogate prirodne baštine.
- ⇒ Na području Karlobaga prema službenoj teritorijalnoj organizaciji nalazi se 14 naselja: Barić Draga, Baške Oštarije, Cesarica, Crni Dabar, Došen Dabar, Karlobag, Konjsko, Kućišta Cesarička, Ledenik Cesarički, Lukovo Šugarje, Ravni Dabar, Staništa, Sušanj Cesarički i VidovacCesarički, od kojih je najveće administrativno sjedište sam Karlobag. Ta naselja raspoređena su od priobalnih do velebitskih lokaliteta, čime dodatno naglašavaju raznolikost krajolika – od mora, preko brdovitih predjela, do Velebita.

Pravna regulacija i kriteriji

Prema Zakonu o turizmu, turistička destinacija definira se kao tržišno i turistički valorizirana prostorna cjelina koja može obuhvaćati jednu ili više jedinica lokalne samouprave te se određuje temeljem prirodnih, kulturnih, povijesnih, tradicijskih i drugih vrijednosti. U slučaju Karlobaga, područje obuhvata identičan je teritoriju jedinice lokalne samouprave – Općine Karlobag.

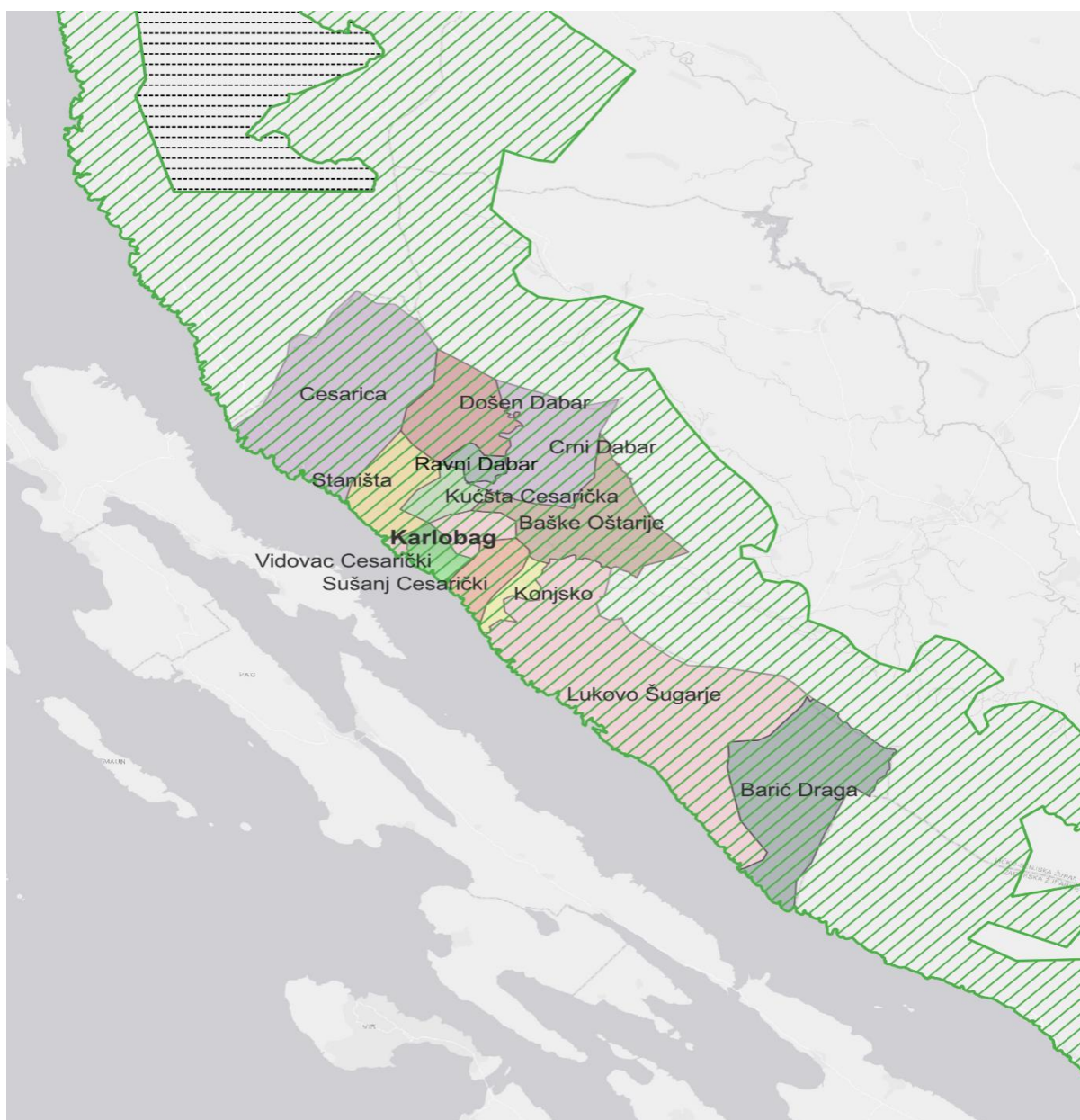
Za izračun prihvatnog kapaciteta destinacije Karlobag koristi se površina i administrativna organizacija Općine Karlobag (283km²) s obalnim i planinskim dijelovima i svim pripadajućim naseljima, prema zakonodavstvu i lokalnim strategijama.

3. DEFINIRANJE I ZONIRANJE PODRUČJA OBUHVATA

Definiranje područja obuhvata

Područje obuhvata destinacije Karlobag, u skladu sa Zakonom o turizmu i strateškim razvojnim dokumentima, obuhvaća teritorij Općine Karlobag koji se prostire na površini od 283 km². Destinacija Karlobag uključuje urbanu jezgru Karlobaga, te brojna manja naselja smještena uz obalu (Ribarica, Cesarica, Lukovo Šugarje i Barić Draga) i u planinskom zaleđu (Baške Oštarije, Crni Dabar, Došen Dabar, Ravni Dabar, Kućišta Cesarička, Staništa, Vidovac Cesarički, Sušanj Cesarički, Konjsko i Vidovac Cesarički).

Slika 1. Područje obuhvata destinacije Karlobag



Zoniranje područja

Zoniranje područja koje obuhvaća destinaciju Karlobag predstavlja složen sustav prostorno-funkcionalnih cjelina koji se temelji na hrvatskom zakonodavnom okviru za upravljanje turizmom i prostorno planiranje. Područje Općine Karlobag, koje se proteže na 283 km² s 42 km obale, podijeljeno je na različite prostorno-funkcionalne cjeline prema kriterijima administrativnih granica i intenziteta turističkih aktivnosti.

Temeljem Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta iz 2024. godine, zoniranje destinacije mora se izvršiti kroz definiranje prostorno-funkcionalnih zona koje se utvrđuju na temelju provedenih analiza i kriterija koji uključuju administrativni ustroj jedinica lokalne samouprave, prostorne tipologije određene različitim reljefnim i prirodnim obilježjima, intenzivnost turističke aktivnosti te područja s istim ili sličnim portfeljem turističkih proizvoda.

Za područje obuhvata destinacije Karlobag prostorno-funkcionalne zone određuju se prema propisanim kriterijima i praktičnoj podjeli prostora, uvažavajući razlike u reljefu, naseljenosti, turističkim aktivnostima i portfelju proizvoda.

U skladu s metodologijom "granica prihvatljive promjene" analiza razine prihvatnog kapaciteta destinacije Karlobag polazi od činjenice da se radi o heterogenom prostoru što nalaže promatranje utjecaja i pritisaka turizma na razini manjih, homogenijih zona.

3.1. KRITERIJI ZONIRANJA PREMA ZAKONSKOM OKVIRU

Zoniranje prostora predstavlja ključni alat u prostornom planiranju jer omogućava usklađivanje različitih funkcija i potreba unutar destinacije, štiteći prirodne resurse i potičući održivi razvoj. Karlobag je logično podijeljen na zone koje reflektiraju njegov specifični prirodni, društveni i turistički karakter, čime se osigurava uravnotežen razvoj i efikasno upravljanje prostorom. Ovaj sustav zoniranja omogućava ciljano planiranje aktivnosti i razvoj infrastrukture prilagođene svakoj zoni, čime se poboljšava kvaliteta života stanovnika i iskustvo posjetitelja.

U skladu s navedenim u destinaciji Karlobag određene su slijedeće zone:

Zona 1: Središnji Karlobag – urbana jezgra Karlobag

Prostorna tipologija: Urbana jezgra s lokalnom infrastrukturom, upravnim sadržajima, javnim uslugama, trgovačkim i ugostiteljskim objektima te stambenim zgradama.

Intenzitet turističke aktivnosti: Umjeren do visok, s naglaskom na kulturni i povijesni turizam, turističke usluge, smještajne kapacitete manjih hotela, apartmana, restorana i kafića.

Portfelj turističkih proizvoda: Kulturni sadržaji, manifestacije, gastronomska ponuda, šetnje uz rivu, lokalne prodavaonice i male tvrtke vezane uz turizam.

Zona 2: Turističko-kupališna zona – obalni pojas Karlobaga

Prostorna tipologija: Priobalna zona s uređenim plažama, pristupnim šetnicama, ugostiteljskim objektima na plaži, malim lukama i aktivnostima na moru.

Intenzitet turističke aktivnosti: Umjeren, sezonski fokusiran na kupališni turizam, vodene sportove i rekreaciju. Obalni pojas je dug 42 km, te je na samo 7-8 km visoka posjećenost na plažama.

Portfelj turističkih proizvoda: Plaže, vodeni sportovi, izleti brodom, kampovi, turistički sadržaji vezani uz more.

Zona 3: Šire gradsko područje – periurbane i rubne stambene zone (Cesarica, Lukovo Šugarje)

Prostorna tipologija: Prijelazna zona između urbanog i ruralnog, vikend-naseljima i manjim turističkim kapacitetima.

Intenzitet turističke aktivnosti: Umjeren, s potencijalom za razvoj smještaja i rekreacijskih sadržaja.

Portfelj turističkih proizvoda: Privatan smještaj, etnoturizam, rekreacija u prirodi, biciklizam i planinarenje.

Zona 4: Ruralno područje – zaleđe s naseljima Baške Oštarije, Crni Dabar, Došen Dabar, Ravni Dabar, Konjsko, Kućišta Cesarička, Ledenik Cesarički, Staništa, Sušanj Cesarički, Vidovac Cesarički

Prostorna tipologija: Rurale i planinske zone s niskom gustoćom naseljenosti, pretežito poljoprivredna i šumska područja. Naselja: Baške Oštarije, Crni Dabar, Došen Dabar, Ravni Dabar, Konjsko, Kućišta Cesarička, Ledenik Cesarički, Staništa, Sušanj Cesarički.

Intenzitet turističke aktivnosti: Nizak do umjeren, uglavnom neorganizirani i alternativni turizam.

Portfelj turističkih proizvoda: Agroturizam, planinarenje, ekoturizam, izleti u prirodu, ribolov, lov, kulturni i povijesni obilasci.

Sažetak zona Karlobaga:

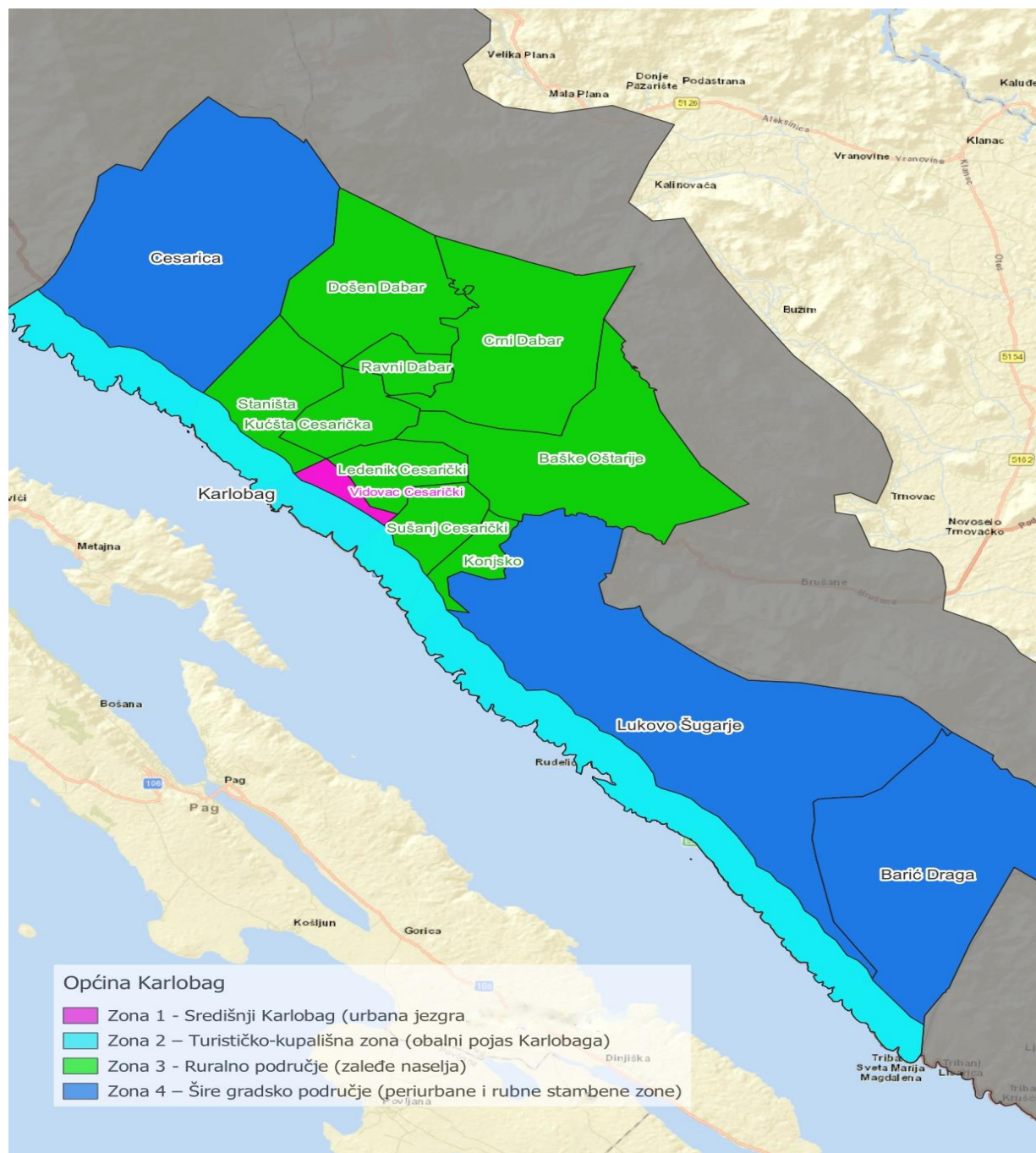
Zona 1 je urbana jezgra s intenzivnim turističkim sadržajima i infrastrukturom, dok je Zona 2 primarno turističko-kupališna s visokim sezonskim intenzitetom aktivnosti vezanih uz plažu i more. Zona 3 predstavlja prijelazni prostor s manjim stambenim i turističkim kapacitetima, a Zona 4 je ruralna, prirodna zona s naglaskom na održiv i alternativni turizam.

Ovakva podjela omogućava uravnotežen razvoj i zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti Karlobaga uz prilagodbu turističkih proizvoda različitim tipovima posjetitelja.

Tablica 1. Prostorna tipologija, intenzitet turističke aktivnosti i portfelj proizvoda destinacije Karlobag po zonama

Zona	Opis, prostorna tipologija i funkcije	Intenzitet turističke aktivnosti	Portfelj turističkih proizvoda	Naselja uključena u zonu
Zona 1: Središnji Karlobag (urbana jezgra)	Urbana središnja zona s povijesnim i administrativnim centrom, s urbanom infrastrukturom, trgovačkim i javnim sadržajima	Visok, s naglaskom na kulturni, povijesni i urbani turizam	Kulturne ture, restorani, šetnje uz rivu, upravne i javne usluge	Karlobag
Zona 2: Turističko-kupališna zona (obalni pojas)	Priobalje s plažama, sportskim i rekreacijskim sadržajima	Umjeren sezonski, fokus na more i plaže	Plaže, vođeni sportovi, izleti brodom, kampovi	Karlobag, Ribarica, Cesarica, Lukovo Šugarje
Zona 3: Šire gradsko područje (periurbano)	Periurbano područje s mjestascima i turistički razvijenim naseljima na rubu grada	Umjeren do visok, s razvojem smještaja i rekreacijskih sadržaja	Privatan smještaj, etno-turizam, biciklizam, planinarenje	Cesarica, Lukovo Šugarje, Staništa, Sušanj Cesarički
Zona 4: Ruralno područje (zaleđe)	Zaleđe s naseljima i prirodnim krajobrazima, niska gustoća naseljenosti	Nizak do umjeren, s potencijalom za održivi i alternativni turizam	Agroturizam, ekoturizam, kulturni obilasci, prirodne ljepote	Baške Oštarije, Crni Dabar, Došen Dabar, Ravni Dabar, Konjsko, Kućišta Cesarička, Ledenik Cesarički, Staništa, Sušanj Cesarički, VidovacCesarički

Slika 2. Prostorno-funkcionalne zone destinacije Karlobag



3.2. IMPLEMENTACIJA ZONIRANJA U UPRAVLJANJU DESTINACIJOM

Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta zahtijeva da turističke zajednice kategorije I i II redovito izrađuju izračune prihvatnog kapaciteta za svoje zone. Općina Karlobag kao turistički razvijena destinacija, mora provoditi kontinuirano praćenje pokazatelja nosivosti koji uključuju omjer broja kreveta u odnosu na broj stanovnika, koncentraciju materijalnih atrakcija, kvalitetu voda za kupanje, razinu buke u vršnim danima sezone te utjecaj turizma na korištenje javnog prostora. Zoniranje područja obuhvata destinacije Karlobag predstavlja sveobuhvatan sustav upravljanja prostorom koji integrira zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti s kontroliranim turističkim razvojem. Kroz jasno definirane prostorno-funkcionalne cjeline i kriterije zoniranja, omogućava se održivo upravljanje destinacijom koje uvažava kako potrebe turističkog razvoja tako i zaštitu prostornih vrijednosti koje čine identitet Karlobaga kao jedinstvene primorsko-planinske destinacije.

Za Karlobag, prostorno planiranje i zoniranje su usklađeni s višim razinama prostorno-uređivačke dokumentacije te se definiraju kroz sljedeće razine:

1. **Prostorni plan Ličko-senjske županije** – određuje ukupne smjernice zoniranja na razini županije, uključujući kako područja obuhvaćaju ruralne, razvojne i zaštitne zone te osigurava usklađenost s nacionalnim strategijama zaštite okoliša i održivog razvoja.
2. **Prostorni plan uređenja Općine Karlobag** – razrađuje detaljne uvjete za svaku zonu, obuhvat je opsežniji i detaljniji, s definiranim granicama, namjenama i uvjetima za buduće urbanističke i građevinske zahvate.
3. **Urbanistički planovi uređenja** – razrađuju specifične turističke, stambene i poslovne zone te su usmjereni na konkretnu izgradnju i namjensko korištenje u školjci korektivnih i razvojnih ciljeva unutar zona definiranih prostornim planom.

Ovakav višerazinski sustav osigurava usklađenost razvoja, očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti te omogućava održivo upravljanje prostorom u Karlobagu, čime se osigurava dugoročna održivost i razvoj destinacije.

Koncentracija turističkih atrakcija destinacije Karlobag

Koncentracija turističkih atrakcija u destinaciji Karlobag prema zadanim zonama može se ocijeniti na slijedeći način:

- ⇒ Zona 1: Središnji Karlobag - Najveći broj atrakcija nalazi se u ovoj zoni. Tu su ruševine srednjovjekovne četverokutne utvrde Fortica s Mediteranskim vrtom Kava, kapucinski samostan s vrijednom slikom Posljednja večera autora CristoforaTasca, župna crkva sv. Josipa iz 1712., ruševine crkve sv. Karla Boromejskoga iz 1710. te spomenik Šimi Starčeviću. Ovdje su i poznate povijesne šterne, što ukazuje na visoku koncentraciju kulturno-povijesnih atrakcija.
- ⇒ Zona 2: Turističko-kupališna zona - Sadrži poznate plaže poput pješčane plaže Tatinja i obalnu rivijeru te male kampove uz obalu, pa je ova zona značajna za kupanje i odmor na plaži.
- ⇒ Zona 3: Šire gradsko područje - U ovoj zoni ima nekoliko manjih atrakcija i prirodnih ljepota, no koncentracija nije tako izražena kao u centru. U blizini su parkovi prirode i planine poput Velebita, što doprinosi turističkoj ponudi.

- ⇒ Zona 4: Ruralno područje - U ruralnim dijelovima nema značajnih turističkih atrakcija kao u samom Karlobagu, već je riječ o prirodnim i šumskim područjima koja služe više za rekreaciju i prirodni ambijent nego za kulturne ili povijesne atrakcije. U ovoj zoni se nalaze planinarske staze, te penjačke zone.

Zaključno, najveća koncentracija turističkih atrakcija je u Zoni 1 - Središnji Karlobag, zatim u Zoni 2 sa turističko-kupališnim atrakcijama, dok su u Zonama 3 i 4 atrakcije znatno rjeđe zastupljene.

Tablica 2. Zoniranje Karlobaga u skladu s prostornim planom, gdje su zone podijeljene prema funkciji, lokaciji, tipu zone, kapacitetu i statusu izgradnje

Prostorno-funkcionalna cjelina	Specifična zona/lokacija	Tip zone (T1/T2/T3)	Kapacitet/površina	Kriterij zoniranja	Status izgradnje
Zona 1: Središnji Karlobag	Urbana jezgra Karlobag	Mješovita M1	~1200 stanovnika	Administrativna granica + središte naselja	Izgrađeno
Zona 2: Turističko-kupališna zona	Obala Cesarice, Ribarice, Karlobaga, Lukovog Šugarja i Barić Drage	T2/T3	Kampovi i turistički objekti, ~90 ha	Intenzitet turizma, prostorni kapacitet	Djelomično izgrađeno / Planirano
Zona 3: Šire gradsko područje	Cesarica, Lukovo Šugarje, Staništa, Sušanj Cesarički	T1/T2	Stanovanje i rekreacija, ~50 ha	Prelazna stambena i turistička zona	Izgrađeno/planirano
Zona 4: Ruralno područje	Baške Oštarije, Crni Dabar, Došen Dabar, Ravni Dabar, Konjsko, Kućišta Cesarička, Ledenik Cesarički, Vidovac Cesarički	T3	Ruralne površine, poljoprivreda i priroda	Niska gustoća naselja, zaštita prirodnih vrijednosti	Pretežno neizgrađeno

4. METODOLOGIJA IZRAČUNA PRIHVATNOG KAPACITETA

Prilikom izračuna prihvatnog kapaciteta za destinaciju Karlobag primijenjena je **kombinirana metodologija**: kvantitativni podaci (infrastruktura, broj kreveta, otpad, potrošnja vode) i kvalitativni pokazatelji (percepcija stanovnika, zadovoljstvo gostiju), u skladu s Pravilnikom i smjernicama.

Ova metodologija za izračun kapaciteta nosivosti odabrana je zbog složenosti faktora koji utječu na prihvatni kapacitet destinacije.

Kombinirana metodologija uključuje i kvantitativne i kvalitativne metode, pri čemu kvantitativni dio prikuplja i analizira numeričke podatke o broju posjetitelja, infrastrukturnim kapacitetima, opterećenjima, sezonalnosti i drugim relevantnim parametrima. Kvalitativni dio pak koristi nenumeričke metode kao što su intervjui, ankete i fokus grupe za razumijevanje stavova i iskustava lokalnog stanovništva, turista i drugih dionika.

Ovim pristupom moguće je precizno utvrditi fizičke granice eksploatacije destinacije i važnih lokacija, maksimalni broj posjetitelja koji destinacija i njene atrakcije mogu podnijeti, uz održavanje prihvatljive razine zadovoljstva stanovništva i turista. Kombinirana metodologija tako omogućava donošenje informiranih odluka o razvoju destinacije, uzimajući u obzir i socioekonomske te okolišne utjecaje za održivi razvoj.

U slučaju destinacije Karlobag, zbog specifičnih prirodnih, kulturnih i infrastrukturnih obilježja, kao i potrebe za balansiranjem interesa turista i lokalne zajednice, kombinirana metodologija osigurava najcjelovitiji i najsigurniji pristup procjeni prihvatnog kapaciteta nosivosti destinacije. Za primjer, zakonska regulativa ne propisuje uvijek izričitu minimalnu kvadraturu, ali se u urbanističkom planiranju primjerice plaža najčešće koriste navedene preporuke radi osiguranja sigurnosti, privatnosti i udobnosti.

5. ANALIZA RAZINE NOSIVOSTI DESTINACIJE

U kontekstu destinacije Karlobag, analiza razine nosivosti destinacije podrazumijeva detaljno sagledavanje utjecaja turizma u proteklih minimalno pet godina, s ciljem prepoznavanja uskih grla i ograničenja koja mogu kočiti daljnji turistički razvoj. Ključni dio ove analize obuhvaća pregled i analizu pokazatelja održivosti turizma, koji su propisani posebnim zakonskim aktima i pravilnicima, poput Pravilnika o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma.

Spomenuti pokazatelji održivosti su važni jer omogućuju praćenje socio-ekonomskih, okolišnih i upravljačkih aspekata turizma, uključujući zadovoljstvo lokalnog stanovništva, utjecaj turističke aktivnosti na okoliš, kao i kvalitetu i raznolikost turističke ponude. Praćenjem i analizom ovih pokazatelja, Turistička zajednica Općine Karlobag i drugi relevantni subjekti dobivaju potrebne informacije za donošenje održivih i odgovorno planiranih strateških odluka koje podržavaju dugoročni razvoj turizma, uz istovremeno očuvanje prirodnih, kulturnih i društvenih vrijednosti destinacije.

Podaci za izračun pokazatelja prikupljaju se za minimalno pet prethodnih godina odnosno za razdoblje koje obuhvaća analiza. Iznimno, podaci koji nisu dostupni za cjelokupno razdoblje analize prikupljaju se za razdoblje za koje su dostupni.

Ovakav sustav praćenja održivosti također doprinosi ispunjavanju nacionalnih i europskih strateških ciljeva vezanih uz održivi razvoj turizma, osiguravajući da Karlobag kao destinacija može balansirati između rasta i zaštite svojih resursa te zadovoljstva svih dionika, a posebno lokalnog stanovništva i posjetitelja.

Analiza obuhvaća:

- ⇒ Pregled i analizu obveznih i dodatnih pokazatelja održivosti propisanih posebnim propisom kojim se propisuju pokazatelji za praćenje razvoja i održivosti turizma
- ⇒ Pregled, analizu i interpretaciju pokazatelja prihvatnog kapaciteta iz stavka 3. Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta
- ⇒ Popis i analizu resursne osnove koja je sastavni dio plana upravljanja destinacijom.

PREGLED I ANALIZA POKAZATELJA ODRŽIVOSTI PROPISANIH POSEBNIM PROPISOM KOJIM SE PROPISUJU POKAZATELJI ZA PRAĆENJE RAZVOJA I ODRŽIVOSTI TURIZMA

Tablica3. Popis OBVEZNIH pokazatelja određenih u Prilogu i Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Izvor podataka	Aktualno stanje
Institucionalni i strateški okvir	Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika	Stavovi stanovnika	Ne postoje recentnija mjerenja
Smještajni kapaciteti	Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika	Sekundarni	Rezultati pokazuju da navedeni omjer u destinaciji Karlobag značajno premašuje preporučeni standard, ali isti rezultat treba uzeti sa rezervom zbog malog i opadajućeg ukupnog broja stalnih stanovnika. Izračun po zonama pokazuje rubnu opterećenost Zone 1 u kojoj su koncentrirane glavne atrakcije destinacije.
	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika	Sekundarni	Destinacija bilježi značajan broj kreveta u nekomercijalnom smještaju što ukazuje na snažnu lokalnu uključenost u turizam i privatno korištenje nekretnina, ali i neujednačenu iskorištenost turističkih kapaciteta. Ovaj podatak djelomično objašnjava sezonalnost destinacije.
	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje	Sekundarni	Omjer smještajnih objekata u odnosu na broj stalnih stanova u zonama 1, 3 i 4 prelazi preporučene vrijednosti ETIS-a, međutim, iako takvi rezultati ukazuju na visok intenzitet turističkog kapaciteta, važno je pristupiti s pažnjom i uzeti u obzir lokalni kontekst i razvojne ciljeve kao i činjenicu da je broj stalnih stanovnika destinacije u značajnom opadanju.
	Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja	Sekundarni	Rezultat ukazuje na naglašen turistički pritisak, međutim, važno je ovaj podatak promatrati u kontekstu dinamičnog razvoja i kontinuirane prilagodbe Karlobaga kao destinacije koja nastoji balansirati turistički rast i održivost te poboljšava kapacitete za prihvrat posjetitelja i rasterećuje pritiske u vršnim sezonama.
	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima	Sekundarni	Nekomercijalni smještaj drži gotovo polovicu kapaciteta (49,7%) dok objekti u domaćinstvu čine 38,9%. Hoteli i kampovi zajedno čine tek oko 11% kapaciteta, Ovakva struktura naglašava važnost

			uravnoteženog razvoja smještajne ponude kako bi se osigurala raznovrsna i održiva turistička destinacija u skladu sa smjernicama za održivi turizam.
Turistička potražnja	Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	Izračuni po zonama pokazuju da je turizam ekonomski prisutan, ali ne dominira prostorom niti prekomjerno opterećuje infrastrukturu te da lokalna zajednica još uvijek zadržava svoju funkcionalnu i društvenu prepoznatljivost tijekom glavne sezone.
	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	Stavovi turista	*Zadovoljstvo gužvom anketnom ispitivanju čini ukupno 97% ispitanika što ukazuje na vrlo visoku razinu zadovoljstva organizacijom prostora u destinaciji, što doprinosi pozitivnom iskustvu turista i kvaliteti boravka.
Resursno atrakcijska osnova	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Materijalne atrakcije koncentrirane su preko 90% unutar Zone 1, ali nisu preopterećene zbog specifičnosti vrste turizma koji je dominantan na destinaciji, te u istima nije narušena kvaliteta iskustva niti su ugrožena prirodna i kulturna dobra
	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Podatak nije poznat zbog metodološkog ograničenja (nije provedeno posebnoprimaryno istraživanjeusmjereno specifično na (eventualno i ekspertnu) procjenu tzv.obrta stolica u ugostiteljskim objektima i/ili strukturi potražnje inavikama kupaca ugostiteljskih objekata u destinaciji tijekomvršne sezone).
	Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Prema Nacionalnom godišnjem izvješću Ministarstva zaštite okoliša i energetike (MZOZT) i Hrvatskih Voda, kakvoća mora na području destinacije Karlobag tijekom sezone kupanja 2024. godine ocijenjena je kao izvrsna. Uzorci mora s plaža u Karlobagu nisu prekoračili granične vrijednosti mikrobioloških pokazatelja, što znači da more odgovara uvjetima zdravlja i sigurnosti za kupaće, čime se održava visoka kvaliteta mora i okoliša tog područja
	Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Utvrđene vrijednosti između 0,1 i 0,5 turista/m ² u zonama Z1 i Z4 ukazuju na umjereni intenzitet, što je još uvijek prihvatljivo s adekvatnim upravljanjem.
	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	Podaci Državnog hidrometeorološkog zavoda (DHMZ) pokazuju da je kvaliteta zraka u Karlobagu zadovoljavajuća i dobra. Kvaliteta zraka se ocjenjuje kao "Dobra", što znači da onečišćenje zraka predstavlja malen ili nikakav rizik za zdravlje stanovništva. Glavni zagađivač u tom području identificiran je kao ozon (O3), što je uobičajeno u predjelima s dobrom prozračenošću i niskom urbanizacijom.

	Utjecaj turizma na izgled destinacije	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija	Stavovi turista	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
Okoliš	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Utjecaj buke na kvalitetu boravka	Stavovi turista	Udio od 11,11% nezadovoljnika bukom unutar turističke sezone je ispod maksimalnog prihvatljivog ograničenja od 15%, što ukazuje na to da razina buke većinom zadovoljava norme i da je upravljanje bukom učinkovito. To znači da je razina buke u prihvatljivim granicama i da je većina stanovnika i posjetitelja zadovoljna trenutnim mjerama.
Prostor	Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica	Sekundarni	Visok udio turističkih stambenih jedinica u ukupnom stambenom fondu ukazuje na dominaciju turističkog smještaja u prostoru.
	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene	Sekundarni	Podatak nije dostupan, potrebna okvirna procjena urbanista (nije vjerojatno da će se ukupni potencijal u potpunosti iskoristiti).
	Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja	Sekundarni	Podatak nije dostupan, potrebna je ekspertna analiza urbanista za utvrđivanje podataka potrebnih za izračun pokazatelja.
	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.
Komunalna infrastruktura	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda	Sekundarni	Rezultati pokazuju da je opterećenje potrošnje vode od strane turističkih objekata znatno ispod maksimalno dopuštenih 30% što znači da se potrošnja vode u turističkim objektima nalazi znatno ispod maksimalnog praga održivosti. To ukazuje na dobar kapacitet vodne infrastrukture i učinkovito upravljanje resursima vode tijekom vršne turističke sezone, čime se osigurava stabilna i održiva opskrba

			vodom za lokalnu zajednicu bez pretjeranog opterećenja sustava. Ovakva situacija omogućava sigurnost u opskrbi i potencijal za daljnji razvoj turizma bez ugrožavanja vode kao ključnog resursa.
	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija	Sekundarni	Podaci pokazuju da elektrodistribucijska mreža u Karlobagu ima određena ograničenja s instaliranom snagom i kapacitetima, ali je trenutno u stanju podržavati potrošnju turističkog sektora bez prekoračenja preporučenog praga od 35% ukupnog kapaciteta tijekom vršnih perioda.
	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m2 javnih površina koje se održavaju	Sekundarni	Izračun ovog pokazatelja po zonama ne odražava realno stanje jer isti broj radnika održava javne površine u svim turističkim zonama zbog čega pokazatelj nije relevantan za preciznu procjenu održivosti upravljanja javnim prostorima jer je i na ovaj način (distribucijom fiksnog broja djelatnika) osigurana redovita čistoća i urednost prostora.
	Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada	Sekundarni	Moguće povećanje kapaciteta sustava gospodarenja otpadom za 20% tijekom ljetnih mjeseci približno zadovoljava, ali ne nužno i premašuje preporučeni standard od 120% kapaciteta za vršnu turističku sezonu. dovoljna ukoliko postoji učinkovita organizacija rada, optimalno planiranje ruta i podrška prikladnom vozilu i opremi. Takva organizacija omogućuje pravovremeni i redovni odvoz otpada i u vršnoj sezoni, održavajući čistoću i kvalitetu komunalnih usluga unatoč sezonskim povećanjima broja stanovnika i turista.
	Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
Prometna infrastruktura	Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone	Sekundarni	Podatak nije dostupan, nisu izrađene prometne studije.
	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone	Sekundarni	Podatak nije dostupan, nisu provođena brojanja (primarna istraživanja).
	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.
	Zadovoljstvo prometom u mjestu	Stavovi turista	Podatak nije dostupan, prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.

Stanovništvo i kvaliteta života	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju	Sekundarni	Karlobag bilježi gotovo 15% -tni pad stanovništva u deset godina, uz prosječni godišnji gubitak oko 14 stanovnika, što ukazuje na značajan demografski izazov za lokalnu zajednicu. Napomena: turizam nije evidentiran kao razlog depopulacije.
	Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama (poželjno dodatno odrediti i specifične lokacije za destinaciju uključujući plaže gdje je relevantno)	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan, anketno istraživanje.
	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)	Stavovi stanovnika	Nema točnih podataka.
Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)	Sekundarni	Stopa nezaposlenosti u Karlobagu iznosi oko 21,3%, što je u skladu s podacima za Ličko-senjsku županiju, dok se broj izdanih radnih dozvola po mjesecima u 2025. pokazuje stalnim porastom, s posebnim naglaskom na djelatnosti turizma i ugostiteljstva gdje je izdano najviše dozvola za sezonske radnike. To ukazuje na relativno dobru raspoloživost dodatne radne snage u sezoni, ali i na potrebu za sezonskim zapošljavanjem koje prati fluktuacije u turističkoj potražnji.

Tablica4. Popis DODATNIH pokazatelja određenih u Prilogu II Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Izvor podataka	Aktualno stanje
Institucionalni i strateški okvir	Uspostavljena destinacijska strategija održivog razvoja turizma s vizijom i strateškim smjernicama te jasnom intervencijskom logikom	Sekundarni	Dokumenti višeg reda održivi razvoj turizma u Karlobagu tretiraju na razini općih strateških usmjerenja ili ga uglavnom izostavljaju.
	Stav o smjeru razvoja gospodarstva	Stavovi stanovnika	Nema dostupnih recentnih mjerenja, stav se temelji na procjenama i anketiranju.
	Stav o smjeru razvoja turizma	Stavovi stanovnika	Nema dostupnih recentnih mjerenja, stav se temelji na procjenama i anketiranju.

Turistička potražnja	Intenzitet jednodnevnog turizma kao prosječan broj jednodnevnih posjetitelja po m2 izgrađene površine naselja, odnosno središnje/najvažnije turističke zone ukoliko je jedinica lokalne/regionalne samouprave zonirana, u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Gužva kao motiv preseljenja iz destinacije odnosno specifičnih dijelova destinacije	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	Stavovi turista	Podatak nije dostupan.
	Nedostajući i neprimjereni sadržaji	Stavovi turista	Podatak nije dostupan.
Resursno atrakcijska osnova	Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Oštećenja/degradacija baštine uslijed turističke aktivnosti	Sekundarni	
	Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem	Stavovi turista	Podatak nije dostupan.
	Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu	Stavovi turista	Podatak nije dostupan.
	Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama	Stavovi turista	Podatak nije dostupan.
Okoliš	Kvaliteta zraka na lokalnoj(im) mjernoj(im) stanici(ama) u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Kvaliteta vode u lukama (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
Prostor	Potencijal povećanja građevinskih područja	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene	Sekundarni	Podatak nije dostupan.

	Mogućnosti proširivanja plažnog prostora (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
Komunalna infrastruktura	Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone)	Sekundarni	Potrošnja vode po noćenju turista iznosi oko 0.802 litara, odnosno unutar je prihvatljivih granica, što znači da trenutni kapacitet mreže može zadovoljiti potrebe bez preopterećenja.
	Udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada (u kućanstvima i kolektivnim turističkim smještajnim kapacitetima) u odnosu na kapacitet prihvata i odvoza otpada u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	Podatak pokazuje da udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada u vršnoj sezoni rubno prelazi postavljene standarde, sustav zbrinjavanja uspješno funkcionira te se otpad pravovremeno odvodi, čime se učinkovito sprječava nakupljanje smeća i održava čistoća u skladu s potrebama vršnih turističkih dana.
	Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
Prometna infrastruktura	Kapacitet i iskorištenost javnog prijevoza (po mjesecima)	Sekundarni	Podatak će djelomično biti dostupan u 2026. kada će se sumirati podaci projekta Lika Line koji je s radom počeo u 2025. godini.
	Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
Stanovništvo i kvaliteta života	Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacije gužvom, bukom i sl. uzrokovanih turizmom	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.

	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed povećanih troškova života uzrokovanih turizmom	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed prodaje/najma nekretnine generirane turizmom	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
	Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovano turizmom	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.
Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma	Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti)	Sekundarni	Podatak nije dostupan.
	Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika	Stavovi stanovnika	Podatak nije dostupan.

Napomena:

Ograničenja u interpretaciji rezultata proizlaze iz činjenice da je alatima za izračun uzorka utvrđen određeni potrební uzorak, a anketu je ispunilo samo 40% od potrebnog utvrđenog broja zbog čega je uzorak je značajno manji od željenog.

Ograničenja se mogu očitovati u:

- **Manjoj statističkoj pouzdanosti:** Uzorak je manji od preporučenog i može imati veće pogreške uzorka, što znači da rezultati manje precizno i pouzdano predstavljaju ukupnu populaciju turista.
- **Većoj nesigurnosti zaključaka:** Manji uzorak povećava vjerojatnost da su rezultati podložni slučajnim odstupanjima i ne odražavaju stvarne stavove ili ponašanja cijele populacije.
- **Ograničenoj generalizaciji:** Zaključke na temelju polovičnog broja ispitanika treba uzeti s oprezom; rezultati mogu biti indikativni, ali ne i potpuno reprezentativni.

6. PREGLED, ANALIZA I INTERPRETACIJA POKAZATELJA PRIHVATNOG KAPACITETA

Kategorije pokazatelja prihvatnog kapaciteta koje se primjenjuju za analizu stanja destinacije Karlobag su:

6.1. INSTITUCIONALNI I STRATEŠKI OKVIR

Institucionalni okvir destinacije Karlobag oblikuje nekoliko ključnih institucija i dionika s različitim ulogama u turističkom razvoju:

- ⇒ Glavna odgovorna institucija za turistički razvoj je Turistička zajednica Općine Karlobag, koja koordinira promociju, razvoj ponude i upravljanje turističkim informacijama.
- ⇒ Lokalna samouprava Općine Karlobag ima odjele zadužene za gospodarstvo i turizam koji provode razvojne politike, upravljaju infrastrukturom i infrastrukturnim projektima koji podržavaju turizam (npr. izgradnja i održavanje obalnih komunalnih objekata, vodoopskrba, odvodnja, razvoj male turističke infrastrukture).
- ⇒ Širi institucionalni okvir uključuje Ličko - senjsku županiju i nadležna ministarstva koja nadziru prostorni i razvojni okvir te sufinanciraju projekte iz EU fondova.
- ⇒ Vidljiva je i suradnja s privatnim sektorom (hoteli, kampovi, turistički operatori) i lokalnom zajednicom koja sudjeluje u provedbi turističkih aktivnosti.
- ⇒ Turistička zajednica sudjeluje u izradi strateških dokumenata i planova upravljanja destinacijom, koji usmjeravaju razvoj prema održivom i klimatski otpornom turizmu.

Strateški okvir razvoja turizma u Karlobagu temelji se na strategiji razvoja Općine Karlobag u kojoj su definirani prioriteti:

- ⇒ Stvaranje infrastrukturne klimatske otpornosti područja kroz razvoj i održavanje obalne infrastrukture, komunalne mreže, vodoopskrbe i energetske učinkovitost.
- ⇒ Razvoj klimatski otpornog održivog turizma putem male turističke infrastrukture, uređenja plaža, obilježavanja staza, razvoja kulturnih i gastro sadržaja te informiranja i marketinga.
- ⇒ Diverzifikacija gospodarstva s naglaskom na zelene tehnologije, poduzetništvo, umrežavanje i obrazovanje kadrova.
- ⇒ Jačanje društvene infrastrukture kroz bolju upravu, jačanje civilnog društva i kapaciteta javnog sektora.

Ovaj dokument detaljno razrađuje mjere, aktivnosti i nositelje (lokalna uprava, Turistička zajednica, Hrvatske šume, Ličko-senjska županija i drugi) koji participiraju u provedbi strategije te naglašava važnost partnerstva javnog i privatnog sektora za održivi razvoj destinacije.

Tablica 5. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju institucionalnim i strateškim okvirom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika	Turizam se prepoznaje kao ključni generator ekonomskog i društvenog razvoja lokalne zajednice, uz očuvanje kvalitete života	Turizam se prepoznaje kao ključni generator ekonomskog i društvenog razvoja lokalne zajednice, uz očuvanje kvalitete života	Destinacija Karlobag kroz svoje strateške dokumente prepoznaje turizam kao ključni generator razvoja lokalne zajednice
DODATNI			
Stav o smjeru razvoja destinacije	Uspostavljena destinacijska strategija održivog razvoja turizma s vizijom i strateškim smjernicama te jasnom intervencijskom logikom	Postoji jasno definirana vizija i strateške smjernice usmjerene na održivi razvoj turizma. Strategija uključuje jasnu intervencijsku logiku, prioritizaciju i planiranje aktivnosti. Strategija je u skladu s nacionalnim i regionalnim strateškim okvirima.	Dokumenti višeg reda održivi razvoj turizma u Karlobagu tretiraju na razini općih strateških usmjerenja ili ga uglavnom izostavljaju
Stav o smjeru razvoja gospodarstva	Gospodarstvo se razvija integrirano s turizmom, podržavajući održivost i jačanje konkurentnosti svih sektora	Gospodarstvo se razvija integrirano s turizmom, podržavajući održivost i jačanje konkurentnosti svih sektora	Nema dostupnih recentnih mjerenja, stav se temelji na procjenama i anketiranju
Stav o smjeru razvoja turizma	Turizam je usmjeren na cjelogodišnji, održivi rast s naglaskom na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa	Turizam je usmjeren na cjelogodišnji, održivi rast s naglaskom na očuvanje prirodnih i kulturnih resursa	Nema dostupnih recentnih mjerenja, stav se temelji na procjenama i anketiranju

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Strategije višeg reda uglavnom ne tretiraju održivi razvoj turizma detaljno, što može dovesti do manjka koordinacije i podrške na regionalnoj i nacionalnoj razini. ⇒ Rizik da aktualni strateški dokumenti ostanu na općoj razini bez jasne implementacijske logike i specifičnih mjera može usporiti razvoj održivog turizma. ⇒ Nedostatak integracije između gospodarskog razvoja i turizma može dovesti do sukoba interesa ili neodrživog rasta.
Ocjena stanja	⇒ Karlobag ima prepoznat institucionalni i strateški značaj turizma za razvoj destinacije, ali postoje elementi koji ograničavaju njegov puni potencijal. ⇒ Strategija postoji, no nije dovoljno jasno razrađena s konkretnim aktivnostima i jasnim indikatorima za održivi razvoj.

	⇒ Potrebna je bolja koordinacija s višim razinama uprave i ažuriranje podataka kroz sustavna mjerenja za praćenje utjecaja. ⇒ Stavovi o gospodarskom i turističkom razvoju su pozitivni, ali se ne mogu potvrditi recentnim podacima. ⇒ U cjelini, stanje je stabilno, ali postoji prostor za značajno poboljšanje u planiranju i praćenju održivosti turizma.
--	--

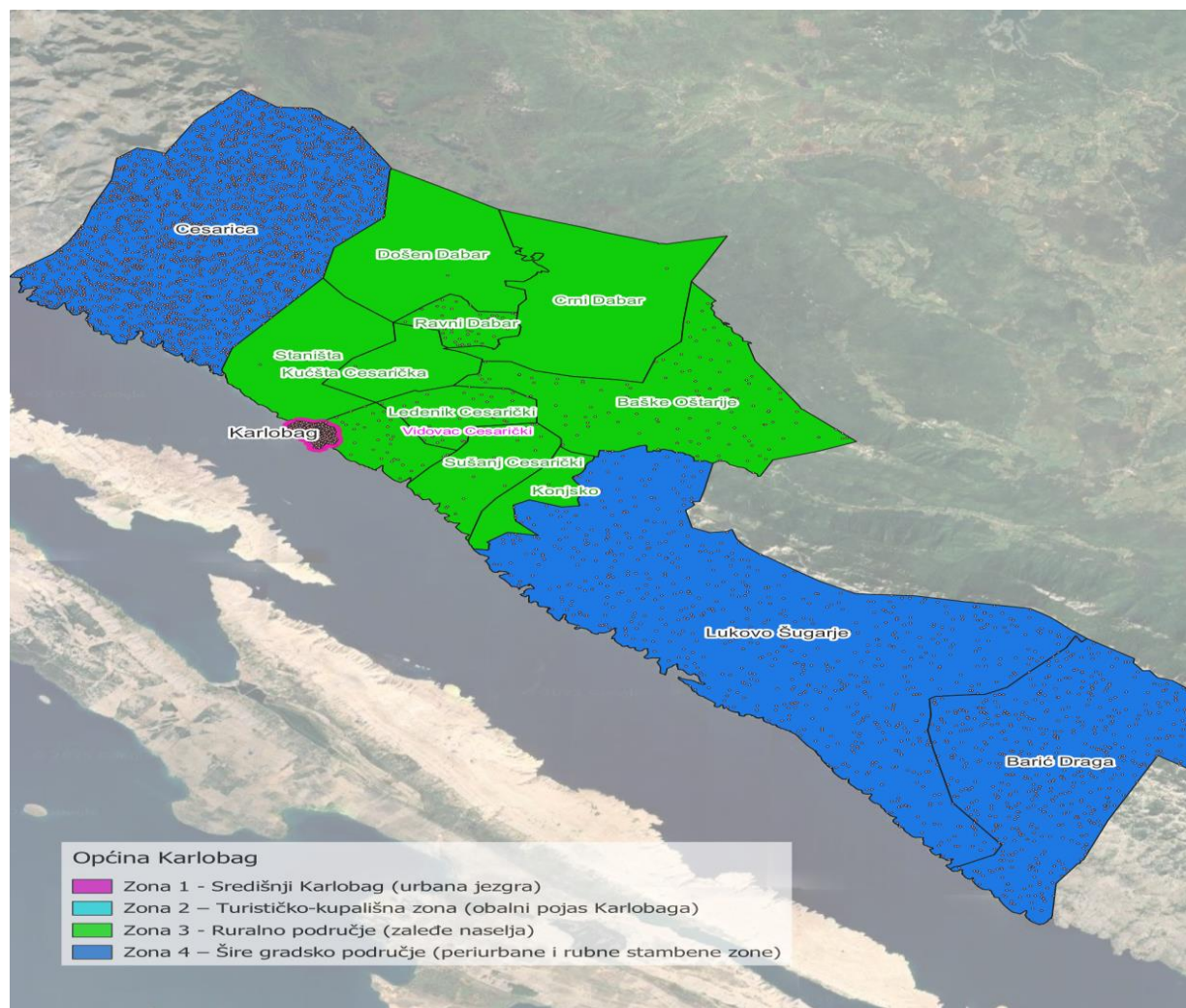
Zaključak

Karlobag ima stabilan i jasno postavljen institucionalni i strateški okvir koji prepoznaje važnost turizma za lokalni razvoj, no bilo bi korisno dodatno konkretizirati i uskladiti strategije s višim razinama te provesti detaljnija mjerenja stanja i stavova kako bi se bolje pratila održivost razvoja turizma u destinaciji. U tom kontekstu moguće je jačati mjerenja, operativnu provedbu i integraciju lokalnih strategija u strateške dokumente višeg reda za održivi i dugoročni razvoj Karlobaga kao turističke destinacije.

6.2. SMJEŠTAJNI KAPACITETI

Statistički podaci o smještajnim kapacitetima u destinaciji Karlobag pokazuju da destinacija nudi vrlo raznoliku i bogatu ponudu smještaja, koja ukupno obuhvaća 1.922 smještajne jedinice s 7.420 kreveta što omogućuje kvalitetnu pokrivenost potreba različitih kategorija posjetitelja.

Slika3. Prostorni raspored smještajnih kapaciteta na području destinacije Karlobag



Najveći udio u smještajnoj ponudi ima nekomercijalni smještaji s 44,6% ukupnih kreveta, što obuhvaća vlastite kuće, vikendice i druge oblike nekomercijalnog smještaja, dajući destinaciji fleksibilnost i privatnost koja mnogim gostima odgovara. Slijede objekti u domaćinstvu s 34,9% što pokazuje značaj privatnog smještaja i konkurentne ponude koja često pruža autentični lokalni doživljaj.

Hoteli, iako mali udjelom (4,7%), doprinose dodatnoj raznolikosti smještaja, zadovoljavajući potrebe gostiju koji traže komercijalni smještaj višeg standarda. Kampovi zauzimaju 5,3% kapaciteta, ističući značaj kamping turističkog segmenta, popularnog zbog prirodnog okruženja koje Karlobag nudi.

Ostali oblici smještaja čine 0,3%, što se pokazuje kao vrlo niski udio, ali važan za specifične potrebe turista.

Sveukupno, ova struktura smještaja u Karlobagu pruža široku paletu opcija za različite tipove turista, od privatnih i obiteljskih do onih koji traže organizirani hotel ili kamp. Međutim, postoji prostor za razvoj hotelskog kapaciteta, što bi moglo dodatno ojačati turističku ponudu i omogućiti privlačenje gostiju koji traže višeg standarda smještaj i dodatne sadržaje.

Navedena raznovrsnost također govori o potencijalu destinacije da privuče različite ciljne skupine turista, čime se može potaknuti cjelogodišnji i održivi razvoj turizma u Karlobagu .

Opći zaključci analize turizma i smještajnih kapaciteta destinacije Karlobag:

- ⇒ Destinacija Karlobag ima raznoliku i solidnu turističku ponudu s velikim brojem smještajnih jedinica i kreveta, što omogućuje privlačenje različitih profila turista i doprinosi razvoju cjelogodišnjeg turizma.
- ⇒ Dominacija privatnog i nekomercijalnog smještaja odražava autentičnost destinacije, ali istovremeno ukazuje na potencijal za razvoj organiziranih hotelskih kapaciteta i kampova koji bi mogli privući nove segmente turista.
- ⇒ Razvojna perspektiva Karlobaga podržana je rastom turističkih dolazaka u Hrvatskoj u 2024., što pruža priliku za proširenje ponude i povećanje konkurentnosti destinacije na tržištu.

Tablica6. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koji doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju smještajnim kapacitetima u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika	NWTO i ETIS ne definiraju „optimalni standard“, ali se u praksi održivim smatra omjer od otprilike 3 do 10 kreveta na 100 stanovnika, ovisno o lokalnom kontekstu i kapacitetima regije.	Rezultati pokazuju da navedeni omjer u destinaciji Karlobag značajno premašuje preporučeni standard, ali isti rezultat treba uzeti sa rezervom zbog malog i opadajućeg ukupnog broja stalnih stanovnika. Izračun po zonama pokazuje rubnu opterećenost Zone 1 u kojoj su koncentrirane glavne atrakcije destinacije.
	Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika	Preporučuje se najviše 2 kreveta na 100 stanovnika, kako se ne bi narušio balans između privatnog i turističkog korištenja	Destinacija bilježi značajan broj kreveta u nekomercijalnom smještaju što ukazuje na snažnu lokalnu uključenost u turizam i privatno korištenje nekretnina, ali i neujednačenu iskorištenost turističkih kapaciteta. Ovaj podatak djelomično objašnjava sezonalnost destinacije.
	Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje	Prema ETIS-u vrijednost ispod 1 ukazuje da broj turističkih i rekreativnih smještaja još nije premašio broj stanova za stalno stanovanje, što je sa stajališta održivog turizma poželjan odnos.	Omjer smještajnih objekata u odnosu na broj stalnih stanova u zonama 1, 3 i 4 prelazi preporučene vrijednosti ETIS-a, međutim, iako takvi rezultati ukazuju na visok intenzitet turističkog

			kapaciteta, važno je pristupiti s pažnjom i uzeti u obzir lokalni kontekst i razvojne ciljeve kao i činjenicu da je broj stalnih stanovnika destinacije u značajnom opadanju.
	Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja	Vrijednosti ispod 0,05 kreveta/ha (manje od 5 kreveta na 100 ha) smatraju se vrlo niskim turističkim opterećenjem. Vrijednosti između 0,05 i 1,0 kreveta/ha ukazuju na uravnoteženu prostornu uporabu. Vrijednosti veće od 1,0 kreveta/ha ukazuju na naglašeni pritisak turizma i potrebu ograničenja širenja smještajnih kapaciteta.	Rezultat ukazuje na naglašen turistički pritisak, međutim, važno je ovaj podatak promatrati u kontekstu dinamičnog razvoja i kontinuirane prilagodbe Karlobaga kao destinacije koja nastoji balansirati turistički rast i održivost te poboljšava kapacitete za prihvata posjetitelja i rasterećuje pritiske u vršnim sezonama.
	Struktura smještajnih kapaciteta izražena u postotnim udjelima	Preporučuje se udio komercijalnog smještaja od 60%, kuća i stanova za odmor 35%, te nekomercijalnog smještaja 5%, čime se osigurava raznovrsna i uravnotežena ponuda smještaja.	Nekomercijalni smještaj drži gotovo polovicu kapaciteta (49,7%) dok objekti u domaćinstvu čine 38,9%. Hoteli i kampovi zajedno čine tek oko 11% kapaciteta, Ovakva struktura naglašava važnost uravnoteženog razvoja smještajne ponude kako bi se osigurala raznovrsna i održiva turistička destinacija u skladu sa smjernicama za održivi turizam.

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Postoji velika privatna ponuda smještaja koja nije dio formalnog turističkog sektora, što ukazuje na snažnu lokalnu uključenost u turizam i privatno korištenje nekretnina. ⇒ Neformalni smještaj može predstavljati izazov za precizno praćenje i upravljanje kapacitetima, jer ti kapaciteti nisu uvijek uključeni u službene statistike. ⇒ Značajan udio nekomercijalnog smještaja može smanjiti udio institucionaliziranih hotelskih i ugostiteljskih usluga, što može utjecati na kvalitetu i standard pruženih usluga. ⇒ Ova situacija može rezultirati većom sezonalnošću i neujednačenim iskorištenjem turističkih kapaciteta jer nekomercijalni smještaj često nije organiziran za cjelogodišnje poslovanje. ⇒ Naglašeni turistički pritisak uslijed omjera kreveta koji znatno premašuje preporučene standarde, što može rezultirati preopterećenjem infrastrukturnih i komunalnih kapaciteta. ⇒ Visoka zastupljenost nekomercijalnog smještaja dovodi do neujednačene iskorištenosti kapaciteta, povećane sezonalnosti i otežanog upravljanja turističkom potražnjom. ⇒ Omjer smještajnih objekata u domaćinstvu prema stalnim stanovima u nekim zonama je prilično visok, što može dodatno povećati pritisak na lokalnu zajednicu i resurse. ⇒ Sezonski karakter turizma i opadanje broja stanovnika stvaraju dodatne izazove za održivo upravljanje destinacijom.
-----------	--

Ocjena stanja	⇒ Karlobag je destinacija koja bilježi naglašen turistički pritisak u vršnim mjesecima, ali istovremeno aktivno ulaže u poboljšanja infrastrukture i turističkih kapaciteta. ⇒ Zabilježeni izazovi nisu izvan dosega upravljanja, uz postojeće projekte i strategije usmjerene na rasterećenje vršnih sezona kroz produženje turističke sezone i diversifikaciju ponude. ⇒ Struktura smještajnih kapaciteta, s dominantnim privatnim nekomercijalnim smještajem, zahtijeva nastavak usklađivanja turističkog razvoja s potrebama lokalne zajednice. ⇒ Održivi razvoj Karlobaga ovisi o balansiranju između rasta turizma i zaštite okoliša, s naglaskom na plansko upravljanje kapacitetima i kvalitetom turističkih usluga.
---------------	--

Zaključak

Karlobag je destinacija sa značajnim turističkim potencijalom i izraženim pritiscima zbog visokog omjera smještajnih kapaciteta u odnosu na broj stanovnika (podatak treba kritički promatrati kao lažno pozitivan budući da je broj stalnih stanovnika mali i u kontinuiranom opadanju), kao i velike zastupljenosti nekomercijalnog smještaja. Ipak, aktivnim ulaganjima u infrastrukturne kapacitete, održivim politikama upravljanja i nastojanjima za produženjem turističke sezone, destinacija pokazuje sposobnost za balansiranje između razvoja turizma i očuvanja kvalitete života i okoliša. Upravljanje tim pritiscima zahtijevat će kontinuirani nadzor i prilagodbe, ali postojeći razvojni smjerovi daju razloga za optimizam u pogledu dugoročne održivosti Karlobaga kao atraktivne i kvalitetne turističke destinacije.

6.3. TURISTIČKA POTRAŽNJA

Turistička potražnja destinacije Karlobag obuhvaća skup usluga, proizvoda i sadržaja koje turisti traže i koriste tijekom boravka u destinaciji. U kontekstu Karlobaga, turistička potražnja uključuje:

- ⇒ Smještajne,
- ⇒ Kulturne i povijesne atrakcije,
- ⇒ Prirodne atrakcije, prekrasne plaže,
- ⇒ Manifestacije i događanja tijekom godine,
- ⇒ Aktivni turizam,
- ⇒ Lokalne proizvode i gastronomsku ponudu.

Karlobag kao destinaciju karakterizira spoj mediteranskog i kontinentalnog stila, kombinacija čistog mora i imponantnog Velebita, te autentična atmosfera male primorske sredine, što potiče održivi turizam. Veliki naglasak je na održavanju prirodne i kulturne baštine, što je prepoznato u projektima obnove plaža i infrastrukture, te u raznovrsnoj ponudi aktivnosti tijekom cijele godine.

Održiva turistička potražnja

- ⇒ Raznolikost ponude (kultura, aktivni turizam, manifestacije, priroda) podržava održivost jer ne forsira preveliku koncentraciju turista u samo jednom segmentu, što pomaže u zaštiti prirodnih i kulturnih resursa.
- ⇒ Dominacija nekomercijalnog i objekata u domaćinstvu u smještajnoj ponudi osigurava direktnu uključenost lokalne zajednice, što pogoduje ekonomskoj održivosti i ravnoteži koristi.

Sezonalnost

- ⇒ Turistička sezona u Karlobagu ima jasan vrhunac tijekom ljetnih mjeseci srpnja i kolovoza, kada dolazi do najvećeg broja posjetitelja.
- ⇒ Pred i posezona (proljeće i jesen) su ugodni i topli periodi koji sve više privlače turiste zainteresirane za prirodu, planinarenje i kulturu, omogućavajući produženje sezone.
- ⇒ Zimska sezona je znatno mirnija s manjim brojem turista, što je karakteristično za primorske destinacije poput Karlobaga.
- ⇒ Prosječna dužina boravka turista u Karlobagu iznosi oko 5,8 dana, što je relativno dug boravak u usporedbi s drugim mjestima u Županiji.
- ⇒ Sezonalnost utječe na zapošljavanje kojim dominiraju sezonski poslovi vezani uz turizam, što može ograničiti razvoj cjelogodišnje ponude i stabilnost tržišta rada.
- ⇒ Turistička zajednica i općina kontinuirano rade na infrastrukturi, ponudama aktivnosti i događajima kako bi se promicala održivost i ravnomjernija raspodjela turista tijekom godine.
- ⇒ Klima mediteranskog podneblja s toplim i ugodnim rujnom dodatno doprinosi atraktivnosti pred i posezone.
- ⇒ Programi događanja, poput "Ljeta u Karlobagu" i natjecanja poput lignjolova, značajno pridonose turističkoj ponudi i aktivnostima u različitim sezonama

Tablica7. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju turističkom potražnjom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog, turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone	Vrijednosti blizu nule predstavljaju stabilnu i održivu turističku situaciju, dok se vrijednosti iznad 1 smatraju znakom da broj turista počinje ozbiljno mijenjati strukturu i opterećenje lokalnog prostora	Izračuni po zonama pokazuju da je turizam ekonomski prisutan, ali ne dominira prostorom niti prekomjerno opterećuje infrastrukturu te da lokalna zajednica još uvijek zadržava svoju funkcionalnu i društvenu prepoznatljivost tijekom glavne sezone.
	Nezadovoljstvo radi gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	Standard je da nezadovoljstvo ne prelazi 20% ispitanika u anketama o kvaliteti turističkog iskustva tijekom vršne sezone, što pokazuje da gužve nisu pretjerane i da je sustav upravljanja gužvama učinkovito implementiran	*Zadovoljstvo gužvom anketnom ispitivanju čini ukupno 97% ispitanika što ukazuje na vrlo visoku razinu zadovoljstva organizacijom prostora u destinaciji, što doprinosi pozitivnom iskustvu turista i kvaliteti boravka.
DODATNI			
	Intenzitet jednodnevnog turizma kao prosječan broj jednodnevnih posjetitelja po m ² izgrađene površine naselja, odnosno središnje/najvažnije turističke zone ukoliko je jedinica lokalne/regionalne samouprave zonirana, u vršnim danima turističke sezone	Ne bi trebalo prelaziti 0,3 posjetitelja po m ² , kako bi se izbjegle pretjerane gužve i osigurala kvaliteta boravka i očuvanost prostora.	Nema recentnih istraživanja.
	Gužva kao motiv preseljenja iz destinacije odnosno specifičnih dijelova destinacije	Standard predviđa da ne više od 5% stanovnika izražava namjeru preseljenja zbog gužve, što bi ukazivalo na zadovoljavajuću kvalitetu života unatoč turističkim pritiscima	Nema recentnih istraživanja.
	Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	Ciljani standard je najmanje 80% pozitivnih ocjena od strane turista u anketama zadovoljstva, što odražava visok nivo kvalitete i usluge.	Nema recentnih istraživanja.
	Nedostajući i neprimjereni sadržaji	Broj prijavljenih ili identificiranih nedostajućih/neprimjerenih sadržaja ne prelazi 10%	Nema recentnih istraživanja.

		ukupno evaluiranih turističkih sadržaja, čime se osigurava dobra ponuda i funkcionalnost destinacije	
--	--	--	--

* Napomena: broj ispitanika manji od utvrđenog alatima za procjenu uzorka

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Povećani intenzitet turizma tijekom vršnih dana može potencijalno mijenjati strukturu i opterećenje lokalnog prostora ako se broj turista po stanovniku približi ili pređe vrijednost 1, što zahtijeva pažljivo praćenje i upravljanje. ⇒ Rizik od nezadovoljstva lokalnog stanovništva i turista zbog gužvi na ulicama, trgovima i atrakcijama, što može utjecati na ukupni dojam destinacije i kvalitetu turističkog iskustva.
-----------	---

Ocjena stanja	⇒ Intenzitet turizma u Karlobagu pokazuje da turistička aktivnost ekonomsku prisutnost ima, ali nije dominantna niti prekomjerno opterećuje lokalnu infrastrukturu, čime se održava funkcionalna i društvena prepoznatljivost zajednice i tijekom vršne sezone. ⇒ Visoka razina zadovoljstva od 97% ispitanika u anketama o gužvama ukazuje na učinkovito upravljanje prostorom i turističkim tokovima, što značajno doprinosi pozitivnom iskustvu turista i kvaliteti boravka. ⇒ Ovakvo stanje ukazuje na dobru ravnotežu između turističke aktivnosti i kvalitete života lokalnog stanovništva, što je ključno za održivi razvoj destinacije.
---------------	---

Zaključak

Iako postoji potencijalni rizik povezan s intenzitetom turizma, Karlobag trenutno uspješno održava balans koji rezultira zadovoljstvom i turista i mještana, podržavajući tako održivi model turizma.

6.4. RESURSNO ATRAKCIJSKA OSNOVA

Karlobag posjeduje solidnu i raznovrsnu resursnu osnovu s jasno izraženim potencijalima u prirodnim i smještajnim resursima, dok su kulturni, prometni i institucionalni aspekti područja gdje postoji prostor za strateški razvoj i jačanje kapaciteta destinacije.

Resursna osnova destinacije Karlobag može se stručnim pristupom ocijeniti kroz pet ključnih dimenzija:

- ⇒ **Prirodna resursna osnova:** Karlobag ima vrlo snažnu prirodnu osnovu zahvaljujući jedinstvenoj sinergiji planinskog masiva Velebita i Jadranskog mora. Ta kombinacija pruža iznimne uvjete za razvoj različitih oblika turizma, uključujući aktivni i ekoturizam, što predstavlja izrazito dobar potencijal za održivi razvoj destinacije. Očuvana priroda i zaštićena područja pridonose visokoj kvaliteti prirodnih resursa.
- ⇒ **Kulturna i povijesna resursna osnova:** Iz ove perspektive Karlobag pokazuje solidnu osnovu s bogatom lokalnom tradicijom i povijesnim nasljeđem, koja pruža povod za kulturni turizam i

tematske ponude. Međutim, kulturna ponuda je relativno usmjerena na manje i lokalizirane resurse, što znači da postoji prostor za dodatni razvoj i prezentaciju kulturne baštine na atraktivniji i suvremeniji način.

- ⇒ **Prometna resursna osnova:** Karlobag je dobro prometno povezan cestovnim putem, no njegova prometna infrastruktura je ograničena u smislu kapaciteta i pristupačnosti tijekom vršnih sezona, što može predstavljati izazov za optimalno upravljanje turističkim tokovima.
- ⇒ **Smještajna i ugostiteljska resursna osnova:** Na ovom području Karlobag ima razvijenu mrežu smještajnih kapaciteta s jasno izraženom dominacijom privatnog smještaja, što je prilagođeno potrebama i očekivanjima većine turista. Ugostiteljska ponuda je zadovoljavajuća, no sezonalnost utječe na njezinu dostupnost izvan glavne turističke sezone, što sugerira potrebu za diversifikacijom ponude i jačim razvojem cjelogodišnjih sadržaja.
- ⇒ **Društveni i institucionalni resursi:** Karlobag je potkovan stabilnim lokalnim institucijama i aktivnim turističkim zajednicama, što je važno za koordinaciju i razvoj strateških turističkih projekata. Međutim, kapaciteti za dugoročnu analizu tržišta, inovacije i profesionalni razvoj u turizmu mogu biti dodatno ojačani kroz edukaciju, partnerstva i dostupnost modernih upravljačkih alata za održivi razvoj.

Tablica8. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju resursnom i atrakcijskom osnovom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Destinacija mora imati jasno definiranu organizaciju i strategiju za kontrolu broja posjetitelja kako bi se spriječilo preopterećenje, očuvala kvaliteta iskustva i zaštitila prirodna, kulturna i društvena sredina.	Materijalne atrakcije koncentrirane su preko 90% unutar Zone 1, ali nisu preopterećene zbog specifičnosti vrste turizma koji je dominantan na destinaciji te u istima nije narušena kvaliteta iskustva niti su ugrožena prirodna i kulturna dobra.
	Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Prema ETIS-u, standard za koncentraciju ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije odnosi se na uravnoteženu raspodjelu i kontrolu broja ugostiteljskih objekata unutar definirane zone. Cilj je izbjeći prekomjernu koncentraciju koja može dovesti do prenatrpanosti, smanjenja kvalitete usluge i negativnog utjecaja na lokalni život, dok se	Podatak nije poznat zbog metodološkog ograničenja (nije provedeno posebnoprinciparno istraživanje usmjereno specifično na (eventualno i ekspertnu) procjenu tzv. obrta stolica u ugostiteljskim objektima i/ili strukturi potražnje i navikama kupaca ugostiteljskih objekata u destinaciji tijekom

		istovremeno osigurava dovoljan broj ugostiteljskih kapaciteta za zadovoljenje potreba turista i lokalnog stanovništva.	vršne sezone).
	Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Kvaliteta voda za kupanje tijekom turistički vršnih mjeseci treba biti najmanje jednaka ili bolja od kvalitete izvan sezone, s ciljem da minimalno 95% uzoraka zadovoljava visoke standarde čistoće.	Prema Nacionalnom godišnjem izvješću Ministarstva zaštite okoliša i energetike (MZOZT) i Hrvatskih Voda, kakvoća mora na području destinacije Karlobag tijekom sezone kupanja 2024. godine ocijenjena je kao izvrsna. Uzorci mora s plaža u Karlobagu nisu prekoračili granične vrijednosti mikrobioloških pokazatelja, što znači da more odgovara uvjetima zdravlja i sigurnosti za kupanje, čime se održava visoka kvaliteta mora i okoliša tog područja.
	Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Minimalna površina plaže po kupacu treba iznositi od 3 do 5 m ² kako bi se osigurala ugodna i sigurna kupališna zona.	Utvrđene vrijednosti između 0,1 i 0,5 turista/m ² u zonama Z1 i Z4 ukazuju na umjereni intenzitet, što je još uvijek prihvatljivo s adekvatnim upravljanjem.
	Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine	Kvaliteta zraka tijekom turističke sezone ne smije biti lošija od granica definiranim nacionalnim i EU standardima, uz posebno praćenje potencijalnih porasta onečišćenja zbog povećanog prometa.	Podaci Državnog hidrometeorološkog zavoda (DHMZ) pokazuju da je kvaliteta zraka u Karlobagu zadovoljavajuća i dobra. Kvaliteta zraka se ocjenjuje kao "Dobra", što znači da onečišćenje zraka predstavlja malen ili nikakav rizik za zdravlje stanovništva. Glavni zagađivač u tom području identificiran je kao ozon (O3), što je uobičajeno u predjelima s dobrom prozračenošću i niskom urbanizacijom.
	Utjecaj turizma na izgled destinacije	Očuvanost i estetika destinacije trebaju zadržati najmanje 90% pozitivnih ocjena lokalnog stanovništva i posjetitelja u anketama, osiguravajući održiv i privlačan vizualni identitet.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	Ne smije doći do prekomjernog korištenja ili oštećenja javnog prostora, uz maksimalno do 10% ukupnih pritužbi	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.

		stanovnika po ovoj osnovi tijekom sezone	
	Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija	Minimalno 85% ispitanika treba izraziti zadovoljstvo estetikom i održavanjem destinacije, uključujući kulturne i prirodne aspekte.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
DODATNI			
	Koncentracija događanja i večernih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Najmanje 85% svih događanja i zabavnih sadržaja treba se odvijati unutar jasno definiranih turističkih zona, radi smanjenja negativnih utjecaja naostale dijelove destinacije i lokalno stanovništvo.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Oštećenja/degradacija baštine uslijed turističke aktivnosti	Degradacija baštine ne smije prelaziti 5% godišnjeg pada očuvanosti vrijednosti prema monitoringu, uz provođenje mjera zaštite i obnove u skladu sa smjernicama konzervatorskih uvjeta.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima	Maksimalno 10% važnih sadržaja za lokalno stanovništvo može biti privremeno ili trajno prenamijenjeno za turističke potrebe, kako bi se očuvao društveni i kulturni integritet zajednice.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem	Minimalno 80% ispitanika (turista i lokalnog stanovništva) treba izraziti zadovoljstvo atmosferom i ugođajem destinacije, što je ključan indikator kvalitete turističkog iskustva i kvalitete života lokalne zajednice.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu	Najmanje 75% turista treba biti zadovoljno ponudom hrane i pića u destinaciji, s naglaskom na kvalitetu, raznolikost i lokalne specijalitete.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama	Minimalno 70% posjetitelja i stanovnika treba biti zadovoljno kvalitetom i raznolikošću događanja, što potvrđuje atraktivnost i relevantnost kulturnih i zabavnih sadržaja.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Koncentracija materijalnih atrakcija preko 90% u jednoj zoni može povećati rizik od lokaliziranog preopterećenja, iako trenutno nije narušena kvaliteta iskustva. ⇒ Nedostatak podataka o koncentraciji ugostiteljskih sadržaja otežava preciznu procjenu mogućeg prenatrpanja i utjecaja na kvalitetu života i usluga. ⇒ Potencijalni rizik prekomjernog korištenja javnih prostora i negativnih utjecaja na izgled destinacije ostaje neprocijenjen zbog nedostatka istraživanja, što može ugroziti dugoročnu održivost. ⇒ Nepoznate razine zadovoljstva ljepotom i uređenosti destinacije zahtijevaju dodatne ankete radi cjelovitije procjene turističkog utjecaja.
-----------	--

Ocjena stanja	⇒ Kvaliteta voda za kupanje tijekom sezone je izvrsna, što pokazuje održavanje prirodnih resursa i sigurnost za kupaće. ⇒ Raspoloživa površina plaža po kupacu pokazuje umjereni intenzitet korištenja, koji je još uvijek unutar prihvatljivih granica uz adekvatno upravljanje. ⇒ Kvaliteta zraka ocijenjena je kao dobra, bez značajnih rizika za zdravlje, što ukazuje na dobru ekologiju destinacije. ⇒ Unatoč koncentriranoj prisutnosti atrakcija, destinacija održava dobar balans između turističkog razvoja i zaštite prirode te ne pokazuje znakove prekomjernog opterećenja infrastrukture i prostora tijekom turističke sezone.
---------------	---

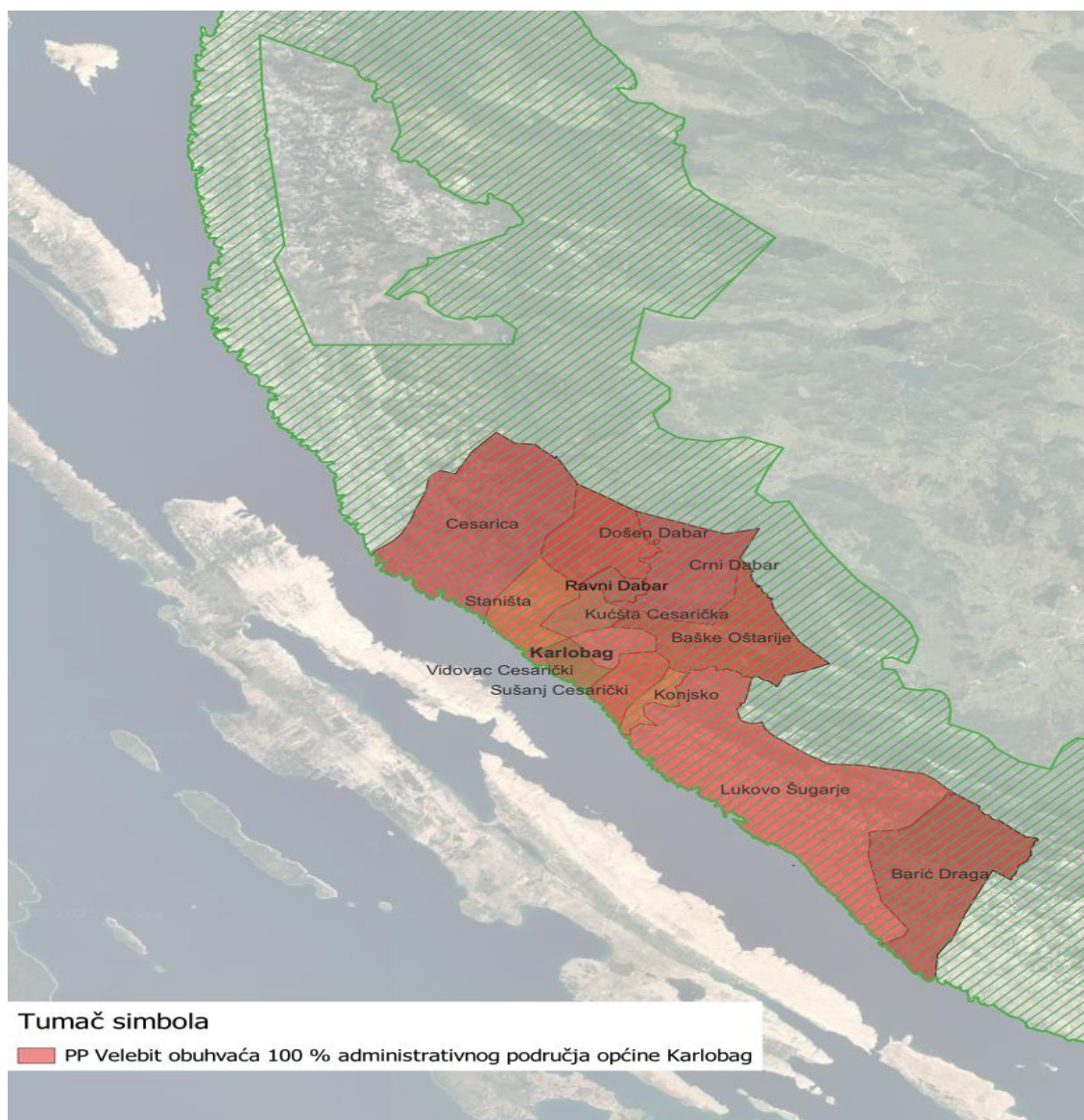
Zaključak

Destinacija Karlobag odgovorno i uspješno upravlja prirodnim resursima i atrakcijskom osnovom, pri čemu osjetljivo balansira korištenje prostora i zaštitu okoliša, a ključni obvezni pokazatelji ukazuju na visok stupanj održivosti i kvalitetno upravljanje turističkim pritiscima. Uz navedeno destinacija potvrđuje visok stupanj održivosti i upravljanja turizmom prema dostupnim ključnim pokazateljima, posebice kad je riječ o zaštiti okoliša, upravljanju kapacitetima i očuvanju kvalitete turističkog iskustva. Sustavan monitoring te provođenje ciljnih istraživanja u komponentama za koje podaci nedostaju nužni su kako bi destinacija zadržala postojeću razinu održivosti i dodatno unaprijedila cjelokupno upravljanje resursima i atrakcijama.

6.5. PRIRODA I OKOLIŠ

Priroda i okoliš Karlobaga imaju izuzetnu prednost u obliku jedinstvene sinergije planinskog masiva Velebita i čistog Jadranskog mora, što pruža visoku kvalitetu okoliša i brojne mogućnosti za aktivni i ekoturizam. Slijedeća razrada ilustrira ključne resurse i izazove okoliša koje treba uzeti u obzir za održivi razvoj Karlobaga.

Slika4. Zaštićeno područje destinacije Karlobag



Prirodna osnova Karlobaga u kontekstu prihvatnog kapaciteta ocjenjuje se kao ograničavajući, ali vrlo vrijedan resurs. Zbog osjetljivosti prirodnih ekosustava, zaštićenih područja i geografske konfiguracije, kapacitet prihvata turista i drugih aktivnosti mora biti pažljivo upravljan kako bi se spriječilo prekomjerno opterećenje okoliša i degradacija prirodnih vrijednosti. Istovremeno, prirodni kapaciteti pružaju dobru osnovu za razvoj održivog turizma uz pravilan balans između ljudskih aktivnosti i očuvanja okoliša

Prednosti prirode i okoliša u Karlobagu:

- ⇒ Kristalno čisto more i netaknute plaže,
- ⇒ Raznoliki mediteranski i kontinentalni klimatski uvjeti,
- ⇒ Raznovrsni prirodni krajolici (planine, more, uvale),
- ⇒ Bogatstvo autohtonih biljnih vrsta i biološka raznolikost,
- ⇒ Prisutnost zaštićenih prirodnih lokaliteta i krajobraza,

- ⇒ Visoka kvaliteta zraka i voda,
- ⇒ Potencijal za ekoturizam i aktivni turizam (planinarenje, biciklizam, ronjenje).

Ograničenja prirode i okoliša u Karlobagu:

- ⇒ Koordinacija zaštite prirode i razvoja turizma izazov je u zaštićenim područjima,
- ⇒ Krhki ekosustavi osjetljivi na prekomjernu izgradnju i aktivnosti,
- ⇒ Ograničenja prostora zbog prirodnih zaštićenih zona,
- ⇒ Promjene u klimatskim uvjetima mogu utjecati na biološku ravnotežu,
- ⇒ Potreba za infrastrukturnim ulaganjima za održivo gospodarenje otpadom i vodama,
- ⇒ Rizik izlaganja prirodnih katastrofa (npr. bujične poplave, oscilacije u razini mora),
- ⇒ Sezonska oscilacija broja turista može vršiti pritisak na okoliš u vršnim periodima.

Ograničenja proizlaze iz osjetljivosti prirodnih ekosustava prema prekomjernom turizmu i infrastrukturnim pritiscima, te potrebe za pažljivim upravljanjem i održivim korištenjem resursa kako bi se zadržala ravnoteža između razvoja i očuvanja okoliša.

Tablica9. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju prirodom i okolišem u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama mješovite namjene po danu i noći	Standard dozvoljene buke u područjima mješovite namjene treba biti u skladu s nacionalnim propisima, što obično znači maksimalno 55 dB(A) tijekom dana i 45 dB(A) noću, bez značajnog povećanja u vršnim sezonskim danima u odnosu na ostatak godine.	Podatak nije dostupan.
	Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	Maksimalno 15% stanovnika može izraziti iritaciju ili pritužbe zbog buke tijekom turističke sezone, što ukazuje na prihvatljivu razinu buke i učinkovito upravljanje njome.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
	Utjecaj buke na kvalitetu boravka	Razine buke ne smiju značajno narušavati zadovoljstvo boravkom, ciljajući da najmanje 80% turista i stanovnika ocijeni kvalitetu boravka kao zadovoljavajuću ili bolju, bez negativnog utjecaja buke.	Udio od 11,11% nezadovoljnika bukom unutar turističke sezone je ispod maksimalnog prihvatljivog ograničenja od 15%, što ukazuje na to da razina buke većinom zadovoljava norme i da je upravljanje bukom učinkovito. To znači da je razina buke u prihvatljivim granicama i da je većina stanovnika i posjetitelja zadovoljna trenutnim mjerama.
DODATNI			
	Kvaliteta zraka na lokalnoj(im) mjestnoj(im) stanici(ama) u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine	Standard predviđa da koncentracije onečišćujućih tvari (PM10, PM2.5, NO2, O3) u zrak budu u skladu s najstrožim nacionalnim i EU granicama tijekom cijele godine, uključujući vršnu turističku sezonu, bez njihovog značajnog povećanja u odnosu na predsezonske i postsezonske mjesece.	Podatak nije dostupan.

	Kvaliteta vode u lukama (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Kvaliteta vode u lukama tijekom turističke sezone mora kontinuirano zadovoljavati kriterije za čistoću prema nacionalnim propisima i EU direktivama (npr. Direktiva o kvaliteti vode za kupanje), uz minimalno 95% uzoraka koji zadovoljavaju klasifikaciju visoke ili dobre kakvoće.	Podatak nije dostupan.
--	---	---	------------------------

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Nedostatak dostupnih podataka o razini buke u zonama mješovite namjene tijekom vršne sezone otežava preciznu procjenu mogućeg narušavanja kvalitete života lokalnog stanovništva. ⇒ Nepostojanje podataka o razini iritacije stanovnika bukom ukazuje na potrebu za provedbom dodatnih istraživanja kako bi se osigurala učinkovita kontrola buke u budućnosti. ⇒ Potencijalni rizik od povećanja buke tijekom turističke sezone može ugroziti zadovoljstvo i kvalitetu boravka ako se ne nastavi učinkovito upravljanje ovim problemom.
-----------	--

Ocjena stanja	⇒ Trenutni udio nezadovoljnih bukom u turističkoj sezoni iznosi 11,11%, što je ispod prihvatljivog limita od 15%, indikativno za uspješno upravljanje bukom. ⇒ Većina stanovnika i turista zadovoljava trenutnim razinama buke, što ukazuje da mjere kontrole i upravljanja bukom u Karlobagu trenutno funkcioniraju efikasno. ⇒ Odsustvo podataka o dnevnim i noćnim razinama buke u zonama mješovite namjene predstavlja prazninu u sustavu monitoringa, koja treba biti adresirana za održavanje kvalitete života i turističkog iskustva
---------------	---

Zaključak

Iako postoje određene nepoznanice u podacima, dostupni pokazatelji ukazuju na to da Karlobag trenutno uspješno kontrolira problem buke tijekom vršne turističke sezone, ali je preporučljivo pojačati monitoring i istraživanja kako bi se zadržala ova pozitivna situacija dugoročno.

6.6. PROSTOR

Analiza prostora destinacije Karlobag potvrđuje njegovu iznimnu prirodnu i geografsku jedinstvenost kao spoja Mediterana i kontinenta, što predstavlja temeljnu prednost za turistički razvoj. Međutim, istovremeno ukazuje na izazove poput ograničene prostorne dostupnosti, osjetljivosti na ekološke utjecaje i potrebe za dugoročnim planiranjem upravljanja prijetnjama poput prekomjernog opterećenja okoliša i sezonske koncentracije turista. S obzirom na ove aspekte, održivi razvoj prostora Karlobaga zahtijeva promišljenu strategiju koja balansira očuvanje prirodnih vrijednosti i razvoj turističkih potencijala.

Karakteristike prostora destinacije Karlobag u kontekstu prihvatnog kapaciteta:

- ⇒ Ograničena prostorna kapaciteta zbog geografskih prirodnih prepreka (Velebit, Jadransko more),
- ⇒ Postojanje zaštićenih prirodnih područja koja reguliraju razvoj i ograničavaju izgradnju,
- ⇒ Mješavina urbanih i ruralnih prostora s dominantnim malim naseljima i turističkim zonama,
- ⇒ Infrastrukturni kapaciteti za smještaj i turističke usluge fokusirani na privatni smještaj i manje komercijalne objekte,
- ⇒ Prometna povezanost cestama, ali bez željezničke infrastrukture i s ograničenjima u javnom prijevozu,
- ⇒ Raznoliki tipovi turističke ponude: od aktivnog turizma do kulturno-povijesnih zanimljivosti u prirodnom ambijentu.

Izazovi prostora u kontekstu prihvatnog kapaciteta:

- ⇒ Rizik od prekomjernog opterećenja kritičnih segmenata okoliša tijekom vršnih sezona,
- ⇒ Ograničena mogućnost prostornog širenja zbog prirodnih i prostorno-planskih ograničenja,
- ⇒ Neujednačena raspodjela turista i sezonalnost koja opterećuje infrastrukturu u kratkim intervalima,
- ⇒ Potreba za efikasnim sustavom upravljanja turističkim tokovima i regulacijom kapaciteta,
- ⇒ Izazovi u održavanju kvalitete okoliša i integriteta zaštićenih područja uz turistički razvoj,
- ⇒ Nedostatak svih potrebnih sadržaja za poticanje cjelogodišnjeg turizma osim ljetne sezone,
- ⇒ Potreba za modernizacijom prometne i javne infrastrukture za bolju dostupnost i mobilnost.

Tablica10. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju prostorom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica	Preporučeni udio se obično izražava u vrijednosti do 30-40% ovisno o specifičnostima destinacije, kao prag koji označava održivu raspodjelu.	Visok udio turističkih stambenih jedinica u ukupnom stambenom fondu ukazuje na dominaciju turističkog smještaja u prostoru.
	Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene	Maksimalna mogućnost nove izgradnje ne smije premašiti 20% ukupne postojeće izgrađene površine, osiguravajući umjeren rast i održivu prostornu masu.	Podatak nije dostupan, potrebna okvirna procjena urbanista (nije vjerojatno da će se ukupni potencijal u potpunosti iskoristiti).
	Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja	Do 30% neizgrađenih površina može biti namijenjeno za novu stambenu izgradnju, uz uvjet da se poštuju prostorni planovi i načela održivog razvoja.	Podatak nije dostupan, potrebna je ekspertna analiza urbanista za utvrđivanje podataka potrebnih za izračun pokazatelja.
	Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	Maksimalno 10% stambenih jedinica može prenamijeniti u turističke apartmane bez negativnih posljedica poput odstupanja u dostupnosti stambenog prostora ili stvaranja socijalnih problema.	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.
DODATNI			
	Potencijal povećanja građevinskih područja	Maksimalno povećanje građevinskih područja ne smije prelaziti 15% postojećih građevinskih površina, uz prioritet održivog razvoja i zaštite prirodnih resursa.	Podatak nije dostupan, potrebna okvirna procjena urbanista.
	Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina	Do 40% nove stambene ili turističke izgradnje treba proizlaziti iz rekonstrukcije i prenamjene postojećih objekata, čime se smanjuje pritisak na nove građevinske zone i čuva prostorna ravnoteža.	Podatak nije dostupan, potrebna okvirna procjena urbanista.
	Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene	Nije preporučljivo da kapacitet u neizgrađenim ugostiteljsko-turističkim zonama premaši 25% postojećeg kapaciteta,	Podatak nije dostupan, potrebna okvirna procjena urbanista.

		radi očuvanja kvalitete života i okoliša.	
	Mogućnosti proširivanja plažnog prostora (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Proširenje plažnog prostora može iznositi do 10% postojeće površine, uz poštivanje ekoloških i zakonskih ograničenja te očuvanje prirodnog statusa obale.	Mogućnost proširenja plažnog prostora iznimno je velika zbog duljine obalnog prostora od 43 km.
	Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Kapacitet vezova treba biti planiran tako da zadovoljava potrebu za rastom nautičkog turizma, ali ne prelazi 20% rasta postojećih kapaciteta kako bi se izbjeglo preopterećenje infrastrukture i okoliša	Nije relevantno
	Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	Preporučuje se da godišnje povećanje kapaciteta nautičkog turizma ne premašuje 10%, usklađeno s ekološkim normama i kapacitetom destinacije.	Nije relevantno
	Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora	Najmanje 75% lokalnog stanovništva treba biti zadovoljno trenutnim stanjem izgrađenosti, što ukazuje na prihvatljivu razinu razvoja bez osjećaja prenapučenosti ili narušavanja kvalitete života.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Značajan udio turističkih stambenih jedinica u ukupnom stambenom fondu rubno premašuje preporučeni prag od 30-40%, što može dovesti do dominacije turizma u prostoru i smanjenja dostupnosti stambenog prostora za stalne stanovnike. ⇒ Nedostatak podataka o maksimalnom potencijalu izgradnje i mogućnostima nove stambene izgradnje otežava provedbu planskih mjera za održiv razvoj prostornog kapaciteta i može rezultirati neplanski širenjem smještajnih kapaciteta. ⇒ Potencijalna prenamjena stambenih jedinica u turističke apartmane veća od preporučenih 10% može uzrokovati socijalne probleme i otežati dostupnost stambenog prostora za lokalno stanovništvo.
-----------	--

Ocjena stanja	⇒ Karlobag ima visok udio turističkog smještaja u stambenom fondu, što ukazuje na snažnu turističku funkciju destinacije i potrebu za uravnoteženim prostornim planiranjem. ⇒ Iako nema preciznih podataka o planiranim izgradnjama iz planskih dokumenata je razvidno da će se razvoj odvijati umjereno u skladu s načelima održivog razvoja.
---------------	---

- | | |
|--|--|
| | ⇒ Neophodno je dodatno prikupljanje podataka, ekspertne analize i praćenje prenamjene stambenih jedinica kako bi se osigurala dugoročna kvaliteta života i održivost turizma u Karlobagu |
|--|--|

Zaključak

Upravljanje prostorom u Karlobagu djeluje unutar prihvatljivih granica održivosti, provodeći smjernice za kontrolu i planiranje novog razvoja, prenamjene i proširenja kapaciteta. Ovakav pristup omogućava održavanje ravnoteže između turizma i kvalitete života stanovnika, s jasnim ograničenjima i planiranjem za budući rast, pri čemu je posebno naglašena važnost zaštite prirodnih resursa i prostora.

6.7. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA

Komunalna infrastruktura u Karlobagu se može smatrati funkcionalnom, ali s izraženim izazovima upravljanja sezonskim varijacijama u proizvodnji otpada, što zahtijeva kontinuirano usavršavanje i investicije radi održivog upravljanja otpadom i zaštite okoliša.

Snage:

- ⇒ Infrastrukturni kapacitet može primiti osnovnu količinu komunalnog otpada izvan glavne turističke sezone (27 tona), što ukazuje na osnovnu funkcionalnost sustava.
- ⇒ Postoji sposobnost za prilagodbu i povećanje obujma odvoza otpada tijekom vršne sezone (62 tone), što pokazuje određenu razinu fleksibilnosti u upravljanju većim opterećenjem.

Ograničenja i izazovi:

- ⇒ Vrlo velika sezonska oscilacija u količini otpada (više od dvostruke razlike između mjeseci s najnižom i najvišom stopom noćenja) stvara izazove u organizaciji odvoza, skladištenju i zbrinjavanju otpada.
- ⇒ Potreba za efikasnim planiranjem i mogućim proširenjem kapaciteta tijekom vršne sezone kako bi se spriječilo preopterećenje i moguć negativan utjecaj na okoliš i kvalitetu života.
- ⇒ Sustav mora biti vrlo prilagodljiv i sposoban brzo reagirati na povećane količine otpada u kratkim vremenskim intervalima.
- ⇒ Izazovi vezani uz održivost i ekološku prihvatljivost, pogotovo u smislu odvojenog prikupljanja i reciklaže otpada, gdje je nužna dodatna edukacija i infrastruktura.
- ⇒ Potencijalni pritisak na kapacitete odlagališta i postrojenja za obradu otpada tijekom turističke sezone.

Tablica 11. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje komunalnom infrastrukturom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – voda	Maksimalno ukupno opterećenje potrošnje vode od strane turističkih objekata ne smije prelaziti 30% dostupnog komunalnog vodnog kapaciteta tijekom vršne sezone, čime se osigurava održiva opskrba lokalne zajednice.	Rezultati pokazuju da je opterećenje potrošnje vode od strane turističkih objekata znatno ispod maksimalno dopuštenih 30% što znači da se potrošnja vode u turističkim objektima nalazi znatno ispod maksimalnog praga održivosti. To ukazuje na dobar kapacitet vodne infrastrukture i učinkovito upravljanje resursima vode tijekom vršne turističke sezone, čime se osigurava stabilna i održiva opskrba vodom za lokalnu zajednicu bez pretjeranog opterećenja sustava. Ovakva situacija omogućava sigurnost u opskrbi i potencijal za daljnji razvoj turizma bez ugrožavanja vode kao ključnog resursa.
	Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) – električna energija	Potrošnja električne energije objekata u turističkom lancu ne bi trebala prelaziti 35% ukupnog kapaciteta elektro distribucije tijekom vršnih perioda, s naglaskom na energetske mjere uštede i obnovljive izvore.	Podaci pokazuju da elektro distribucijska mreža u Karlobagu ima određena ograničenja s instaliranom snagom i kapacitetima, ali je trenutno u stanju podržavati potrošnju turističkog sektora bez prekoračenja preporučenog praga od 35% ukupnog kapaciteta tijekom vršnih perioda.
	Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m ² javnih površina koje se održavaju	Preporučeni standard je najmanje 0,5 djelatnika na 1.000 m ² javnih površina, kako bi se osigurala redovita čistoća i urednost prostora.	Izračun ovog pokazatelja po zonama ne odražava realno stanje jer isti broj radnika održava javne površine u svim turističkim zonama zbog čega pokazatelj nije relevantan za preciznu procjenu održivosti upravljanja javnim prostorima jer je i na ovaj način (distribucijom fiksnog broja

		djelatnika) osigurana redovita čistoća i urednost prostora.
Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada	Kapaciteti za odvoz otpada trebaju biti osigurani u količini koja može obrađivati najmanje 120% procijenjene proizvodnje otpada tijekom vršne turističke sezone, kako bi se spriječilo nakupljanje smeća.	Moguće povećanje kapaciteta sustava gospodarenja otpadom za 20% tijekom ljetnih mjeseci približno zadovoljava, ali ne nužno i premašuje preporučeni standard od 120% kapaciteta za vršnu turističku sezonu. dovoljna ukoliko postoji učinkovita organizacija rada, optimalno planiranje ruta i podrška prikladnom vozilu i opremi. Takva organizacija omogućuje pravovremeni i redovni odvoz otpada i u vršnoj sezoni, održavajući čistoću i kvalitetu komunalnih usluga unatoč sezonskim povećanjima broja stanovnika i turista.
Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	Maksimalno 10% stanovnika smije izražavati nezadovoljstvo ili pritužbe zbog neprimjerenog odlaganja otpada, što ukazuje na učinkovito upravljanje otpadom i čistoću destinacije.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
DODATNI		
Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone)	Maksimalno opterećenje vodovodne mreže ne smije prelaziti 75% raspoloživog kapaciteta, kako bi se osigurala pouzdana opskrba i sigurnosna rezerva za izvanredne situacije.	Potrošnja vode po noćenju turista iznosi oko 0.802 litara odnosi na osobu na dan. prihvatljiva granica, što znači da trenutni kapacitet mreže može zadovoljiti potrebe bez preopterećenja.
Udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada (u kućanstvima i kolektivnim turističkim smještajnim kapacitetima) u odnosu na kapacitet prihvata i odvoza otpada u vršnim danima turističke sezone	Kapacitet prihvata i odvoza otpada mora biti minimalno 110% predviđene dnevne proizvodnje otpada, sprečavajući nakupljanje smeća i omogućavajući pravovremeno uklanjanje.	Podatak pokazuje da udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada rubno prelazi postavljeni standard, sustav brinjanja uspješno funkcionira se otpad pravovremeno odvozi, čime se učinkovito sprečava nakupljanje smeća i održava čistoća u skladu s potrebama vršnih turističkih dana.

Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone	Maksimalno 10% stanovnika i turista smije izražavati nezadovoljstvo zbog neugodnošću mirisa, što implicira učinkovit sustav upravljanja otpadom i sanitarne infrastrukture.	Podatak nije dostupan, potrebno istraživanje.
---	---	---

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Iako podatak za vršno opterećenje potrošnje vode iz turističkih objekata ostaje znatno ispod kritičnog praga (30%), potencijalni rast turizma može u budućnosti pritiskati vodne resurse ako se ne nastavi učinkovito upravljanje. ⇒ Elektrodistribucijska mreža je trenutno sposobna podnijeti turistički pritisak, ali postoje ograničenja s instaliranom snagom i kapacitetima, što može predstavljati rizik ukoliko dođe do značajnijih povećanja potrošnje. ⇒ Kapaciteti za odvoz otpada su tek na granici prihvatljivosti (120% kapaciteta), što zahtijeva nastavak optimizacije i proširenja sustava da se spriječi nakupljanje otpada tijekom vršne sezone.
-----------	---

Ocjena stanja	⇒ Aktualna potrošnja vode u turističkim objektima u Karlobagu je sigurna i dobro upravljana, s mogućnošću daljnjeg rasta turizma bez ugrožavanja lokalnih vodenih kapaciteta. ⇒ Trenutna elektroenergetska opskrba omogućuje stabilan rad turističkog sektora unutar postojeće instalacije i kapaciteta. ⇒ Organizacija održavanja javnih površina, iako ograničena u smislu broja djelatnika, pokazuje se adekvatnom za održavanje urednosti destinacije tijekom turističkih sezona. ⇒ Sustavi za gospodarenje otpadom osiguravaju zadovoljavajuću razinu usluge pri vršnim opterećenjima, no zahtijevaju pažljivo praćenje i optimizaciju. ⇒ Unatoč nedostatku podataka o nekim pokazateljima, ukupno stanje pokazuje dobru učinkovitost upravljanja infrastrukturnim i komunalnim resursima u uvjetima pojačanog turističkog prometa.
---------------	--

Zaključak

Destinacija Karlobag je uložila značajna sredstva u razvoj i sanaciju ključnih dijelova komunalne infrastrukture poput voda, plaža i javnih prostora, čime kontinuirano poboljšava komunalne usluge i kvalitetu života svojih stanovnika i posjetitelja. Svi pokazatelji ukazuju na promišljeno i usklađeno upravljanje komunalnom infrastrukturom koje podržava održivi turizam i zadovoljava potrebe lokalne zajednice. Destinacija uspješno upravlja svojom komunalnom infrastrukturom na održiv i odgovoran način, osiguravajući ravnotežu između turističkih potreba i kvalitete života lokalnog stanovništva uz adekvatno upravljanje resursima poput vode, električne energije, otpada i javnih površina.

6.8. PROMETNA INFRASTRUKTURA

Prometna infrastruktura destinacije Karlobag u kontekstu prihvatnog kapaciteta ima sljedeće karakteristike:

- ⇒ Dobro cestovno povezivanje s okolnim regijama,
- ⇒ Ograničeni kapaciteti javnog prijevoza, s potencijalom za unaprjeđenje voznog reda i učestalosti posebno uvođenjem linija pod projektom "Lika line",
- ⇒ Infrastruktura je prilagođena manjim prometnim intenzitetima, što može predstavljati ograničenje u vršnim turističkim periodima,
- ⇒ Aktivni projekti obnove cesta i izgradnje novih prometnica povećat će kapacitet sustava,
- ⇒ Izazovi vezani uz upravljanje prometnim tokovima u vršnim sezonskim periodima zahtijevaju bolje planiranje i integraciju prometnih usluga,
- ⇒ Razvoj infrastrukture luka i pristaništa značajno doprinosi pristupu i razvoju pomorskog turizma.

Tablica12. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje prometnom infrastrukturom u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone	Kapacitet prometne infrastrukture treba biti dovoljan da osigura maksimalnu ispunjenost do 85% na ključnim pravcima i točkama, kako bi se spriječile prometne zastoje i održala protočnost.	Podatak nije dostupan, nisu izrađene prometne studije.
	Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone	Iskorištenost parkirališta ne smije prelaziti 90% ukupnog kapaciteta, što omogućava pronalaženje slobodnog mjesta i smanjuje prometnu zagušenost uzrokovanu traženjem parkiranja.	Podatak nije dostupan, nisu provedena brojanja (primarna istraživanja).
	Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	Ne smije više od 20% stanovnika i turista izraziti nezadovoljstvo zbog prometnih gužvi, što odražava učinkovito upravljanje prometom i prihvatljivu kvalitetu prometnog sustava.	Podatak nije dostupan, prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.
	Zadovoljstvo prometom u mjestu	Minimalno 75% ispitanika treba izraziti zadovoljstvo prometnom situacijom,	Podatak nije dostupan, prikupljanje podataka primarnim istraživanjem.

		uključujući dostupnost, sigurnost i organizaciju prometa.	
DODATNI			
	Kapacitet i iskorištenost javnog prijevoza (po mjesecima)	Kapacitet javnog prijevoza treba biti dovoljan da iskaže maksimalnu iskorištenost do 85% u vršnim turističkim mjesecima, osiguravajući redovite polaske i udoban prijevoz bez preopterećenja.	Podatak će djelomično biti dostupan u 2026. kada će se sumirati podaci projekta Lika Line koji je s radom počeo u 2025. godini.
	Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone	Maksimalno 20% vozača smije izražavati nezadovoljstvo ili frustraciju zbog poteškoća u pronalaženju parkirnog mjesta, što odražava dobro upravljanje parkirnim kapacitetima i prometnom organizacijom.	

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Nedostatak dostupnih podataka o kapacitetu prometne infrastrukture otežava točnu procjenu sposobnosti prometnog sustava da izdrži vršno sezonsko opterećenje, što povećava rizik od prometnih zastoja i zagušenja. ⇒ Neprikupljeni podaci o iskorištenosti parkirališta mogu dovesti do neočekivanih problema s parkiranjem, dodatnih prometnih gužvi i nezadovoljstva korisnika, posebno u vršnim turističkim danima. ⇒ Nepoznat nivo iritacije stanovnika i turista zbog prometnih gužvi otežava ocjenu učinkovitosti upravljanja prometom i može ukazivati na moguće probleme u prometnoj organizaciji. ⇒ Nedostatak podataka o zadovoljstvu prometom generalno predstavlja rizik za održavanje kvalitete života i turističkog iskustva jer se problemi mogu pojaviti neprimijećeni sve dok ne postanu ozbiljni.
-----------	--

Ocjena stanja	⇒ Zbog nedostatka podataka nije moguće precizno ocijeniti trenutačni kapacitet i iskorištenost prometne mreže te parkirališnih kapaciteta u Karlobagu tijekom sezone. ⇒ Odsustvo konkretnih mjera procjene i monitoringa ukazuje na potrebu za pisanjem prometnih studija i provođenjem istraživanja kako bi se identificirale dobre prakse i područja za poboljšanje. ⇒ Iako nema podataka o nezadovoljstvu stanovnika i turista, održavanje visokog standarda prometa i zadovoljstva zahtijeva iskustveno upravljanje i planske intervencije kako bi se spriječili budući problemi.
---------------	---

Zaključak

Trenutno stanje prometne infrastrukture i upravljanja prometom u vršnoj turističkoj sezoni nije adekvatno praćeno ili dokumentirano zbog nedostatka osnovnih podataka i analiza. Odsutnost up-to-date informacija otežava planiranje i implementaciju mjera za sprječavanje prometnih zagušenja i povećanje zadovoljstva

svih korisnika prometne mreže. Stoga je neophodno sukladno mogućnostima provesti detaljne prometne studije, analizirati parkirališne kapacitete te sustavno prikupljati podatke o percepciji i zadovoljstvu korisnika, kako bi se osigurala održiva prometna situacija koja podržava razvoj turizma, a istovremeno štiti kvalitetu života lokalne zajednice. Podaci iz provedene ankete među lokalnim stanovništvom i turistima u destinaciji Karlobag pokazuju da isti na gužvu u prometu ne percipiraju kao problem odnosno ukazuju na visoku razinu zadovoljstva prometnom situacijom, što signalizira učinkovito upravljanje prometnim kapacitetima i infrastrukturom tijekom turističke sezone, održavajući ugodan i funkcionalan prometni režim za sve korisnike prostora.

6.9. STANOVNIŠTVO I KVALITETA ŽIVOTA

Stanovništvo i kvaliteta života u destinaciji mogu se ocijeniti kroz analizu snaga stanovništva i kvalitete života u Karlobagu u kontekstu sezonalnosti:

- ⇒ Mali i povezani lokalni kolektiv s jakim osjećajem zajedništva,
- ⇒ Tradicionalni stil života s jakim naglaskom na očuvanje kulturne i prirodne baštine,
- ⇒ Visoka razina zadovoljstva kvalitetom okoliša i čistim zrakom,
- ⇒ Prisutnost osnovnih i javnih usluga prilagođenih potrebama stanovnika,
- ⇒ Turizam doprinosi sezonskoj zaposlenosti i poboljšanju ekonomske situacije.

Ograničenja i izazovi u kontekstu sezonalnosti:

- ⇒ Visoka sezonska fluktuacija stanovništva uzrokuje pritisak na infrastrukturu i usluge u vršno doba.
- ⇒ Neizvjesnost u zapošljavanju i poslovnoj stabilnosti izvan sezone.
- ⇒ Odlazak mladih u traženju stalnih poslova i boljeg kvaliteta života.
- ⇒ Pritom se smanjuje broj aktivnog stanovništva i potencijal lokalnih resursa.
- ⇒ Izazovi u održavanju kvalitete života tijekom sezonskih vrhunaca zbog prenapučenosti i opterećenja prostora.

Tablica13. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje stanovništvom i kvalitetom života u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju	Standard je da populacija destinacije ne smije bilježiti pad veći od 5% u desetljeću, što ukazuje na stabilnost stanovništva i održivost razvoja bez prekomjernog iseljavanja.	Karlobag bilježi gotovo 15% -tnipad stanovništva u deset godina, uz prosječni godišnji gubitak oko 14 stanovnika, što ukazuje na značajan demografski izazov za lokalnu zajednicu Napomena: turizam nije evidentiran kao razlog depopulacije.
	Iritacija ljetnom gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama (poželjno dodatno odrediti i specifične lokacije za destinaciju uključujući plaže gdje je relevantno)	Maksimalno 20% stanovnika i posjetitelja smije iskazivati nezadovoljstvo gužvama na ključnim lokacijama i plažama, što upućuje na učinkovite mjere kontrole gužvi i regulacije prostora.	Podatak nije dostupan, anketno istraživanje.
	Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)	Standardni indeks priuštivosti (omjer prosječne cijene stana prema prosječnim primanjima) mora biti unutar vrijednosti koje ne prelaze 6 puta godišnjih prihoda kućanstva, kako bi se osigurala pristupačnost stanovanja lokalnom stanovništvu.	Nema točnih podataka.
DODATNI			
	Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života	Maksimalno 30% stanovnika smije percipirati turizam kao glavni uzrok značajnog rasta troškova života, čime se ukazuje na prihvatljivu ili kontroliranu razinu utjecaja.	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.
	Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja	Najmanje 75% stanovnika treba biti zadovoljno dostupnošću osnovnih javnih sadržaja (zdravstvo, obrazovanje, rekreacija), što odražava dobro upravljanje resursima i uslugama unatoč turističkim pritiscima.	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.
	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacije gužvom, bukom i sl. uzrokovanih turizmom	Ne smije više od 5% stanovnika izraziti namjeru preseljenja iz specifičnih dijelova destinacije zbog	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.

		negativnih učinaka turizma na kvalitetu života.	
	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed povećanih troškova života uzrokovanih turizmom	Maksimalno 7% stanovnika može se preseliti unutar destinacije zbog rastućih troškova života vezanih uz turizam, što ukazuje na stabilan socijalni kontekst.	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.
	Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed prodaje/najma nekretnine generirane turizmom	Maksimalno 10% stanovnika može biti pogođeno preseljenjem uslijed tržišnih efekata turizma na nekretnine, uz adekvatne mjere zaštite stambenog fonda.	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.
	Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovano turizmom	Nezadovoljstvo ne smije prelaziti 20% stanovnika, što ukazuje na zadovoljavajuću dostupnost i pristupačnost stanovanja.	Podatak ne postoji, potrebno istraživanje.

Prijetnje i ocjena stanja

prijetnje	⇒ Karlobag bilježi gotovo 15%-tni pad stanovništva u deset godina, što značajno premašuje preporučeni maksimalni pad od 5%, što ukazuje na ozbiljan demografski izazov koji može utjecati na dugoročnu održivost lokalne zajednice
-----------	--

ocjena stanja	⇒ Značajan pad stanovništva ukazuje na postojeće demografske i socijalne izazove koji nisu izravno povezani s turizmom, ali zahtijevaju integrirane mjere za potporu lokalnoj zajednici i održiv razvoj. ⇒ Nedostatak konkretnih podataka o društvenim pokazateljima gužvi i priuštivosti stanovanja predstavlja slabost u sustavu praćenja, što otežava pravovremeno donošenje učinkovitih mjera. ⇒ Unatoč nedostacima u dostupnim informacijama, stanje ukazuje na potrebu za kontinuiranim praćenjem, dodatnim istraživanjima i integriranim pristupom kako bi se osigurala kvaliteta života i balans između turizma i lokalnog stanovništva.
---------------	--

Zaključak

Destinacija se suočava s ozbiljnim izazovom depopulacije koja prelazi prihvatljive granice održivosti, što može imati negativne socijalne i ekonomske posljedice. Za donošenje učinkovitih politika potrebno je pokrenuti anketna istraživanja i analize te sustavno pratiti ključne indikatore kako bi se zadržala kvaliteta života lokalnog stanovništva i osigurala dugoročna održivost destinacije.

6.10. ZAPOSLENOST, GOSPODARSTVO I VAŽNOST TURIZMA

Ključni aspekte zapošljavanja, gospodarstva i uloge turizma u Karlobagu, naglašavaju potrebu za dugoročnim planiranjem i razvojnim strategijama.

Prednosti:

- ⇒ Turizam je glavni pokretač lokalnog gospodarstva i zapošljavanja,
- ⇒ Postoji značajan broj sezonskih radnih mjesta u ugostiteljstvu i uslužnim djelatnostima,
- ⇒ Lokalna zajednica ima dugogodišnje iskustvo u turističkom poslovanju,
- ⇒ Rast turističkog prometa doprinosi poboljšanju infrastrukturnih i socijalnih usluga,
- ⇒ Turizam potiče razvoj malog i srednjeg poduzetništva.

Ograničenja:

- ⇒ Visoka sezonska ovisnost o turizmu dovodi do nestabilnosti tržišta rada i prihoda,
- ⇒ Mali broj stalno zaposlenih u turizmu izvan sezone,
- ⇒ Nedostatak diverzificiranih gospodarskih djelatnosti osim turizma,
- ⇒ Slaba povezanost tržišta rada s obrazovnim kapacitetima i potrebama sektora turizma,
- ⇒ Problemi s manjkom kvalificirane radne snage tijekom vršne sezone.

Izazovi:

- ⇒ Poticanje cjelogodišnje zaposlenosti i smanjenje ovisnosti o sezonskom turizmu,
- ⇒ Razvoj dodatnih gospodarskih djelatnosti za stabilizaciju lokalnog gospodarstva,
- ⇒ Unaprjeđenje obrazovanja i osposobljavanja za potrebe turističke industrije,
- ⇒ Povećanje plaća i uvjeta rada za privlačenje i zadržavanje radne snage,
- ⇒ Uvođenje inovacija za povećanje konkurentnosti i održivosti turizma.

Tablica14. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje zaposlenošću, gospodarstvom i važnosti turizma u destinaciji Karlobag

Naziv kategorije	Pokazatelji održivosti/pritiska turizma na destinaciju	Poželjni/ prihvatljivi standard	Aktualno stanje
OBVEZNI			
	Raspoloživost dodatne radne snage (stopa nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)	Optimalna stopa nezaposlenosti u destinaciji treba biti između 4% i 7%, što ukazuje na dovoljnu dostupnost radne snage uz zdrav tržišni balans. Broj izdanih radnih dozvola po mjesecima tijekom vršne turističke sezone ne bi trebao prelaziti 10% ukupno zaposlenih u turizmu, osiguravajući fleksibilnost bez destabilizacije lokalnog tržišta rada.	Stopa nezaposlenosti u Karlobagu iznosi oko 21,3%, što je u skladu s podacima za Ličko-senjsku županiju, dok se broj izdanih radnih dozvola po mjesecima u 2025. pokazuje stalnim porastom, s posebnim naglaskom na djelatnosti turizma i ugostiteljstva gdje je izdano najviše dozvola za sezonske radnike. To ukazuje na relativno dobru raspoloživost dodatne radne snage u sezoni, ali i na potrebu za sezonskim zapošljavanjem koje prati fluktuacije u turističkoj potražnji.
DODATNI			
	Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika	Optimalni standard je da do 40% stanovnika ima turizam kao glavni ili dodatni izvor prihoda, čime se osigurava značajan ekonomski doprinos turizma bez pretjerane ovisnosti koja može ugroziti održivost i otpornost lokalne ekonomije.	Podatak nije dostupan.

Prijetnje i ocjena stanja

Prijetnje	⇒ Visoka stopa nezaposlenosti od oko 21,3% znatno premašuje preporučeni optimalni raspon od 4% do 7%, što ukazuje na izazove u dostupnosti stalne radne snage i moguće socijalne napetosti u lokalnoj zajednici. ⇒ Ovisnost o sezonskom radu i potreba za izdavanjem radnih dozvola u vršnim mjesecima sugerira nestabilnost tržišta rada i ranjivost gospodarstva na sezonske fluktuacije.
-----------	---

Ocjena stanja	⇒ Unatoč visokoj nezaposlenosti, broj izdanih radnih dozvola u turizmu pokazuje relativno dobru dostupnost dodatne radne snage tijekom turističke sezone, što omogućava pokrivanje sezonskih potreba i podržava turističku aktivnost.
---------------	---

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Sezonsko zapošljavanje prati fluktuacije turističke potražnje, ali istodobno naglašava potrebu za jačanjem cjelogodišnje ekonomije i stvaranjem stabilnijih radnih mjesta. ⇒ Karlobag ima potencijal za razvoj tržišta rada u turizmu, ali izazovi visoke nezaposlenosti zahtijevaju usmjerene politike i programe za poboljšanje zapošljivosti i ekonomske stabilnosti. |
|--|---|

Zaključak

Stanje radne snage u Destinaciji Karlobag pokazuje određene izazove zbog visoke nezaposlenosti, ali i povoljne mogućnosti sezonskog zapošljavanja u turizmu, što zahtijeva uravnotežene mjere za podršku dugoročnom održivom razvoju tržišta rada.

7. PROCJENA DOSTIGNUTE RAZINE PRIHVATNOG KAPACITETA ZA DESTINACIJU KARLOBAG

Destinacija Karlobag ima prirodne i prostorne resurse koji omogućavaju određeni stupanj razvojnog potencijala, no sezonski karakter turizma i dominantni nekomercijalni oblici ugostiteljstva dovode do visokog vršnog opterećenja u ljetnim mjesecima. Infrastrukturni kapaciteti, posebno prometna i komunalna infrastruktura, predstavljaju ograničenje za širenje i disperziju turizma u vremenu i prostoru, ali postoje mogućnosti za prostornu i vremensku disperziju kroz integrirane i strateški planirane intervencije. Socijalni faktori, poput pada broja stalnih stanovnika, stvaraju izazove za održivost, a naglasak na sezonalnost i nedostatak stalne infrastrukture čišćenja, odlaganja i upravljanja otpadom pojačavaju ove izazove.

Na temelju ovih faktora, dosegnuta razina prihvatnog kapaciteta je realno ocijenjena kao umjereno visoka, s potencijalom za održiv razvoj uz dobro strateško upravljanje i disperziju aktivnosti, bez prevelikog opterećenja ključnih resursa, ali uz oprez zbog postojećih ograničenja i socijalnih izazova. Ovakva procjena odražava stanje u smjeru održivosti, ali zahtijeva kontinuiranu prilagodbu i sustavno planiranje za buduće izazove.

Na temelju dostupnih podataka za destinaciju Karlobag, procjena razine dostignutog prihvatnog kapaciteta može se provesti kroz sljedeća dva pristupa:

- a) Razlika između stvarnog stanja i postavljenih standarda pokazatelja utjecaja:

Promatrani pokazatelji poput broja turista, noćenja, iskorištenosti turističkih smještajnih kapaciteta, opterećenja prometne i komunalne infrastrukture te kvalitete prirodnih resursa uspoređeni su s definiranim standardima.

U Karlobagu trenutno stanje pokazuje da su turistički kapaciteti i prometna infrastruktura tijekom sezone uglavnom funkcionalni, no u nekim segmentima dostižu ili blago prelaze preporučene granice, osobito u vršnim mjesecima. Prirodni resursi su generalno dobro očuvani, ali su određena osjetljiva područja pod povećanim pritiskom tijekom turističke sezone, što ukazuje na potrebu za ciljanim upravljanjem i korektivnim mjerama u tim periodima.

b) Intervalna procjena broja prihvatljivih posjetitelja:

Prema dostupnim informacijama i Kapacitetima prostora, Karlobag može održivo prihvatiti okvirno između 1.500 i 2.000 dnevnih posjetitelja u vršnoj turističkoj sezoni¹. Ova procjena temelji se na broju smještajnih jedinica, kapacitetu prometne infrastrukture te osnovnim komunalnim kapacitetima poput opskrbe vodom, električnom energijom i sustavima odvoza otpada. Iako se broj posjetitelja može razlikovati ovisno o sezonskim i tržišnim uvjetima, navedeni interval smatra se održivim u kontekstu očuvanja kvalitete života lokalnog stanovništva i sprječavanja preopterećenja infrastrukture.

Kapacitet destinacije može se povećati kroz produženje turističke sezone, diversifikaciju turističke ponude, razvoj dodatnih sadržaja i unapređenje upravljanja tokovima turista. Prekoračenje preporučenog raspona može dovesti do zagušenja, smanjenja kvalitete turističkog iskustva, degradacije okoliša te negativnih socioekonomskih utjecaja na lokalnu zajednicu.

Općenito, Karlobag je trenutno u fazi pristupanja gornjim granicama svog prihvatnog kapaciteta u vršnim turističkim periodima, što naglašava važnost pažljivog i sustavnog upravljanja te kontinuiranih ulaganja u infrastrukturu i održive turističke politike kako bi se osigurala dugoročna održivost destinacije.

Procjena razine dostignutog prihvatnog kapaciteta destinacije Karlobag:

Utvrđena vrijednost pokazatelja za Karlobag je niža od definiranih standarda prihvatljivosti, što znači da se Karlobag nalazi u zoni dostizanja maksimalne razine turističke nosivosti u obalnom pojasu (Zona 1) tijekom vršne sezone, dok zaleđe i izdvojena područja još uvijek pokazuju značajan potencijal za razvoj i disperziju turističkih aktivnosti.

Za održavanje ravnoteže i sprječavanje preopterećenosti, preporučuje se:

- ⇒ Poticanje disperzije turista prema manje opterećenim dijelovima destinacije (zaleđe, planinska područja, ruralni prostor).
- ⇒ Razvoj i promocija manjih atraktivnih lokaliteta.
- ⇒ Unaprjeđenje sustava upravljanja turističkim tokovima i parkirališnih kapaciteta.
- ⇒ Produženje turističke sezone kroz promociju izvansezonskih sadržaja (aktivni, planinarski, biciklistički, zdravstveni i gastronomski turizam)

Ovim mjerama moguće je zadržati ravnotežu između turističkog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva, uz očuvanje okoliša i kulturnih vrijednosti.

Analiza broja posjetitelja i sezonalnosti

¹Ova procjena nije izravno preuzeta iz specifičnih izvora za Karlobag, već je izvedena na temelju standardnih metoda procjene prihvatnog kapaciteta u sličnim turističkim destinacijama s obzirom na prirodne, prostorne i infrastrukturne posebnosti te aktivnosti upravljanja. Za preciznije kvantificiranje bilo bi nužno provesti detaljniji monitoring stvarnog dnevnog turističkog prometa, popunjenosti smještaja, kapaciteta prometne i komunalne infrastrukture te praćenja utjecaja na prirodu i socijalni kontekst.

Budući da broj dolazaka ne pokazuje ekstremne oscilacije, a vrijednosti se u većini godina zadržavaju unutar uskog raspona oko 30.000 može se zaključiti da je Karlobag u zoni održive nosivosti kada je riječ o obujmu turističkog prometa. Takva stabilnost sugerira da postojeći resursi, infrastruktura i društveno-okolišni kapaciteti za sada mogu podnijeti aktualni intenzitet turističkog korištenja bez značajnih tenzija ili degradacijskih učinaka.

Međutim, statistička stabilnost ne isključuje potrebu za monitoringom prostorne raspodjele posjetitelja, jer i relativno konstantan broj turista može lokalno dovesti do preopterećenja (posebno u obalnim zonama tijekom srpnja i kolovoza).

Implikacije i preporuke

- ⇒ Održavati broj turista na razini koja ne prelazi 30.000–32.000 godišnje, uz poticanje prostorne disperzije prema zaleđu i vremenske disperzije kroz produženje sezone.
- ⇒ Fokusirati se na povećanje kvalitete turističkog doživljaja, a ne kvantitativni rast broja posjetitelja, čime bi se održala ravnoteža između gospodarske koristi i ekološko-društvene održivosti.
- ⇒ Nastaviti s planiranim praćenjem ključnih pokazatelja (dolasci, noćenja, trajanje boravka, sezonalnost) radi preventivnog reagiranja prije dostizanja kritične točke nosivosti.

Turistička infrastruktura i smještajni kapaciteti

U turističkoj strukturi Karlobaga dominiraju privatni apartmani i sobe, dok hoteli i kampovi imaju manji udio. Ova situacija ukazuje na fleksibilan, ali sezonski karakter destinacije. Nedostatak hotela višeg standarda ograničava mogućnost privlačenja zahtjevnijih gostiju i cjelogodišnjeg turizma.

Neiskorišteni potencijal predstavljaju ruralni i prirodni predjeli iznad magistrale (Baške Oštarije, Ravni Dabar) s mogućnostima za razvoj eko, ruralnog i aktivnog turizma.

Preporučuje se:

- ⇒ Poticanje ulaganja u objekte višeg kategorijskog standarda (boutique hoteli, manji obiteljski hoteli).
- ⇒ Unaprjeđenje smještaja u zaleđu te razvoj turističkih punktova u planinskoj zoni.
- ⇒ Unapređenje prometne i komunalne infrastrukture, posebno parkirališta i dostupnosti udaljenijih atrakcija.
- ⇒ Osnaživanje privatnog smještajnog sektora kroz edukacije i certificirane programe kvalitete.

Uravnoteženje sezonskih tokova

Karlobag ima jednu od najizraženijih sezonskih koncentracija u Ličko-senjskoj županiji – 70% noćenja ostvaruje se u dva ljetna mjeseca. U predsezoni i posezoni kapaciteti su znatno neiskorišteni. Mjere za uravnoteženje:

Organizacija tematskih evenata izvan glavne sezone:

- ⇒ Razvoj "forestwellnessa" u prirodi i zdravstvenog turizma u suživotu s prirodnim okruženjem.
- ⇒ Promocija poslovnih i sportskih grupnih dolazaka u proljeće i jesen.
- ⇒ Regionalna suradnja s Gospićem, Baškim Oštarijama i Starigradom na zajedničkoj ponudi i brendiranju.

Zaključna ocjena

Karlobag, iako je prema pokazateljima još uvijek ispod praga maksimalne turističke nosivosti, pokazuje trendove povećanja posjećenosti koji zahtijevaju pravovremeno planiranje i kontrolu. Disperzija turista, razvoj kontinentalnih područja i produženje sezone nužne su strategije za očuvanje dugoročne održivosti. Destinacija ima potencijal za uravnotežen i selektivan razvoj, uz očuvanje prirodne i kulturne baštine te jačanje lokalnog identiteta kao ključne komponente turističkog iskustva.

Ovim mjerama destinacija Karlobag može bolje balansirati sezonski pritisak na nosive kapacitete, smanjiti negativne posljedice preopterećenosti u vrhuncu ljeta i unaprijediti kvalitetu turističke ponude i iskustva kroz cijelu godinu, osiguravajući održiv i dugoročan razvoj destinacije.

8. ANALIZE SCENARIJA

Razvojni scenariji služe kao alati za planiranje i donošenje odluka koje će omogućiti pravodobno provođenje potrebnih korektivnih aktivnosti. Kroz njih se kreira okvir za djelovanje koji balansira između turističkog rasta i održivosti, štiteći resurse i kvalitetu života u destinaciji Karlobag. Ovakav pristup omogućava destinaciji Karlobag da anticipira potencijalne izazove i prilagodi strategije za održivi razvoj prihvatnog kapaciteta.

Analiza razvojnih scenarija za destinaciju Karlobag, temeljeći se na sadašnjem stanju prihvatnog kapaciteta, turističkih pokazatelja i kapaciteta održivosti, pruža okvir za donošenje strateških odluka kojima se osigurava dugoročna održivost destinacije.

Scenarij 1: Kontinuirani održivi razvoj (preferirani scenarij)

Opis: Očuvanje dolazaka oko 30.000 godišnje uz implementaciju mjera za prostornu i vremensku disperziju turista, uz fokus na unaprjeđenje kvalitete ponude.

Ključne mjere i ishodi:

- ⇒ Proširenje turističke sezone kroz razvoj izvansezonskih aktivnosti (planinarenje, biciklizam).
- ⇒ Poticanje turizma u manje posjećenim dijelovima destinacije, osobito u zaleđu i ruralnim područjima.
- ⇒ Ulaganja u infrastrukturne kapacitete u skladu s principima održivog turizma (parkirališta, informacijski centri, staze).
- ⇒ Aktivno sudjelovanje lokalne zajednice u kreiranju ponude i upravljanju destinacijom.

Očekivani rezultati: stabilan broj posjetitelja bez povećanih pritisaka na okoliš, povećanje zadovoljstva turista i lokalnog stanovništva, dugoročna ekonomska održivost.

Scenarij 2: Umjereni rast s kontroliranim proširenjem kapaciteta

Opis: Povećanje broja dolazaka do 55.000 godišnje kroz dodatne investicije u smještajne kapacitete i sadržaje, uz pojačane mjere upravljanja nosivošću i zaštitom okoliša.

Ključne mjere i ishodi:

- ⇒ Izgradnja novih smještajnih kapaciteta višeg standarda, uključujući hotele i kampove.
- ⇒ Implementacija sofisticiranih sustava praćenja broja posjetitelja i regulacije na ključnim lokacijama.
- ⇒ Jačanje ekoturističke i kulturne ponude radi smanjenja koncentracije turista na obali.
- ⇒ Moguć rizik od povremenih lokalnih preopterećenja ako se mjere upravljanja ne primjenjuju učinkovito.

Očekivani rezultati: povećani turistički prihodi, ali povećan zahtjev za održavanjem kapaciteta i rizik za okolišne resurse bez rigoroznih kontrola.

Scenarij 3: Nesustavan rast s nedovoljnom regulacijom

Opis: Neadekvatno upravljanje rastom turizma, bez jasnih ograničenja i poticanja disperzije.

Ključne mjere i ishodi:

- ⇒ Rast dolazaka bez adekvatnih investicija u odlazne kapacitete i zaštitu resursa.
- ⇒ Pojava preopterećenja u obalnim zonama tijekom vrhunca sezone i propusnog kapaciteta.
- ⇒ Povećani pritisak na ekosustave, prometnu infrastrukturu i kvalitetu života lokalnog stanovništva.
- ⇒ Potencijalni negativni utjecaji na turistički doživljaj i dugoročni pad atraktivnosti destinacije.
- ⇒ Posljedice: ugrožena održivost, ekonomski pad zbog degradacije resursa i nezadovoljstva posjetitelja.

Očekivani rezultati: povećani turistički prihodi, povećani zahtjevi za održavanjem kapaciteta, preopterećenje infrastrukture, štete na okolišu i pogoršanja kvalitete života lokalnog stanovništva te smanjenja dugoročne atraktivnosti destinacije.

Preporuke za donošenje odluka:

- ⇒ Usvojiti scenarij održivog razvoja kao strateški cilj s ciljem ravnomjernog razvoja i očuvanja prirodnih i kulturnih resursa.
- ⇒ Uvesti sustave praćenja i kontrole kapaciteta (broj posjetitelja, sezonska raspon, prostorna disperzija).
- ⇒ Planirati i financirati razvoj infrastrukture i smještajnih kapaciteta u skladu s procjenom nosivosti.

- ⇒ Potaknuti lokalnu zajednicu na aktivno sudjelovanje u planiranju i upravljanju turizmom.
- ⇒ Razvijati marketinške i promotivne aktivnosti usmjerene na produženje turističke sezone i diversifikaciju ponude.

Ovim scenarijskim pristupom omogućuje se pravovremeno i ciljano donošenje odluka s ciljem očuvanja dugoročne održivosti destinacije Karlobag, osiguravajući balans između gospodarskog razvoja i zaštite okoliša te kvalitete života lokalne zajednice.

Tablica15. Matrica scenarija razvoja kapaciteta nosivosti

Scenarij	Opis	Prednosti	Rizici
Održivi razvoj	Kontinuirani rast s fokusom na disperziju, sezonu i razvoj infrastrukture	Stabilnost, očuvanje okoliša, kvaliteta iskustva, dugoročna održivost	Spori rast, ograničeni prihodi u kratkom roku, izazovi u koordinaciji i provedbi mjera
Umjereni rast s kontrolom	Povećanje kapaciteta do 40.000 dolazaka uz regulaciju i razvoj sadržaja	Povećanje prihoda, bolja regulacija utjecaja, razvoj više sadržaja i produženje sezone	Rizik od neprincipijelnog ili prebrzog rasta, opterećenje resursa ako mjere nisu učinkovite
Neadekvatno upravljanje rastom	Rast bez ograničenja, slabija kontrola, preopterećenje i degradacija resursa	Potencijalno kratkotrajni gospodarski benefiti bez planiranja	Preopterećenje resursa, degradacija okoliša, lošije iskustvo posjetitelja, dugoročna nestabilnost

Ovakav pristup omogućava djelovanje u skladu s različitim scenarijima, balansirajući između rasta, zaštite okoliša i kvalitete iskustva te smanjuje rizike povezane s neprincipijelnim ili nekontroliranim rastom. Svaki scenarij zahtijeva drugačiji fokus i mjere, no zajednička nit je proaktivnost, monitoring i uključivanje svih ključnih dionika u proces donošenja odluka.

9. ZAKLJUČCI I PREPORUKE

Prilikom analize i izračuna prihvatnih kapaciteta destinacije Karlobag utvrđeno je da trenutna razina turističkog opterećenja ne prelazi definirane standarde prihvatljivosti, iako je u vršnoj sezoni u pojedinim obalnim područjima (Zona 1) blizu njihovih gornjih granica. Istovremeno, postoji značajan neiskorišteni prostor u unutrašnjosti destinacije i u ostalim dijelovima destinacije koji nisu turistički iskorišteni koji pruža priliku za disperziju turista i ravnomjerniju raspodjelu turističkih aktivnosti.

Zbog navedenog ne postoji trenutna nužnost za donošenjem odluke lokalnih ili regionalnih samouprava prema članku 31. stavku 1. Zakona o turizmu o ograničavanju turističkog prometa ili kapaciteta. Međutim, važno je pravodobno provoditi korektivne aktivnosti usmjerene na upravljanje tokovima turista, razvoj novih turističkih sadržaja i produženje turističke sezone, kako bi se održivost destinacije očuvala i u budućnosti. Preporuke za ublažavanje potencijalnih raskoraka između postojećeg stanja i poželjnih promjena uključuju jačanje sustava praćenja i upravljanja kapacitetima, poticanje disperzije turista prema manje opterećenim područjima te razvoj održivih oblika turizma koji minimiziraju negativni utjecaj na okoliš i kvalitetu života lokalne zajednice. Ovim pristupom destinacija Karlobag može učinkovito balansirati između turističkog razvoja i očuvanja svojih prirodnih, infrastrukturnih i društvenih resursa, bez potrebe za donošenjem restriktivnih odluka u ovom trenutku, uz određene preporuke:

- ⇒ Nastaviti s planskim, umjerenim razvojem smještajnih kapaciteta i uređenjem postojećih plažnih zona, uz naglasak na očuvanju prostorne kvalitete.
- ⇒ Sustavno unaprjeđivati komunalnu infrastrukturu, posebno u segmentu selektivnog prikupljanja otpada.
- ⇒ U vršnim ljetnim mjesecima provoditi dodatne mjere usmjerene na kontrolu opterećenja Zone 1, plaža i efikasniji odvoz otpada zbog dosezanja sezonskog maksimuma.
- ⇒ Poticati razvoj i promociju selektivnih oblika turizma (aktivni, kulturni, obiteljski), a kao mjeru za ravnomjerniju raspodjelu turističkog prometa tijekom godine i rasterećenje ljetnog vršnog razdoblja.

Izračun prihvatnih kapaciteta destinacije Karlobag pokazuje da je ukupni turistički razvoj u ovom trenutku unutar održivih granica kapaciteta nosivosti.

Iz provedenih analiza proizlazi da se razvoj turizma u Karlobagu nalazi **ispod razine** u kojoj je potrebno formalno regulatorno djelovanje sukladno članku 31. stavka 1. Zakona o turizmu, jer nisu utvrđeni značajni negativni učinci koji bi zahtijevali donošenje posebnih odluka lokalne i područne (regionalne) samouprave.

10. POPIS TABLICA

Tablica 1. Prostorna tipologija, intenzitet turističke aktivnosti i portfelj proizvoda destinacije Karlobag po zonama.....	7
Tablica 2. Zoniranje Karlobaga u skladu s prostornim planom, gdje su zone podijeljene prema funkciji, lokaciji, tipu zone, kapacitetu i statusu izgradnje.....	10
Tablica 3. Popis OBVEZNIH pokazatelja određenih u Prilogu i Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.....	13
Tablica 4. Popis DODATNIH pokazatelja određenih u Prilogu II Pravilnika o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta.....	17
Tablica 5. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju institucionalnim i strateškim okvirom u destinaciji Karlobag	22
Tablica 6. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koji doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju smještajnim kapacitetima u destinaciji Karlobag	25
Tablica 7. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju turističkom potražnjom u destinaciji Karlobag	29
Tablica 8. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju resursnom i atrakcijskom osnovom u destinaciji Karlobag	31
Tablica 9. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju prirodom i okolišem u destinaciji Karlobag	37
Tablica 10. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda koje doprinose održivom i kvalitetnom upravljanju prostorom u destinaciji Karlobag	40
Tablica 11. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje komunalnom infrastrukturuom u destinaciji Karlobag	43
Tablica 12. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje prometnom infrastrukturuom u destinaciji Karlobag	46
Tablica 13. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje stanovništvom i kvalitetom života u destinaciji Karlobag	49
Tablica 14. Strukturirani pregled ključnih pokazatelja i standarda za održivo i kvalitetno upravljanje zaposlenošću, gospodarstvom i važnosti turizma u destinaciji Karlobag	52
Tablica 15. Matrica scenarija razvoja kapaciteta nosivosti	58

11. POPIS SLIKA

Slika 1. Područje obuhvata destinacije Karlobag.....	4
Slika 2. Prostorno-funkcionalne zone destinacije Karlobag	8
Slika 3. Prostorni raspored smještajnih kapaciteta na području destinacije Karlobag	24
Slika 4. Zaštićeno područje destinacije Karlobag	35



PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM KARLOBAG
za razdoblje 2026.– 2029.

Sadržaj

1. UVOD	2
1.1. PROFIL DESTINACIJE KARLOBAG.....	3
2. ANALIZA STANJA	6
2.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE	6
2.1.1. Smještaj	7
2.1.2. Ugostiteljstvo.....	7
2.1.3. Turističke atrakcije.....	8
2.1.4. Turističke usluge	15
2.1.5. Obilježja turista u destinaciji - kvantitativni pokazatelji razvoja turizma	16
2.2. RESURSNA OSNOVA	19
2.3. JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA	21
2.4. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA.....	23
2.4.1. Energetska infrastruktura	23
2.4.2. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta	24
2.4.3. Vodoopskrba i odvodnja	24
2.4.4. Gospodarenje otpadom	25
2.5. PROMETNA INFRASTRUKTURA.....	25
2.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE	26
2.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije	26
2.6.2. Sigurnost i privatnost	29
2.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM	30
2.7.1. Fizička pristupačnost	31
2.7.2. Komunikacijska pristupačnost.....	32
2.7.3. Pristupačnost usluga.....	32
2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost.....	32
2.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI	32
2.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA.....	34
2.9.1. Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu	35

2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika	35
2.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI.....	35
2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala.....	35
2.10.2. Analiza digitalnog prisustva	36
2.10.3. Analiza offline aktivnosti.....	37
2.10.4. Analiza suradnji s trećim stranama	38
2.10.5. Analiza mogućnosti prikupljanja informacije za turiste	38
2.11. ANALIZA KONKURENCIJE	38
2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija	39
2.11.2. Direktna konkurencija.....	39
2.11.3. Indirektna konkurencija	40
2.11.4. Benchmarking.....	40
2.11. 5. Analiza trendova na strani turističke potražnje	42
3. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA DESTINACIJE KARLOBAG I PREPORUKE ZA DALJNI RAZVOJ	45
4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA	72
4.1. Pozicioniranje destinacije Karlobag	72
5. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE	78
6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA	1
6.1. PESTLE I SWOT analiza destinacije Karlobag.....	1
6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma destinacije Karlobag	1
7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA.....	1
8. VREMENIK AKTIVNOSTI	2
9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA	2
10. POPIS TABLICA	4
11. POPIS GRAFIKONA.....	5
12. POPIS SHEMA.....	9



UVOD

zakonska osnova
metodologija izrade
profil odredišta

1. UVOD

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije Karlobag čija je primarna svrha osigurati razvoj destinacije u smjeru održivosti u skladu s aktima strateškog planiranja, prostornim planovima, planom upravljanja kulturnim dobrima i drugim važećim planovima i propisima te stvoriti podlogu za donošenje odluka i mjera za upravljanje razvojem turizma u smjeru održivosti jedinica lokalne samouprave, jedinica područne (regionalne) samouprave i drugih nadležnih tijela u destinaciji.

Plan upravljanja destinacijom Karlobag koordinira i isporučuje sve aspekte koji imaju za cilj poboljšati iskustvo posjetitelja, ali i osigurava da destinacija učinkovito funkcionira iz perspektive posjetitelja što predstavlja ključni element uspješnog upravljanja destinacijom. Plan upravljanja je i strateški dokument koji određuje viziju razvoja turizma na području destinacije Karlobag usmjeren na postizanje ciljeva održivosti, ali i zadovoljstva posjetitelja. Sastavni dio plana upravljanja jesu i Mjere i aktivnosti za ostvarenje razvojnog smjera kojima će se odrediti konkretni koraci za poboljšanje kvalitete iskustva posjetitelja i utjecati na rast turizma kao gospodarske grane u skladu sa postavljenim ciljevima održivosti.

Zakonska osnova

Plan upravljanja destinacijom Karlobag donosi se u skladu sa Zakonom o turizmu (Narodne novine 156/2023), a usklađen je sa Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. godine (Narodne novine 2/2/23), Planom razvoja Ličko-senjske županije za razdoblje do 2027. godine te ostalom legislativom i aktima koji se odnose na upravljanje Općinom Karlobag i izradu akata strateškog planiranja.

Plan upravljanja destinacijom kao planski dokument za razvoj održive destinacije sukladno čl. 25. st. 4. Zakona o turizmu (Narodne novine 156/2023) donosi se za razdoblje od četiri (4) godine.

Sukladno čl. 28. st. 2. Zakona o turizmu (Narodne novine 156/2023) plan upravljanja destinacijom temelji se na izračunu prihvatnih kapaciteta.

Plan upravljanja destinacijom donosi se u skladu sa čl. 53. st. 2. Zakona o turizmu (Narodne novine 156/2023).

Metodologija izrade

Pristup izradi plana upravljanja destinacijom Karlobag polazi od načela otvorenosti, multidisciplinarnosti te uključenosti razvojnih dionika kako je to određeno čl. 25. st. 4. Zakona o turizmu (Narodne novine 156/2023).

Dokument je izrađen kroz tri provedene aktivnosti:

- dubinska analiza destinacije,
- definiranje strateškog okvira te postavljanje komponenti strateškog okvira destinacije,
- definicija konkretnih razvojnih mjera i aktivnosti.

i proveden kroz izradu dvije povezane faze:

- Faza I: izračun prihvatnog kapaciteta destinacije Karlobag,
- Faza II: izračun pokazatelja održivosti,
- Faza III: izrada Plana upravljanja destinacijom.

Za izradu ovog plana korišten je uobičajen metodološki postupak za izradu razvojnih planskih dokumenata koji je uključio slijedeće istraživačke, analitičke i interpretacijske postupke:

1. prikupljanje podataka iz javno dostupnih desk istraživanja (stručna literatura, statistički izvori podataka, prostorno-planski i razvojni dokumenti...);
2. obilazak terena radi valorizacije i inventarizacije turističkih resursa i atrakcija te uvida u tržišnu spremnost/ograničenja za upotrebu u turističke svrhe;
3. formiranje radne skupine za izradu Plana;
4. radionice s ključnim dionicima turističkog razvoja;
5. provođenje i analiza anketa Z1 i ZT1 te individualnih intervjua s ključnim dionicima turističkog razvoja destinacije kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama razvoja destinacije Karlobag.

Metodologija izrade plana upravljanja destinacijom Karlobag maksimalno je orijentirana na isporuku provedbenih rješenja i temeljena na intenzivnoj suradnji i uključenosti svih dionika turizma.

1.1. PROFIL DESTINACIJE KARLOBAG

Karlobag je slikovito primorsko mjesto i općina smještena u Ličko-senjskoj županiji, na obali Jadranskog mora, u podnožju Velebita, destinacija koja nudi jedinstven spoj mediteranskog ambijenta i planinskog okruženja, što je čini privlačnom za ljubitelje prirode, povijesti i aktivnog odmora.

Područje Karlobaga bilo je naseljeno još u doba antike, kada je rimsko naselje Vegium igralo važnu ulogu u trgovačkim i vojnim aktivnostima. U 16. stoljeću Karlobag je uništen od strane Turaka, zatim obnovljen pod austrijskom vlašću kada je i dobio ime po vojvodi Karlu. Ova povijesna obnova ostavila je trag kroz brojne spomenike, kao što su Kapucinski samostan, crkva sv. Karla Boromejskog i ruševine tvrđave Fortica.

U turističkom kontekstu Karlobag nudi prekrasne panoramske vidike, kristalno čisto Jadransko more i netaknutu prirodu, što ga čini idealnim za planinarenje, biciklizam, ribolov i ronjenje. Dvije su temeljne posebnosti koje karakteriziraju Karlobag i trebale bi biti iskorištene u turistički svrhe - znanstveno dokazana činjenica da je upravo u Karlobagu jačina bure veća od bilo kojeg drugog mjesta na Jadranu (bura kao jedinstven svjetski fenomen karakterističan za ovaj kraj treba biti turistički iskorištena) kao i geoprometna lokacija Karlobaga na Jadranskoj magistrali koja je prepoznata kao jedna od najljepših motorističkih ruta u kojem također leži značajan turistički potencijal.

U kontekstu navedenog profil destinacije Karlobag ogleda se u slijedećem:

Tablica 16 Profil odredišta/baza osnovnih podataka o destinaciji

Lokacija	Ukupna površina 280,8 m ² , s urbanim područjem od oko 0,7 km ² . U svom urbanom području smješten na razini mora (0 - 10 m/nv); Baške Oštarije smještene su na 924 m/nv dok viši dijelovi Velebita dosežu visine i preko 1.500 m/nv.
Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)	Prometna povezanost je solidna. Kroz Karlobag prolazi državna cesta DC8 (Matulji-Dubrovnik), državna cesta DC25 (Bunić-Gospić-Karlobag), županijska cesta ŽC5199 (Prizna-Ledenik Cesarički)/Željeznička pruga udaljena je 40 km od Karlobaga (Gospić); na području Karlobaga nalazi se četiri morske luke otvorene za javni promet. Najbliža zračna luka smještena je u Zadru (90 km).
Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta:	Udaljenost od Zagreba 250 km, od Zadra 90 km, Splita 215 km, Rijeke 132 km, Pule 234 km. Udaljenost od zračnih luka je 90 km (Zadar), 132 km (Rijeka) tj. 250 km (Zagreb).
Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)	Geografska obilježja: kombinacija mediteranskog obalnog pojasa i planinskih predjela. Kamenite obale, litice i krški reljef tipični su za ovo područje. Velebit dominira destinacijom a cijelo područje Općine sastavni je dio Parka prirode Velebit.
Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)	Klima: Položaj između mora i planine rezultira jedinstvenom klimom – mediteranskim utjecajem koji donosi topla, sunčana ljeta, a blagi kontinentalni elementi osiguravaju umjerene zime. Prema okvirnim prosjecima destinacija Karlobag bilježi otprilike 260 sunčanih dana godišnje. S obzirom na mediteransku klimu s utjecajem Velebita, prosječna godišnja količina padalina kreće se oko 900 mm, pri čemu se padaline najčešće javljaju tijekom jesenjih i zimskih mjeseci
Broj stalnih stanovnika	780 (HZZS/ 2021)
Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)	Dolasci ukupno (2024): 27.504 Noćenja ukupno (2024): 183.924 (ostale karakteristike: vidjeti poglavlje 3.1.)
Prosječna duljina boravka	2024: 6,69
Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti)	Vidjeti poglavlje 3.1.
Ugostiteljski sadržaji	Vidjeti poglavlje 3.1.2.
Najpopularnije turističke atrakcije:	Stari grad Karlobag, Crkva sv. Karla Boromejskog, kapucinski samostan i crkva sv. Josipa, Terezijanska cesta
Glavni turistički proizvodi:	Čisto more, prekrasne plaže, ljetni odmor bez gužvi, izvrsna kombinacija primorske i planinske klime
Prostor – turističke zone i površine	Prema prostornom planu (objavljeno na web stranici Općine Karlobag), Premužićeva staza
Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.)	Vidjeti poglavlje 3.3.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje, eVisitor

The background image shows a vast blue sea under a clear sky, with a range of mountains in the distance. In the foreground, several orange and red conical buoys are floating on the water's surface.

2. ANALIZA STANJA

turistički proizvodi i usluge
resursna osnova
javna turistička infrastruktura
komunalna infrastruktura
prometna infrastruktura
stanje digitalizacije
stanje pristupačnosti osobama s invaliditetom
organiziranost i dostupnost usluga u destinaciji
stanje i potreba ljudskih potencijala
komunikacijske aktivnosti
konkurencija

2. ANALIZA STANJA

Kako bi se ispravno odabrao budući pravac razvoja destinacije Karlobag važno je utvrditi trendove na turističkom tržištu i analizirati konkurentsku poziciju destinacije. Analiza stanja destinacije Karlobag provedena je u obliku primarnih i sekundarnih istraživanja i opisa trenutnog stanja destinacije u svrhu identifikacije prednosti i nedostataka radi planiranja mjera i aktivnosti za unaprjeđenje turističke ponude i ostvarenje razvojnog smjera temeljenih na dostupnim podacima.

Provedena analiza utvrđena je za područje TZ-a Karlobag koje odgovara granicama Općine Karlobag odnosno destinacije Karlobag i uključuje slijedeća samostalna naselja:

1. Barić Draga
2. Baške Oštarije
3. Cesarica
4. Crni Dabar
5. Došen Dabar
6. Karlobag
7. Konjsko
8. Kućišta Cesarička
9. Ledenik Cesarički
10. Lukovo Šugarje
11. Ravni Dabar
12. Ribarica
13. Staništa
14. Sušanj Cesarički
15. Vidovac Cesarički

Cilj analize:

Cilj analize stanja je identificirati ključne karakteristike, prednosti i izazove koji utječu na konkurentnost i atraktivnost destinacije te razviti strategije koje će pomoći u daljnjem razvoju turizma. Analiza uključuje različite aspekte poput prirodnih i kulturnih resursa, turističke i IT infrastrukture, ekonomski utjecaj i interes posjetitelja te sezonalnost, konkurenciju i održivost.

Način prikupljanja podataka:

Podaci su prikupljeni primarnim istraživanjem (opažanje, evidentiranje, promatranje istraživača) i sekundarnim istraživanjem (izvori jedinice lokalne samouprave, Turističke zajednice, službenih (strateških) dokumenata i evidencija). U prvom dijelu provedena je analiza kvantitativna obilježja turizma u destinaciji Karlobag koja su značajna za promišljanje turističke ponude dok su u izvješću o provedenoj analizi stanja navedene preporuke po analiziranim poglavljima.

2.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE

Turistički proizvodi i usluge obuhvaćaju širok spektar ponuda koje zadovoljavaju potrebe turista za vrijeme njihovog putovanja. U daljnjem tekstu razrađene su temeljne kategorije koje se smatraju osnovom turističke ponude destinacije Karlobag.

Destinacija Karlobag je tipična ljetna destinacija, ali zahvaljujući kombinaciji mora i planina, ima potencijal za turizam tijekom cijele godine – osobito za ljubitelje prirode, sporta i mirnijeg odmora.

2.1.1. Smještaj

Destinacija Karlobag nudi različite kategorije smještaja i u 2024. godini bilježi ukupno 1.922 smještajne jedinice sa ukupno 6.578 kreveta i 842 pomoćna kreveta (ukupno 7.420 kreveta). Posjetiteljima su na raspolaganju različite opcije smještaja, uključujući hotele, privatne apartmane, sobe i kampove.

Tablica 17 Pregled smještajnih kapaciteta u destinaciji Karlobag u 2024. godini

kategorija smještaja	smještajni kapacitet/ kreveti
objekti u domaćinstvu	2.590
hoteli	347
kampovi	393
nekomercijalni smještaj	3.309
ostalo	20

Izvor: eVisitor

Promatrano po naseljima, najveći broj smještajnih kapaciteta nalazi se u Karlobagu (2.387) i Cesarici (2.664), zatim slijede Lukovo Šugarje (683), Barić Draga (581), Baške Oštarije (119), Ravni Dabar 50, Ledenik Cesarički (42), Vidovac Cesarički (32), Šušanj Cesarički (18) te Staništa (2).

Naselja u kojima nema smještajnih kapaciteta su Crni Dabar, Došen Dabar, Konjsko i Kućišta Cesarička.

Turizam u destinaciji Karlobag karakterizira izrazita sezonalnost - turistička sezona proteže se od 10. srpnja do 20. kolovoza u kojem periodu popunjenost smještajnih kapaciteta iznosi 72,87%. Visoku popunjenost u sezoni (69,66%) pokazuje i nekomercijalni smještaj za koji je procjeni kapacitet iznosi 3.309 kreveta te 90 dodatnih kreveta.

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag raspolaže sa dostatnim smještajnim kapacitetom iako je vrsta kategorija ograničena, ali odgovara trenutnoj turističkoj potražnji. Trenutna turistička ponuda usko je koncentrirana na relativno kratku turističku sezonu (ljetni turizam) koja se bazira na ponudi sunca i mora. Smještajni kapaciteti su dostatni za razvoj cjelogodišnjeg turizma ali bi trebalo osmisliti ponudu za pred i podsezona.

Destinacija Karlobag bi zbog svoje jedinstvene klime i geografskog položaja mogla razviti idealnu kombinaciju morskog-planinskog turizma koji ne bi bio koncentriran samo na ljetne mjesec.

2.1.2. Ugostiteljstvo

Destinacija Karlobag nudi raznoliku ugostiteljsku ponudu koja zadovoljava različite ukuse posjetitelja. U samom centru Karlobaga nalaze se brojni restorani i kafići koji pružaju autentično gastronomsko iskustvo a posebno se ističu objekti uz gradsku plažu, koja je potpuno obnovljena 2023. godine u tradicionalnom stilu na kojoj se može uživati u osvježavajućim pićima s pogledom na more.

Tablica 18 Analiza ugostiteljske ponude destinacije Karlobag prema razdoblju poslovanja, profilu gostiju i prilagođenosti objekta

VRSTA OBJEKTA	KAPACITET	RAZDOBLJE POSLOVANJA	PROFIL GOSTIJU	PRILAGOĐENOST OBJEKTA
SKUPINA RESTORANI				
Restoran OK			domaći/strani	
Restoran pizzeria Šušanj			domaći/strani	
Restoran Ledenik			domaći/strani	
Restoran Baške Oštarije			domaći/strani	
Restoran Jure			domaći/strani	
Konoba Ribar			domaći/strani	
Restoran Pizzeria Karlobag			domaći/strani	
Restoran Cesarica			domaći/strani	
Restoran Šterna			domaći/strani	
Bistro Adriatic			domaći/strani	
Slastičarnica Plavi 9			domaći/strani	
Slastičarnica Zlatni Bag			domaći/strani	
Ugostiteljski objekt Bingo			domaći/strani	
SKUPINA BAROVI				
Beach bar Tatinja			domaći/strani	
Caffe bar Carlitos			domaći/strani	
Caffe bar Riva			domaći/strani	
Caffe bar Delfin			domaći/strani	

Izvor: TZ Općine Karlobag

Destinacija Karlobag raspolaže sa zadovoljavajućim brojem ugostiteljskih objekata. Razdoblje poslovanja ukazuje na sezonski karakter turizma što se može promijeniti kada se smanji sezonalnost turizma. Uz navedeno, destinacija Karlobag ima i dvije trgovine u zimskom periodu, odnosno četiri u ljetnom.

2.1.3. Turističke atrakcije

Destinacija Karlobag nudi raznolike turističke atrakcije koje kombiniraju prirodne ljepote, kulturno-povijesne znamenitosti i mogućnosti za aktivni odmor. Glavne turističke atrakcije mogu se klasificirati u **prirodne** (plaže i uvale, šljunčane plaže, brojne uvale) te park prirode Velebit koji je upisan na UNESCO-vu listu kao svjetski rezervat biosfere (posebno su na Velebitu atraktivne Baške Oštarije, planinsko naselje idealno za ljubitelje prirode i aktivnog odmora); **kulturno-povijesne znamenitosti** (Kapucinski samostan i crkva sv. Josipa); **kulturne znamenitosti** (ruševine srednjovjekovne utvrde Fortica);

Destinacija Karlobag se profilira kao destinacija koja nudi jedinstveni spoj morskih, planinskih i kulturnih iskustava. Ključni elementi tog profila čine morski turizam, planinski i avanturistički turizam, kulturno-povijesni turizam, gastronomski turizam te aktivni i forestwellness turizam. Ukupno gledano, Karlobag se pozicionira kao destinacija pogodna za obitelji, avanturiste i sve one koji traže miran, ali i aktivan odmor u prirodnom okruženju s bogatom kulturnom baštinom.

Dodatne dvije atrakcije koje za sada nisu adekvatno turistički iskorištene, a mogu pomoći da se destinacija Karlobag izdvoji od ostalih sličnih destinacija u smislu marketinškog profiliranja i brendiranja destinacije su fenomen bure te Jadranska magistrala kao ogroman potencijal za moto-turizam (poželjni turisti visoke platežne moći koji sezonu mogu produžiti i na pod i predsezonu).

Treba naglasiti da je spoj planine i mora podario destinaciji Karlobag idealnu kombinaciju klime - od mediteranske uz obalu do planinske na Baškim Oštarijama na visini od 1000 metara. Prirodne pogodnosti reljefa i klime osiguravaju optimalne uvjete za cjelogodišnji turizam. Ljeti kupanje i sunčanje, zimi skijanje i sanjkanje, u jesen planinarenje i šetnje Velebitom, a u proljeće uživanje u buđenju proljeća na Velebitu.².

Tablica 19 Prirodne atrakcije destinacije Karlobag

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
Park prirode Velebit	planina, zaštićena UNESCO-va baština	međunarodna	spremno
Premužićeva staza	poučna staza na Velebitu	međunarodna	spremno
Dabri i Dabarski kukovi	udoline na području srednjeg Velebita	lokalna	spremno
Poučna staza Terezijana		nacionalna, regionalna	spremno
Plaže - Gradska plaža Plaza Tatinja Plaža ispod hotela Zagreb	šljunčane plaže	lokalna, regionalna	spremno
Bura	vrsta vjetra	regionalna, svjetska	u fazi pripreme za turističku funkciju

<i>Vrsta atrakcije</i>	<i>naziv</i>	<i>opis</i>
<i>PRIRODNE ATRAKCIJE</i>	Park prirode Velebit	Park prirode "Velebit" najveće je zaštićeno područje u Republici Hrvatskoj, koji je status zaštite dobio zbog svojih prirodnih vrijednosti i značaja za očuvanje biološke raznolikosti. Velebit je 1978. godine uvršten u mrežu međunarodnih rezervata biosfere UNESCO-a.
	Premužićeva staza	Staza duga 57 km koja povezuje vršne dijelove sjevernog i srednjeg Velebita, od Zavižana do Baških Oštarija.
	Dabri i Dabarski kukovi	Područje Dabara i Dabarskih kukova proteže se središnjim dijelom brdskog masiva, od Bačić-kuka, nasuprot Budakova brda na sjeverozapadu, do Ljubičkog brda i pripadnih kukova nad Oštarijama na jugoistoku, oko 10 km.
	Poučna staza Terezijana	Poučna staza izgrađena 1786.g. Staza je namijenjena isključivo pješacima, a posebno je zanimljiva zbog prostora kojim prolazi. Ovdje se na kratkom području dožive oba lica Velebita u njihovoj punoj ljepoti. Poučna staza počinje na Baškim Oštarijama (924 m. n.m.) te se spušta do sela Konjsko (655 m/n.m.) u dužini od 3 km ili oko 3 h hoda.
	Plaže	šljunčane i betonske plaže, plaže sa stijenama i krupnim kamenjem.
	Bura	Teren oko Karlobaga za oko 12% viši od ostalih podvelebitskih mjesta, a njegova obala ujedno prati planinski masiv Velebita, što znači da za planinsku atmosfersku Karlobag ima preferirani tzv. donji rubni uvjet za postizanje loma atmosferskih planinskih valova.

Glavnina prirodnih turističkih atrakcija su u funkciji, jedini značajan potencijal koji treba iskoristiti je bura kao jedinstven fenomen područja s međunarodnim turističkim potencijalom. Poučne staze i sadržaj koji je vezan uz Velebit pod upravljanjem je PP Velebit; navedeni sadržaji su u pojedinačnoj ponudi TZ Općine

²<https://www.jutarnji.hr/naslovnica/najljepsi-gradovi-biograd-karlobag-nin...-2113671>

Karlobag, ali izostaju organizirani oblici turističke ponude (ponude turističkih agencija za turiste koji borave u destinaciji Karlobag) kojima bi se povećalo zadovoljstvo turista i obogatilo ponudu te eventualno produžio boravak u destinaciji.

Ako promatramo antropogene atrakcije vidljivo je da je destinacija Karlobag izuzetno bogata: na području destinacije Karlobag nalazi se 13 kulturnih dobara (4 dobra pripadaju kategoriji ostalo, 2 dobra pripadaju kategoriji arheološka baština, 3 dobra pripadaju kategoriji sakralna graditeljska baština, 1 dobro pripada kategoriji glazbeniinstrument, jedno dobro pripada kategoriji profana graditeljska baština, a jedno dobro pripada kategoriji knjižnična građa).

Tablica 20 Antropogene atrakcije destinacije Karlobag

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
ZAŠTIĆENA KULTURNA DOBRA			
Arheološki lokalitet Gradina-Vidovgrad s ostacima crkve sv. Vida	arheološko nalazište		
Crkva Pohoda sv. Elizabete	sakralni objekt		
Fond knjižnice u Kapucinskom samostanu	kulturno dobro - zbirka		
Fontana na izvoru potoka Ljubica	nepokretno kulturno dobro		
Hidroarheološka zona u uvali Baška Draga	arheološko nalazište		
Orgulje u Kapucinskom samostanu	pokretno kulturno dobro		
Ostaci crkve sv. Karla Boromejskog	nepokretno kulturno dobro		
Povijesna cesta Terezijana	nepokretno kulturno dobro		
Spomen obilježje Kubus	nepokretno kulturno dobro		
Stari grad " Fortica"	nepokretno kulturno dobro		
Tri portreta Habsburgovaca i slika "Posljednja večera" iz Kapucinskog samostana sv. Josipa	pokretno kulturno dobro - zbirka		
Zgrada škole	nepokretno kulturno dobro		
OSTALA KULTURNA DOBRA			
Kapucinski samostan s knjižnicom teološke literature iz16., 17. i 18 st.	samostan	nacionalna	spremno
Crkva Sv. Josipa u kojoj se nalazi vrlo vrijedna slikaPosljednje večere Cristofora Tasca	sakralni objekt	nacionalna	spremno
Kava – mediteranski vrt sa izložbom mozaika	vrt	lokalno	spremno
Šterne kao kulturno – povijesna baština i nekadašnji jediniizvor pitke vode kao i ključ zajedništva	bunar		
Kalvarija			
Spomenik Šimi Starčeviću (1784. -1859.) autoru prvehrvatske gramatike "Ricoslovice" pisane hrvatskimjezikom			

Vrsta atrakcije	naziv	opis
KULTURNO-POVIJESNE ATRAKCIJE	Arheološki lokalitet Gradina-Vidovgrad s ostacima crkve sv. Vida	Arheološki lokalitet Gradina – stari Vidovgrad predstavlja višeslojni arheološki lokalitet kojeg datiramo od prapovijesti do srednjeg vijeka. Nalazi se na obroncima Drvišice iznad Karlobaga. Sukladno ostacima materijalne kulture, kontinuiranost naseljenosti područja Gradine prestaje na prijelazu 13. u 14. st. kada se podiže novo lučko, trgovačko i upravno središte Scrisa, današnji Karlobag, koje je od 1322. godine u posjedu plemena Gusića, tj. Kurjakovića. Ostaci crkve sv. Vida nalaze se unutar arheološkog lokaliteta Gradina – stari Vidovgrad. Riječ je o jednobrodnoj, pravilno orijentiranoj crkvi s užom nepravilnom kvadratnom apsidom. Dimenzije crkve su 12 x 7 m. Crkva sv. Vida podignuta je na prijelazu 13. na 14. st. vjerojatno na mjestu neke starije crkve i jedinstven je primjer ranogotičke arhitekture na području Hrvatskog primorja.
	Crkva Pohoda sv. Elizabete	Župna crkva Pohoda sv. Elizabete nalazi se uz glavnu cestu u naselju, na blagoj uzvisini. Riječ je o jednobrodnoj građevini pravokutna tlocrta, glavnim pročeljem orijentiranoj prema jugu, s užim polukružnim svetištem, sakristijom zapadno uz svetište i preslicom za zvono iznad glavnog pročelja. Župa sv. Elizabete osnovana je 1822. godine dok je crkva sagrađena 1855. godine. U II. svjetskom ratu teško je stradala, te je temeljito obnovljena u suradnji s austrijskim stručnjacima 1988. i 1989. godine. Župna crkva Pohoda sv. Elizabete posjeduje arhitektonske, povijesne i ambijentalne vrijednosti.
	Fond knjižnice u Kapucinskom samostanu	Fond kapucinskog samostana u Karlobagu vrlo je bogat i sastoji se od vrijednih starih i raznovrsnih primjeraka. Najstariju jezgru fonda čine knjige donirane od vladara i plemićkih obitelji. Sadašnji fond čine primjerci teološke literature od 16. do 19. st. uz nekoliko glagoljskih izdanja iz 18. stoljeća. Nekoliko misala i drugih knjiga predstavljaju vrhunsko umijećetiskarske i knjigovežne vještine od 16-18. stoljeća. Fond broji preko 3500 rukopisa.
	Fontana na izvoru potoka Ljubica	Fontana na izvoru potoka Ljubica smještena je uz povijesnu komunikaciju Gospić- Karlobag u mjestu Baške Oštarije. Godine 1845. podigao ju je major Josip Kajetan Knežić, koji je inače zajedno sa inženjerom Simom Kekićem graditelj ove prometne komunikacije, a podignuta je u spomen na okončanje radova na trasi dionice Gospić-Baške Oštarije.

	Oblikovana je kao fontana od klesana kamena u vidu obeliska visokog 410 centimetara, koji se nalazi unutar bazenadimenzija 410 x 275 x 40 cm, čiji su uglovi naglašeni kubusima. Sam obelisk je koncipiran u dva dijela odijeljena jednostavno profiliranim vijencima između kojih se nalazi friz maskerona na sve četiri strane. Fontana na izvoru potoka Ljubica u Baškim Oštarijama dio je cjeline prometne komunikacije Gospić-Karlobag, vrhunskog djela cestogradnje 19. stoljeća u nizu ostalih pratećih objekata ove povijesne prometne komunikacije.
Hidroarheološka zona u uvali Baška Draga	Uvala Baška Draga pod Vidovgradom služila je Rimljanima kao luka, pa to opravdava nalaze grla, fragmenata i čepovaamfora nalokalitetu Baška Draga i cca 500m uz obalu jugoistočno na dubini 7-25m. Ovo je jedno od najvećih poznatihnalazišta čepova amfora od kojih neke imaju i utisnute oznake.
Orgulje u Kapucinskom samostanu	Orgulje su talijansko-dalmatinskog tipa, mehaničkog sistema s 1 manualom i pedalom. Opseg je manuala C-d3, a pedala C/E-ao. Djelo su nepoznatog majstora, negdje iz polovice 19. stoljeća, dobro su sačuvane. Kućište je zatvorene kubičneforme, na visokom postolju sa širokim otvorom za svirale. Nad ravnom trabeacijom ormara uzdiže se raskinuti zabat ukojemu je velika dekorativna lira. Otvor prospekta uokviruju dva uska, kaneliranapilastra s neobičnim kapitelima s tri sloja stiliziranih listova iz čijih se kalota izvijaju male volute. Neupadljivo u arhitektonskom i u dekorativnom dojmu kućište je zanimljivo po kolorističkom rješenju tj. kromatskom kontrastu smeđe-bijelo.
Ostacirkvesv.KarlaBoromejskog	Ostaci župne crkve sv. Karla Boromejskog smješteni su na istočnom bridu Karlobaga, neposredno uz magistralnu cestu. Riječ je o baroknoj trobrodnoj bazilici, sa zvonikom nad sakristijom, na sjeveroistočnom dijelu sjeverne lađe. Danas jeostao sačuvan zvonik, te dio svetišta i sjevernog zida bočne sjeverne lađe. Gradnja crkve je otpočela 1767. godine premaodredbi carice Marije Terezije. Započeo ju je majstor Ivan Krstitelj Baccini, a dovršio Rok Stuparić iz Lošinja,najvjerojatnije 1773. godine kada je 11.4.1773. u njoj započeo obred. Župna crkve sv. Karla Boromejskog, premdadanas nije očuvana u cijelosti, predstavlja važan spomenik barokne arhitekture u povijesnom nasljeđu Karlobaga, te i šireunutar Hrvatskog primorja. Zajedno s kapucinskim samostanom sv. Josipa, čini okosnicu formiranja i urbanističkograzvoja, te posjeduje izuzetnu vrijednost u viziuri Karlobaga.
Povijesna cesta Terezijana	Cesta između ličkog zaleđa i luke u Karlobagu, preko Oštarijskih vrata, građena je između 1784. i

	1786.g., a nazvana je Terezijana po Mariji Tereziji, majci tadašnjeg vladara Josipa II. Trasu je projektirao kapetan barun Filip Vukasović. Zbog strmih uspona cesta je počela ograničavati sve veći promet između zaleđa i mora pa je krajiška uprava odlučila da se provede modernizacija prometnice. Projekt je izradio Josip Knežić, a cesta je građena između 1844. i 1851. Cesta nije bila dobro održavana i uskoro nakon dovršetka su se počela javljati oštećenja prouzrokovana jakim burom i oborinskim vodama. Cesta je danas neodržavana, potporni zidovi i mostovi su u ruševnom stanju.
Spomenobilježje Kubus	Kubus se nalazi na planinskom sedlu Stara vrata, gdje povijesna Knežić-Kekićeva cesta napušta Oštarsko polje i počinje silazak prema Karlobagu. Riječ je o kamenoj kocki dimenzije brida od 1.25 metara koja počiva na četiri kamene kugle. Nalazi se nekoliko metara nad niveletom prometnice, te do njega vodi kameno stepenište. U posebno oblikovanim nišama na sjevernoj, istočnoj i zapadnoj strani kubusa nalaze se u kamen uklesani natpisi „FERDINANDUS I AUSTRIAE IMPER: MDCCCXLVI“ na sjevernoj strani i „Der Culminations – Punct des neuen Carlopaganer Strassen zugesandert sudlichen Cretes des Welebitgebirges bei Stara Vrata istüber der adriatischen Meeresfläche 2740 Wiener Fuszer haben“ na istočnoj i zapadnoj strani. Kubus na Baškim Oštarijama podignut 1846. godine dio je cjeline prometne komunikacije Gospić-Karlobag, vrhunskog djela cestogradnje 19. stoljeća u nizu ostalih pratećih objekata ove povijesne prometne komunikacije.
Starigrad "Fortica"	Stari grad vjerojatno podignut već u 14. st., a od 1672. služi samo za vojne potrebe. Fortica je često popravljana i pregrađivana jer je Karlobag često stradao od napada raznih vojski. Godine 1525. spalili su ga Turci, 1646. je obnovljen nakon mletačkog napada, 1660. je opet u ruševinama, 1704. grad je bombardirala francusko-španjolska, a 1813. engleska flota. Danas je Fortica ruševina, a pod krovom je jedino zgrada u sredini velikog dvorišta. Fortica u Karlobagu, nekadašnji stari utvrđeni grad, nosi niz vrijednosti značajnih za naselje: starosnu, povijesnu, urbanističku i ambijentalnu.
Tri portreta Habsburgovaca i slika "Posljednji javečera" iz Kapucinskog samostana sv. Josipa	Portreti Habsburgovaca rađeni su u maniri srednjoeuropskog slikarstva 18. stoljeća, te pokazuju sve odlike tadašnjeg raskošnog dvorskog života i moć pripadnika vladajuće društvene klase. Kvalitetan su i dekorativan rad vještog dvorskog slikara. Kompozicija, istančan kolorit, harmonija boja, efektna svjetlucava igra detaljima, pojačava

	reprezentativnostlikova. Slika Posljednja Večera CristoforaTasce rađena je pod utjecajem mletačkog slikarstva 17. stoljeća.
Zgradaškole	Građevina se nalazi u zapadnom dijelu naselja, uz magistralnu prometnicu. Slobodnostojeća je jednokatnica „U tlocrta“.Glavnim uzdužnim pročeljem, orijentirana je prema ulici. Reprezentativno ulično pročelje na uglovima ima plitke rizalitneistake koji su dodatno naglašeni klesanom ugaonom rustikom. Rizalitniistaci zaključeni su zabatima i raščlanjeni okulusom. U središnjoj vertikalnoj osi pročelja nalazi se jednostavno profiliran kameni portal sa segmentnim nadvojem ilepezastim ukrasom koji se kao dekorativni element ponavlja i na prozorima prizemlja, dok se na prvom katu ispodprozora nalaze jednostavne kamene kartuše koje pridonose estetici pročelja. Zgrada je podignuta 1875. godinezalaganjem austrougarskog oficira baruna Antona Mollinaryja, te posjeduje izuzetan značaj u urbanoj vizuri naselja.Građevina je zadržala svoje izvorne konstruktivne i oblikovne karakteristike, te funkciju školske zgrade što ju čini vrijednom u arhitektonskom i kulturno-povijesnom smislu.

Destinacija Karlobag je kroz svoju povijest nekoliko puta bila rušena do temelja i obnavljana i otuda bogata povijesna ostavština iz različitih povijesnih razdoblja koja predstavlja značajan turistički potencijal uz uvjet da se prezentacija i valorizacija istih adekvatno osmisli. Karlobag je kroz svoju burnu povijest nekoliko puta mijenjao naziv; ranije se zvao Bag, u vrijeme Rimljana Vegium, au srednjem vijeku Oppidium Strissi. Naselje Bag obnovio je gradački nadvojvoda Karlo 1579. godine te je po njemu mjesto i dobilo ime Karlobag. Iako je dio antropogenih atrakcija stavljen u funkciju (Fortica je domaćin glazbeno- zabavnih ljetnih večeri, Kubus je lociran na izvrsnom mjestu za turističke posjete) antropološke atrakcije nisu u potpunosti iskorištene (nedostaje organiziran pristup ponudi) i trebalo bi ih povezati u turističku cjelinu i turistički valorizirati kroz storytelling kojim bi se također obogatila turistička ponuda kroz suranju sa turističkim agencijama, lokalnim vodičima i sl. Resursna osnova ove kategorije izuzetno je zanimljiva i trebalo bi je na adekvatan način turistički valorizirati jer je iz broja zaštićenih kulturnih dobara razvidno da destinacija Karlobag ima značajan potencijal za razvoj kulturnog turizma.

Tablica 21 Manifestacije i turistička infrastruktura destinacije Karlobag

NAZIV ATRAKCIJE	TIP ATRAKCIJE	VAŽNOST	TRŽIŠNA SPREMNOST
Alpinizam - alpinistička zona Ravni Dabar, 20 min udaljeno od Karlobaga	alpinistička zona	lokalna	spremno
biciklizam - tri uređene staze	biciklizam	lokalna	spremno
planinarenje	planinarenje	lokalna	spremno
ribolov - športski i rekreacijski uz dozvolu	ribolov	lokalna	spremno
Ronjenje	ronjenje	lokalna	spremno
Filipov kuk	alpinistička zona	lokalna	spremno
Doček u podne	manifestacija	lokalna	spremno
Moo susreti i sadržaji	manifestacija	regionalno	spremno

Božić u Karlobagu	manifestacija	lokalna	spremno
Ljeto u Karlobagu	manifestacija	lokalna	spremno

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag turistima nudi šarm primorskog gradića smještenog na spoju Jadranskog mora i planine Velebit koji nudi jedinstvenu kombinaciju prirodnih ljepota i kulturno-povijesnih znamenitosti. Zahvaljujući Velebitu, destinacija nudi raznolik izbor atrakcija (posebno onih sportske prirode) te manifestacije u samoj destinaciji. Ono što nedostaje je uvezivanje navedenih atrakcija u konkurentnu ponudu koja će biti zanimljiva turistima, dok je za sada inicijativa za korištenje individualnog karaktera. Uz organizirane oblike turističke ponude Karlobag bi mogao proširiti svoju turističku sezonu jer ima jedinstvenu priliku kombinirati more i planinu odnosno širok prostor za osmišljavanje ponude za specifične vrste turista – npr. aktivni turizam uz niz sportskih aktivnosti, povijesni turizam zbog velikog broja kulturnih aktivnosti ili edukativni turizam (npr. organiziranje tura iz Karlobaga na velebitski dio destinacije za šetače, hodače, rekreativce... uz npr. ručak na Baškim Oštarijama).

Trebalo bi i osmisliti/prilagoditi atrakcije za jednu skupinu turista koja je u Karlobagu brojna i visoke platežne moći a koja još uvijek prolazi "ispod radara" – motoriste – npr. organizirati moto susret i iskoristiti Jadransku magistralu kao atrakciju, ali jednako tako i cestu prema Baškim Oštarijama koja također predstavlja neiskorišten potencijal.

2.1.4. Turističke usluge

Na području destinacije Karlobag u skladu sa popisom usluga u destinaciji sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu postoji spektar aktivnosti i proizvoda koji su namijenjeni posjetiteljima i turistima kako bi im se omogućilo ugodno, sigurno i bogato iskustvo tijekom putovanja i boravka u destinaciji.

Tablica 22 Pregled vrsta turističkih usluga u destinaciji Karlobag

vrsta usluge	
prijevoz	DA
organizacija putovanja i aranžmana	NE
vođenje i informiranje	NE (turistički vodiči, čuvari prirode)
suveniri i rukotvorine	DA
informativni centri i karte	DA (sezonalno)
ekološke ture, sudjelovanje u lokalnim projektima zaštite okoliša	DJELOMIČNO
turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu, u šumišumoposjednika i u ribolovnom turizmu	DA
najam opreme	DA

Izvor: sekundarno istraživanje

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag svojim posjetiteljima nudi elementarne vrste turističkih usluga, ali ne u opsegu kako je to određeno Zakonom o pružanju usluga u turizmu (Narodne novine 70/2021) poput usluga animatora, turističkih usluga u posebnim oblicima turističke ponude, najam opreme za šport i rekreaciju i dr. Nedostatak navedene ponude treba promatrati u potencijalu razvoja turističke aktivnosti kod privatnih subjekata jer sada većinu postojećih turističkih usluga osiguravaju zaposlenici Turističke zajednice i Općine dok privatni subjekti samo djelomično prepoznaju potencijal za razvoj privatnog poduzetništva u turizmu u smislu da osiguravaju osnovne usluge poput smještaja i prehrane, ali izostaju usluge poput turističkih

agencija, turističkih vodiča, animatora, najma opreme za šport i rekreaciju i dr. što bi im dugoročno moglo donijeti značajnu izravnu financijsku korist i povećati kvalitetu turističke usluge na destinaciji (na čemu treba raditi primarno edukacijom o potencijalima privatnog poduzetništva u turizmu).

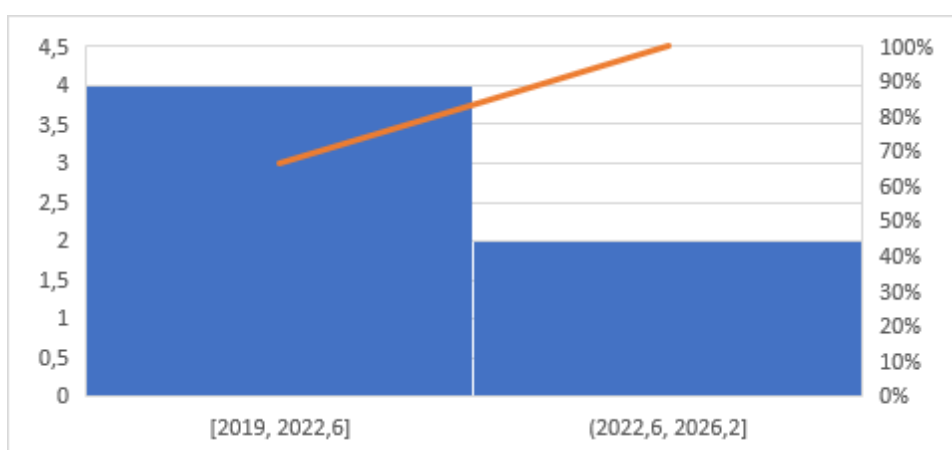
2.1.5. Obilježja turista u destinaciji - kvantitativni pokazatelji razvoja turizma

Analiza obilježja turista u destinaciji Karlobag obuhvatila je istraživanje različitih faktora koji opisuju profil turista i njihovo ponašanje na destinaciji. Analiza je provedena kako bi se turističkoj destinaciji pomoglo bolje razumjeti njene posjetitelje, prilagoditi ponudu i povećati zadovoljstvo turista.

Analiza stanja:

Za analizu broja dolazaka i posjetitelja te prosječnu duljinu boravka turista u destinaciji Karlobag analizirani su podaci iz eVisitora za razdoblje od 2019.– 2024. godine.

Graf 1 Trend dolazaka turista u destinaciju Karlobag (2019. – 2024.)



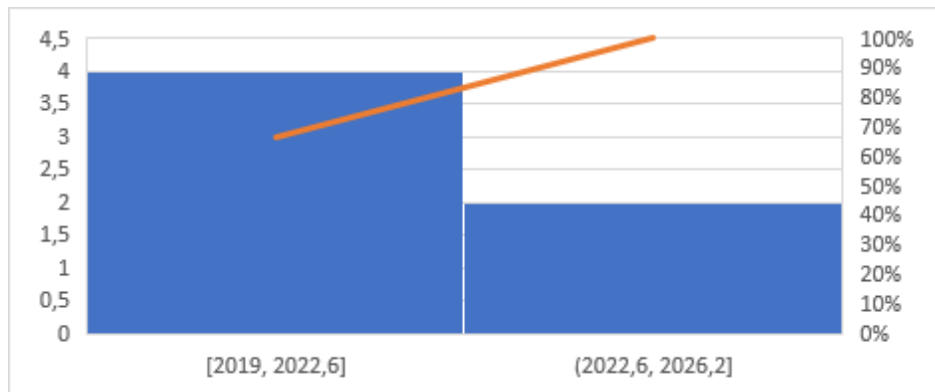
Srednja vrijednost dolazaka je 29.611 dok prosječan broj dolazaka u analiziranim godinama iznosi približno 29.611. Ova vrijednost je vrlo blizu 30.000, što znači da nema velikih odstupanja u većini godina.

Medijan (30.546 dolazaka) je nešto viši od srednje vrijednosti, što sugerira da postoji nekoliko nižih vrijednosti koje povlače prosjek prema dolje, a to ukazuje na blago negativnu asimetriju.

Standardna devijacija (6.809 dolazaka) ukazuje da postoji umjerena varijabilnost broja dolazaka između godina. Najniži broj dolazaka zabilježen je 2020. godine, što je očekivano zbog pandemijskih restrikcija. Najveći broj dolazaka bio je 2019. godine, prije nego što su globalni događaji utjecali na turizam. Lagana negativna zakrivljenost može ukazivati na pad broja dolazaka u 2020. godini, koja vuče distribuciju u lijevu stranu. Općenito, broj dolazaka pokazuje umjerenu varijabilnost, ali bez ekstremnih oscilacija osim u pandemijskoj godini. Dugoročno, prosjek broja dolazaka ne odstupa značajno od 30.000, što potvrđuje t-test.

Destinacija Karlobag je u promatranom razdoblju najveći broj noćenja ostvarila 2019. godine (38.315) dok je nakon pandemije COVID-19 virusom već u 2022. godini prešla brojku od 30.000 dolazaka.

Graf 2 Broj ostvarenih noćenja u destinaciji Karlobag (2019- 2024)



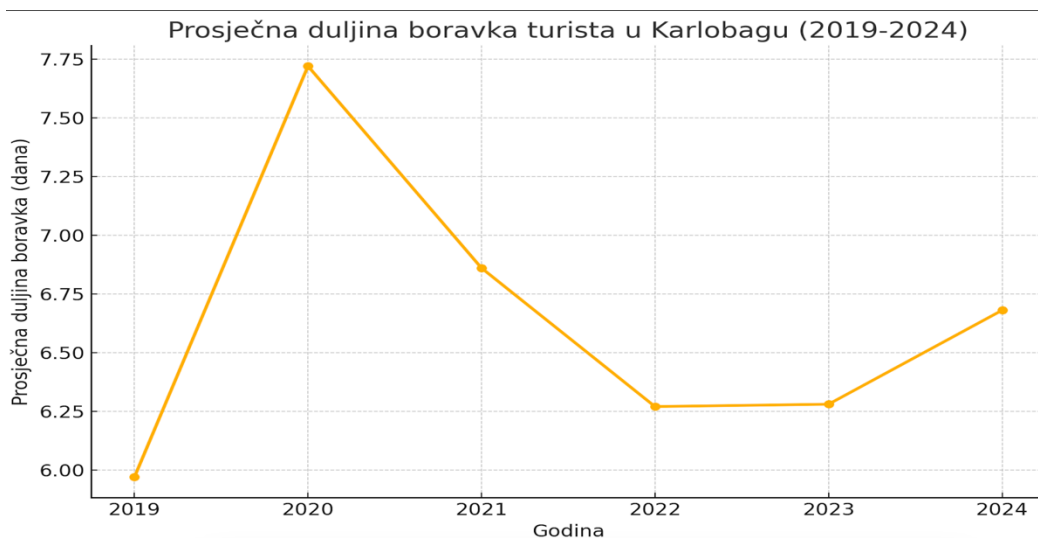
Kada se promatra broj noćenja vidljivi su slijedeći trendovi: prosječan broj noćenja u analiziranim godinama iznosi oko 195.160. Medijan (200.767 noćenja) je nešto viši od srednje vrijednosti, što znači da su podaci blago asimetrični i da postoji nekoliko nižih vrijednosti koje povlače prosjek prema dolje. Standardna devijacija (31.137 noćenja) ukazuje na umjerenu varijabilnost podataka, pri čemu su najveća odstupanja nastala zbog pandemijske 2020. godine. Varijanca potvrđuje da postoji značajna varijabilnost u podacima.

Najniži broj noćenja zabilježen je 2020. godine, što je očekivano zbog pandemije. Najviši broj noćenja bio je 2019. godine, prije nego što su pandemijske restrikcije utjecale na turizam.

Zakrivljenost nije ekstremna, ali postoji lagana negativna sklonost jer je 2020. godina značajno povukla broj noćenja prema dolje. Podaci nisu ekstremno različiti od normalne distribucije, ali postoji utjecaj godine s nižim noćenjima (2020.). P-vrijednost je relativno visoka, što znači da nema dovoljno dokaza za tvrdnju da se prosječan broj noćenja značajno razlikuje od 200.000.

Generalno, broj noćenja pokazuje umjerenu varijabilnost, ali ne postoje ekstremne oscilacije osim u pandemijskom razdoblju.

Graf 3 Prosječno trajanje boravka turista u destinaciji Karlobag (2019-2024)



Opći trendovi pokazuju da prosječna duljina boravka turista u Karlobagu varira kroz godine, što može biti posljedica različitih čimbenika, uključujući pandemiju, promjene u ponudi smještaja i promjene u ponašanju turista. **U 2020. godini zabilježena je najviša prosječna duljina boravka (7,72 dana).** Ovo se može objasniti specifičnostima pandemijske godine kada su mnogi turisti birali mirnije i manje popularne

destinacije za duži boravak, izbjegavajući masovni turizam i preferirajući sigurnost, kao i činjenice da su vlasnici objekata u destinaciji Karlobaga dio pandemije odlučili provesti izvan urbanih središta. Podaci iz **2019. (5,97 dana)** i **2022. (6,27 dana)** pokazuju nešto kraće prosječne duljine boravka u odnosu na ostale godine. U 2019. godini turizam se još uvijek oslanjao na uobičajene obrasce dolazaka i odlazaka, dok se 2022. mogla dogoditi stabilizacija i povratak kraćim posjetama nakon pandemije.

Od 2021. (6,86 dana) do 2024. (6,68 dana) vidi se relativna stabilizacija u prosječnoj duljini boravka turista. Čini se da je destinacija zadržala određeni dio dugoročnijih posjeta, što može biti rezultat poboljšane ponude ili promijenjenih navika putovanja. Iako su dulji boravci smanjeni u odnosu na 2020., period od 2022. do 2024. pokazuje da su prosječne duljine boravka ostale stabilne i ujednačene (oko 6,2 - 6,7 dana).

Kada se gore navedeni podaci usporede sa rezultatima istraživanja o stavovima i ponašanju turista **TOMAS Hrvatska 2022./2023.**, iz kojeg je vidljivo da prosječna duljina boravka turista na moru ljeti u Hrvatskoj iznosi približno **7 - 10 dana**, može se zaključiti da je navedeni prosjek nešto viši u odnosu na prosječnu duljinu boravka turista u Karlobagu koja se kreće oko **6,27 - 6,68 dana** za razdoblje 2022. - 2024. godina.

Ovo ukazuje da Karlobag ima nešto kraći prosječan boravak turista u odnosu na prosjek za obalu, što može biti povezano s ponudom smještaja, atrakcijama ili profilom turista.

Kada se promatra emitivno tržište sa kojeg dolazi najveći broj turista u destinaciju Karlobag, dominantni su turisti iz Njemačke i Poljske (preko 5.000 dolazaka) dok ih slijede Česi (preko 3.000 dolazaka). Turisti iz Hrvatske četvrti su po redu kada se promatra država dolaska, a od značajnih emitivnih tržišta koja prelaze 1.000 dolazaka godišnje su turisti iz Austrije, Slovačke i Slovenije. Ovakva struktura emitivnog tržišta gotovo u potpunosti odgovara podacima istraživanja **TOMAS 2022./2023.** prema kojem najveći broj posjetitelja na ljetni odmor u Hrvatsku dolazi iz Njemačke, Slovenije, Austrije i Češke (ovi gosti čine većinu ukupnih dolazaka tijekom ljetne sezone, posebno u priobalnim destinacijama).

Prema resursnoj osnovi Karlobaga, turisti bi prvenstveno trebali dolaziti iz **Njemačke, Austrije, Slovenije, Italije i Češke**. Razlozi su:

1. **Geografska blizina** (Slovenija, Italija, Austrija).
2. **Motociklistički turizam** – Popularan među gostima iz Njemačke, Austrije, Slovenije i Hrvatske
3. **Prirodne atrakcije** (Velebit i Jadranska obala) privlače avanturistički orijentirane turiste iz Češke i Poljske.

iz čega se može zaključiti da destinacija Karlobag velikoj mjeri svoju turističku ponudu plasira na odgovarajućim tržištima (eventualno bi trebala razmisliti pojačati aktivnosti na talijanskom tržištu).

Zaključno se može utvrditi da su turisti koji posjećuju Karlobag uglavnom ljudi koji žele miran ljetni odmor, avanturisti, ljubitelji prirode i motociklisti. Dolaze iz Njemačke, Austrije, Slovenije, Italije i Češke, tražeći kombinaciju morske i planinske ponude te da u destinaciji ostaju u prosjeku oko 6,5 dana. Njihove aktivnosti uključuju planinarenje po Velebitu, istraživanje kulturnih znamenitosti i opuštanje na lokalnim plažama. Također, Karlobag privlači one koji žele mirniji i autentičniji odmor u usporedbi s masovnim turizmom.

2.2 RESURSNA OSNOVA

Karlobag, smješten između Jadranskog mora i planine Velebit, posjeduje bogatu resursnu osnovu koja omogućuje razvoj raznovrsnih turističkih aktivnosti. Ključni elementi njegove resursne osnove uključuju:

1. **Prirodni resursi:**
 - **Planina Velebit:** Kao dio Parka prirode Velebit, pruža mogućnosti za planinarenje, speleologiju i promatranje bogate flore i faune.
 - **Jadranska obala:** Čiste i očuvane plaže idealne su za kupanje, ronjenje i druge morske aktivnosti.
2. **Kulturno-povijesna baština:**
 - **Sakralni objekti:** Kapucinski samostan i Crkva svetog Josipa iz 1712. godine te ostaci Crkve svetog Karla Boromejskog iz 1710. godine svjedoče o bogatoj povijesti mjesta.
 - **Fortica:** Ruševine srednjovjekovne utvrde iznad Karlobaga pružaju uvid u povijesnu važnost ovog područja.
3. **Gastronomska ponuda:**
 - Tradicionalna kuhinja temelji se na lokalnim namirnicama, pružajući autentično gastronomsko iskustvo.
4. **Prometna povezanost:**
 - Blizina autoceste A1 omogućuje laku dostupnost iz različitih dijelova Hrvatske i susjednih zemalja.

Ovi resursi čine Karlobag privlačnom destinacijom za turiste koji traže spoj prirodnih ljepota, kulturne baštine i autentičnog doživljaja.

Tablica 23 Prirodni i kulturni resursi koji trenutno nisu ili su djelomično u turističkoj funkciji a predstavljaju turistički potencijal destinacije Karlobag

Prirodna atrakcije	opis atrakcije	kategorija turističke važnosti
<i>Manje istraženi dijelovi planine Velebit</i>	Iako je Park prirode Velebit djelomično u turističkoj funkciji (Premužićeva staza, planinarenje), postoje područja koja su neiskorištena ili slabo istražena u smislu turističke valorizacije. Potencijali za speleološki turizam, trekking staze i edukativne ture	nacionalna
<i>Skrovite plaže i obalni pojas</i>	Plaže koje su izvan glavnih turističkih tokova i nemaju uređene sadržaje. Moguće valorizirati kroz ekoturizam, robinzonski turizam ili avanturističke sportove (kajakarenje, snorkeling).	lokalna
<i>Lokalna flora i fauna</i>	Mnoge vrste specifične za ovo područje nisu uključene u turističku ponudu, iako mogu biti atraktivne za edukativni turizam i specijalizirane ture za promatranje ptica i rijetkih biljaka.	lokalna
Kulturne atrakcije	Ruševine Fortice i starog Mediteranskog vrta Kava: Djelomično u turističkoj funkciji kao vidikovac, ali nedovoljno prezentirano kao kulturno-povijesna atrakcija. Potencijal za organizaciju kulturnih događanja, povijesnih rekonstrukcija ili umjetničkih izložbi.	lokalna
	Stare šterne (bunari) Kulturni spomenici koji predstavljaju dio tradicionalnog načina života, ali su u potpunosti izvan turističke funkcije.	lokalna

Mogu se uključiti u kulturne ture ili tematske rute kroz povijest Karlobaga.	
Napuštene seoske kuće i tradicijska arhitektura U okolnim selima nalaze se napuštene građevine koje bi se mogle revitalizirati kroz ruralni turizam ili kulturne radionice (npr. stari zanati i poljoprivreda).	lokalna
Lokalna nematerijalna baština: Običaji, narodne priče, tradicionalna glazba i ples koji nisu dovoljno promovirani. Mogu biti uključeni u kulturne manifestacije ili etnološke prezentacije za turiste.	lokalna

Za identifikaciju, klasifikaciju i vrednovanje atrakcija korišteni su različiti izvori (analiza dokumenata, internet stranica, turističke brošure...) te je ustanovljeno da je resursna osnova raznovrsna i time izvrsna baza za daljnji razvoj turizma s naglaskom na očuvani prirodno-antropogeni (mješoviti) krajobraz, očuvanu prirodu i bogatu kulturno-povijesnu baštinu.

Analiza stanja:

Cilj identifikacije prirodne i kulturne baštine koja ima potencijal turističke atrakcije je definirati ključnu "sirovinu" koju treba primjereno valorizirati, sustavno štititi i postupno unapređivati vodeći se pritom kriterijem razvojne održivosti. U destinaciji Karlobag vidljiva je polarizacija dviju komplementarnih kategorija turističkih atrakcija:

- prirodne atrakcije (plaže, Velebit),
- kulturno-povijesne atrakcije.

Prirodna baština koja bi trebala biti turistički valorizirana u destinaciji Karlobag je **Velebit** kroz potencijal za razvoj **aktivnog i ekoturizma** (speleologija, trekking, promatranje flore i faune) te organizaciju edukativnih i avanturističkih ruta kroz netaknuti krajolik. Uz Velebit trebalo bi valorizirati **čiste obale i skrovite plaže kroz razvoj ekoturističkih programa, robinzonskog turizma i vodenih sportova**.

Kulturna baština koja bi trebala biti turistički valorizirana su **Kapucinski samostan i Crkva svetog Josipa (1712.)** budući da se radi o unikatnoj sakralnoj baštini s povijesnim slikama, koja može biti uključena u **kulturne ture i vjerski turizam**. **Fortica i Mediteranski vrt Kava** (ruševine srednjovjekovne utvrde s predivnim pogledom na Jadran) mogu se obnoviti i koristiti za **kulturne manifestacije, umjetničke izložbe i povijesne rekonstrukcije**. **Šterne (kameni bunari)** predstavljaju važan dio lokalne tradicije i načina života i mogu se uključiti u **edukativne ture i tematske rute kroz povijest Karlobaga**.

Analizom su utvrđeni i elementi koji Karlobag čine posebnim u odnosu na konkurente:

- **Jedinstvena kombinacija planine i mora** - malo mjesta na Jadranu nudi takvu neposrednu povezanost dramatičnog planinskog krajolika (Velebit) i kristalno čistog mora.
- **Očuvana priroda i autentičnost** - Karlobag se nije pretvorio u masovno turističko odredište, što mu daje posebnu privlačnost za turiste koji traže mir, netaknutu prirodu i autentične doživljaje.
- **Potencijal za specijalizirani turizam** - idealno mjesto za motociklistički turizam, planinarenje i ruralni turizam.
- **Povoljan geografski položaj** - blizina nacionalnih parkova i važnih prometnih pravaca (autocesta A1).

Analizom je utvrđena još jedna prednost destinacije Karlobag koja postaje aktualna u 2025. godini - Karlobag pruža **izrazito dobar omjer cijene i kvalitete (value for money)** za specifične vrste turista:

- **Motociklisti, avanturisti i ljubitelji prirode** dobivaju mnogo u pogledu autentičnog iskustva, prirodnih ljepota i relativno niskih cijena smještaja i usluga.

- **Turisti u potrazi za kulturnom baštinom** mogu uživati u povijesnim lokalitetima i tradiciji koja nije narušena masovnim turizmom.

Ono što se pojavljuje kao problem je **nedovoljno razvijena infrastruktura i ograničena ponuda sadržaja** za klasične obalne turiste (kupanje, luksuzni smještaji, zabava) mogu smanjiti osjećaj vrijednosti za neke posjetitelje.

2.3. JAVNA TURISTIČKA INFRASTRUKTURA

Javna turistička infrastruktura izravno ili neizravno utječe na razvoj turizma i turističke ponude u funkciji dodane vrijednosti turističkih sadržaja pri čemu sekundarna infrastruktura često određuje kvalitetu turističkog doživljaja i može biti presudna za odabir destinacije.

Tablica 24 Pregled primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture destinacije Karlobag

PRIMARNA	SEKUNDARNA
Biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojila biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.): Ruta Karlobag- Baške Oštarije Obalna ruta Karlobag-Starigrad Ruta kroz Park prirode Velebit	Arheološka nalazišta Gradina – stari Vidovgrad s ostacima crkve sv. Vida: Višeslojni arheološki lokalitet datiran od prapovijesti do srednjeg vijeka, smješten na obroncima Drvišice iznad Karlobaga. Prapovijesna gradina Drvišica: Najveća prapovijesna gradina na primorskoj padini Velebita, s kontinuitetom naseljenosti od 8. stoljeća prije Krista do novog vijeka. Ostaci srednjovjekovnih utvrda i sakralnih objekata: U širem području Podgorja, uključujući Karlobag, evidentirane su utvrde, crkve i groblja iz razdoblja od 5. do 16. stoljeća.
Dvorci, utvrde i kurije Gradina – stari Vidovgrad s ostacima crkve sv. Vida: Višeslojni arheološki lokalitet s ostacima utvrde i crkve, datiran od prapovijesti do srednjeg vijeka, smješten na obroncima Drvišice iznad Karlobaga. Prapovijesna gradina Drvišica: Najveća prapovijesna gradina na primorskoj padini Velebita, s kontinuitetom naseljenosti od 8. stoljeća prije Krista do novog vijeka. Ostaci srednjovjekovnih utvrda i sakralnih objekata: U širem području Podgorja, uključujući Karlobag, evidentirane su utvrde, crkve i groblja iz razdoblja od 5. do 16. stoljeća.	Speleološki objekti Jama u Kukalinama: Ovaj speleološki objekt nalazi se oko 4,5 km sjeveroistočno od planirane vodospreme Karlobag. Kongresni centri - /
Povijesni spomenici i popratna infrastruktura Crkva sv. Karla Boromejskog: Izgrađena 1710. godine na temeljima crkve sv. Ivana. Teško oštećena tijekom savezničkog bombardiranja 1943. godine, a 1958. uklonjeni su njeni ostaci, osim zaštićenog tornja. Kapucinski samostan i crkva sv. Josipa: Samostan iz 1713. godine, značajan za duhovni i kulturni život Karlobaga. Ostaci utvrde "Fortica": Ruševine srednjovjekovne utvrde smještene iznad Karlobaga, pružaju uvid u obrambenu arhitekturu tog vremena. Spomenik Šimi Starčeviću: Podignut 2008. godine u čast poznatom hrvatskom jezikoslovcu, autoru prve hrvatske gramatike "Ricoslovice". Crkva Pohoda sv. Elizabete: Značajan sakralni objekt u Karlobagu. Fontana na izvoru potoka Ljubica: Kulturno dobro koje svjedoči o važnosti vodenih resursa za lokalnu zajednicu.	

Povijesna cesta Terezijana: Izgrađena krajem 18. stoljeća, povezivala je Karlobag s unutrašnjošću, značajna za prometni razvoj regije. Spomen obilježje Kubus: Spomenik iznad Baških Oštarija na Velebitu, posvećen izgradnji ceste Karlobag – Gospić, poznat i kao "kocka" ili "Ura". Arheološki lokalitet Gradina-Vidovgrad s ostacima crkve sv. Vida: Lokalitet koji pruža uvid u srednjovjekovnu sakralnu arhitekturu Podvelebitskog primorja. Zgrada škole iz 1875. godine: Izgrađena zalaganjem baruna Mollinarya, bila je najimpozantnija građevina u Karlobagu tog vremena.	
Odmorišta i vidikovci Vidikovac Kubus (Ura) smješten iznad Baških Oštarija na Velebitu, ovaj spomenik poznat kao "Kubus" ili "Kocka" pruža panoramski pogled na Jadransko more i okolne planine. Odmorište Terezijana: dio povijesne ceste izgrađene krajem 18. stoljeća koja je povezivala Karlobag s unutrašnjošću. Na ovoj ruti postoje odmorišta s kojih se pružaju prekrasni pogledi na krajolik. Vidikovac na Fortici: ruševine srednjovjekovne utvrde iznad Karlobaga pružaju pogled na grad i Jadransko more. Odmorište uz Premužićevu stazu: popularna planinarska staza na Velebitu s nekoliko odmorišta i vidikovaca koji nude pogled na planinske vrhove i more.	Parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture koje nisu kategorizirane kao javne ceste /
Kamp odmorišta - /	Javni sanitarni čvorovi
Planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti (domovi, kuće, skloništa) Staza Karlobag – Baške Oštarije (br. 61): Ova staza povezuje obalni grad Karlobag s planinskim naseljem Baške Oštarije. "Bablji put" kroz Ivanovu dragu: Ova staza vodi kroz Ivanovu dragu, dijelom šumskim putem, a kasnije dobro vidljivom stazom poznatom kao "Bablji put". Planinarski dom Prpa: Smješten u blizini Baških Oštarija, ovaj planinarski dom pruža smještaj i odmor planinarima koji istražuju Velebit. Planinarsko sklonište na Prpića poljani: Ovo sklonište nalazi se na Prpića poljani, koja je poznata po svojoj nevjerojatnoj ljepoti i spoju morskog i planinskog krajolika.	Sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma Nogometno igralište NK Karlobag: Domaći teren Nogometnog kluba Karlobag. Sportska dvorana Osnovne škole Karlobag: Koristi se za školske aktivnosti i razne sportske događaje. Košarkaško igralište Karlobag: Vanjsko igralište za košarku, otvoreno za javnost.
Pješačke trekking staze i staze dugog hodanja- /	Rodne kuće poznatih osoba
Poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze Poučna staza Terezijana Premužićeva staza Planinarska staza Karlobag – Baške Oštarije (br. 61) Tematska ribarska šetnica	/
Staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke	
Info ploče i turistička signalizacija postavljene prema glavnim atrakcijama	
Interpretacijski centri / centri za posjetitelje - /	
Vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija /	

Sekundarna turistička infrastruktura doprinosi kvaliteti boravka turista i služi kao podrška te obuhvaća različite sadržaje koji upotpunjuju turističko iskustvo i omogućuju duži, ugodniji i sigurniji boravak turista.

Analiza stanja:

Sekundarna turistička infrastruktura u Karlobagu ima značajan utjecaj na ukupnu turističku ponudu mjesta. Ponuda restorana, kafića i drugih ugostiteljskih objekata u Karlobagu zadovoljava osnovne potrebe turista. Međutim, postoji prostor za diversifikaciju ponude kroz uvođenje tradicionalnih jela i specijaliteta, što bi obogatilo gastronomski doživljaj posjetitelja. Sekundarna infrastruktura, poput trgovina, sportskih objekata i kulturnih sadržaja je prisutna ali ograničena. Razvoj dodatnih sadržaja, kao što su biciklističke staze, kulturne manifestacije i slične aktivnosti, mogao bi povećati atraktivnost destinacije.

Sekundarna turistička infrastruktura u Karlobagu pruža solidnu osnovu za razvoj turizma, ali postoji značajan prostor za unapređenje. Fokus na diversifikaciju smještajnih kapaciteta, obogaćivanje ugostiteljske ponude, poboljšanje prometne povezanosti i razvoj dodatnih sadržaja može doprinijeti povećanju konkurentnosti Karlobaga kao turističke destinacije

Analizom je otvrđeno da destinacija Karlobag gotovo u potpunosti ispunjava potrebe turista koji borave u morskim destinacijama a koji prema istraživanju Instituta za turizam "TOMAS Hrvatska 2022./2023.", najviše uživaju u sljedećim aktivnostima:

- **Kupanje i sunčanje:** Ove aktivnosti su među najpopularnijima, s visokim udjelom sudjelovanja među turistima.
- **Posjećivanje kulturno-povijesnih znamenitosti:** Mnogi turisti iskazuju interes za istraživanje lokalne kulturne baštine i povijesti.
- **Gastronomija:** Uživanje u lokalnoj kuhinji i posjećivanje restorana su također među omiljenim aktivnostima.
- **Odlazak na izlete:** Značajan broj turista sudjeluje u samostalno organiziranim izletima, dok manji postotak koristi usluge turističkih agencija za organizirane izlete.[HTZ](#)
- **Rekreativne aktivnosti:** Aktivnosti poput pješaćenja, planinarenja i biciklizma također su popularne među posjetiteljima priobalnih destinacija.

Ono što bi se moglo pokazati kao izvrsno rješenje za povećanje broja dolazaka i noćenja te zadovoljstvo turista u destinaciji Karlobag je kombiniranje aktivnosti poput opuštanja na plaži s kulturnim i rekreativnim sadržajima te bi destinacija trebala razmišljati u navedenom smjeru.

2.4. KOMUNALNA INFRASTRUKTURA

Komunalna infrastruktura tehnički je element ali i važan dio održivog razvoja turizma koji ima ključnu ulogu u razvoju i održavanju turističkih destinacija.

Analiza stanja:

2.4.1. Energetska infrastruktura

Opskrba električnom energijom u Karlobagu dio je šire distribucijske mreže koju upravlja HEP ODS Distribucijsko područje Elektrolika Gospić, pod čijom nadležnošću je i Karlobag, bilježi visok prosječni godišnji porast vršnog opterećenja, što ukazuje na rastuće potrebe za električnom energijom u regiji.

Plinska infrastruktura:

Informacije o postojećoj plinskoj mreži u Karlobagu nisu dostupne, što sugerira da područje nije povezano na nacionalni plinski sustav. Stanovništvo i poslovni subjekti koriste alternativne izvore energije za grijanje i industrijske potrebe (obnovljivi izvori energije, vjetroelektrana).

Obnovljivi izvori energije:

Iako nema specifičnih podataka o korištenju obnovljivih izvora energije u Karlobagu, nacionalna strategija potiče razvoj takvih projekata. Lokalne inicijative za korištenje solarne energije ili manjih hidroelektrana mogle bi doprinijeti održivom razvoju energetskeg sektora u općini.

Poduzetnička zona Porat:

Planirana poduzetnička zona u Lukovu Šugarju, unutar općine Karlobag, predviđa energetske infrastrukturu koja uključuje prometnice, telefonsku i internetsku mrežu. Međutim, vodoopskrbna infrastruktura i sustavi odvodnje još nisu razvijeni.

Analiza stanja:

Energetska infrastruktura u Karlobagu zadovoljava trenutne potrebe, ali rastuće opterećenje i planirani gospodarski razvoj zahtijevaju daljnja ulaganja i modernizaciju kako bi se osigurala pouzdana i učinkovita opskrba energijom.

2.4.2. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Karlobag, smješten na obali Jadranskog mora, posjeduje osnovnu telekomunikacijsku infrastrukturu koja omogućuje stanovnicima i posjetiteljima pristup telekomunikacijskim uslugama. Međutim, dostupnost i kvaliteta širokopojsnog interneta mogu varirati ovisno o lokaciji unutar općine.

Širokopojsni pristup:

Prema dostupnim informacijama, u općini Karlobag postoji potreba za unapređenjem širokopojsne infrastrukture kako bi se osigurala veća brzina i pouzdanost internetske veze.

Analiza stanja:

Iako Karlobag posjeduje osnovnu telekomunikacijsku infrastrukturu, postoji prostor za unapređenje, posebno u pogledu širokopojsnog pristupa internetu. Preporučuje se provjeriti dostupnost naprednijih usluga poput optičkog interneta kod pružatelja usluga te pratiti planove lokalnih vlasti i telekomunikacijskih kompanija za buduća ulaganja u infrastrukturu.

2.4.3. Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba i odvodnja u općini Karlobag ključne su komunalne usluge koje osiguravaju kvalitetu života stanovnika i posjetitelja.

Vodoopskrba:

Do 31. ožujka 2025., za vodoopskrbu u općini Karlobag bilo je nadležno komunalno poduzeće **Crno Vrilo d.o.o.**, sa sjedištem u Karlobagu. Ovo poduzeće pružalo je usluge javne vodoopskrbe i odvodnje na području općine.

Međutim, sukladno Zakonu o vodnim uslugama iz 2019. godine i Uredbi o uslužnim područjima iz srpnja 2023., došlo je do reorganizacije vodno-komunalnog sektora u Hrvatskoj. Tako je dok je od 1. travnja 2025. navedeno poduzeće prestalo postojati i od tada istim upravlja poduzeće Hrvatsko primorje d.o.o. koje je preuzelo nadležnost nad vodoopskrbom i odvodnjom za gradove Senj, Rab, Pag i Novalju te općine

Karlobag, Lopar, Kolan i Povljanu. Ova integracija ima za cilj ujednačiti kvalitetu usluga i cijene vodnih usluga na širem području.

Odvodnja:

Prema dostupnim podacima, planira se izgradnja mreže odvodnje otpadnih voda iz domaćinstava, što ukazuje na potrebu za unapređenjem ove infrastrukture.

Analiza stanja:

Općina Karlobag prolazi kroz proces integracije svojih vodnih usluga u veći regionalni sustav, što bi trebalo rezultirati poboljšanjem kvalitete i pouzdanosti vodoopskrbe i odvodnje. Unatoč izazovima u prošlosti, očekuje se da će ova reorganizacija donijeti pozitivne promjene za stanovnike i posjetitelje općine.

2.4.4. Gospodarenje otpadom

Općina Karlobag je donijela Plan gospodarenja otpadom za razdoblje od 2017. do 2022. godine, s ciljem uspostave održivog sustava gospodarenja otpadom. Plan je obuhvaćao mjere poput sprječavanja nastanka otpada, odvojenog prikupljanja, izgradnje reciklažnih dvorišta i edukacije stanovništva.

2.5. PROMETNA INFRASTRUKTURA

Karlobag se nalazi na obali Jadranskog mora, na prometnom koridoru koji spaja kontinentalni dio Hrvatske s priobaljem. Smješten je između Senja na sjeveru i Starigrada (Paklenica) na jugu, te predstavlja jedno od najvažnijih pristupnih točaka prema Velebitu i planinskim naseljima poput Baških Oštarija.

Tablica 25 Glavni elementi koji čine prometnu povezanost destinacije Karlobag

VRSTA PROMETNE POVEZANOSTI	OBJAŠNENJE
Cestovni promet	Jadranska magistrala (D8): Ključna prometnica koja povezuje Karlobag s ostalim priobalnim destinacijama. Cesta D25: Povezuje Karlobag s unutrašnjošću Hrvatske preko Baških Oštarija prema Gospiću i autocesti A1 (Zagreb - Split). Pristup Velebitu: Cesta D25 omogućuje direktan prilaz planinskim područjima i Premužićevoj stazi, što je važno za planinare i ljubitelje prirode.
Pomorski promet	Blizina trajektnih linija: Iako Karlobag nema značajnu trajektnu luku, u blizini se nalazi trajektno pristanište Prizna (povezuje kopno s otokom Pagom)
Autobusni promet	Postoji autobusna linija koja povezuje Karlobag s većim gradovima u Hrvatskoj, no ona je ograničena u frekvenciji i ponudi, posebno izvan turističke sezone.
Zračni promet	Najbliže zračne luke su Zračna luka Zadar (oko 100 km) i Zračna luka Rijeka (oko 130 km), koje su dostupne putem cestovne povezanosti.
Željeznički promet	Karlobag nema izravnu željezničku povezanost. Najbliža željeznička stanica je u Gospiću, a od tamo se nastavlja cestovnim prometom do Karlobaga.

Destinacija Karlobag je prometno povezana s ostatkom Hrvatske prvenstveno cestovnim putem. Kroz mjesto prolazi državna cesta DC8 (Jadranska magistrala), koja povezuje Karlobag s Rijekom na sjeveru i Zadrom na jugu. Također, državna cesta DC25 spaja Karlobag s Gospićem i dalje prema unutrašnjosti Hrvatske. Najbliži priključak na autocestu A1 nalazi se kod Gospića, otprilike 40 km od Karlobaga, što omogućuje bržu povezanost s većim gradovima poput Zagreba i Splita.

2.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE

Analiza stanja digitalizacije u Karlobagu pokazuje da se poduzimaju određeni koraci prema unapređenju digitalnih vještina i alata. Trenutno nema specifičnih podataka o razini digitalizacije u Karlobagu, posebno u kontekstu turizma. Međutim, inicijative na razini Ličko-senjske županije, kojoj Karlobag pripada, ukazuju na napore u unapređenju digitalne infrastrukture i usluga. Plan razvoja Ličko-senjske županije za razdoblje do 2027. godine uključuje mjere poput uvođenja širokopojasnog interneta i razvoja digitalnih usluga u sklopu koncepta "pametnih gradova i sela" pa je za očekivati da će se u narednom razdoblju razina digitalizacije podići na višu razinu.

2.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije

Destinacija Karlobag, kao i mnoge druge ruralne sredine, suočava se s izazovima i mogućnostima u razvoju digitalne infrastrukture.

Analiza stanja:

Analizom stanja utvrđeno je sljedeće:

Tablica 26 Izazovi i mogućnosti u razvoju digitalne infrastrukture za destinaciju Karlobag

IZAZOVI	
Nedostatak osnovne digitalne infrastrukture	Karlobag, kao manja destinacija unutar Ličko-senjske županije, nema razvijenu digitalnu infrastrukturu kao veći gradovi. Nedostatak širokopojasnog interneta u nekim dijelovima destinacije, osobito u ruralnim područjima.
Nedovoljna digitalna pismenost	Dio lokalnog stanovništva, pogotovo starije populacije, nije digitalno pismen, što otežava usvajanje novih tehnologija. Potrebna je dodatna edukacija za turističke djelatnike i lokalne poduzetnike.
Financijski izazovi	Čena sredstva lokalne vlasti za ulaganja u digitalnu infrastrukturu. Nedostatak poticajnih programa ili subvencija za digitalizaciju usluga u turizmu.
Sezonalnost turizma	Karlobag je destinacija čiji turizam uvelike ovisi o ljetnoj sezoni, što može otežati motivaciju za cjelogodišnja ulaganja u digitalizaciju.
MOGUĆNOSTI	
Uvođenje pametnih tehnologija za turizam	Razvoj pametnih sustava za upravljanje prometom i parkingom. Digitalne informacije za posjetitelje putem aplikacija ili pametnih panela.
Poboljšanje dostupnosti širokopojasnog interneta	Provođenje inicijativa za razvoj brzog interneta u suradnji s nacionalnim i europskim fondovima.
Digitalni marketing i promocija destinacije	Kreiranje digitalnih vodiča, virtualnih tura i interaktivnih karata koje bi povećale vidljivost i atraktivnost destinacije. Jače prisustvo na društvenim mrežama i specijaliziranim platformama za turizam.
Poticanje digitalizacije lokalnih poduzeća:	Edukacija lokalnih poduzetnika o korištenju digitalnih alata za promociju i prodaju proizvoda i usluga. Razvoj e-commerce platformi za lokalne proizvode.
Iskorištavanje fondova i programa	Pristup EU fondovima za digitalizaciju i modernizaciju turističke ponude. Partnerstva s privatnim sektorom za ulaganje u digitalnu infrastrukturu.

2.6.1.1. Digitalna povezanost

Kao i brojne druge jedinice lokalne samouprave u Hrvatskoj i destinacija Karlobag se suočava sa različitim izazovima i prilikama u području digitalne povezanosti, koja jednom kada se u potpunosti implementira

može znatno unaprijediti kvalitetu života, poslovnu konkurentnost i dostupnost usluga mještanima destinacije.

Analiza stanja:

Analiza trenutne digitalne povezanosti destinacije Karlobag i usluga koje ona pruža stanovnicima i turistima obuhvaća nekoliko ključnih aspekata.

Tablica 27 Ključni aspekti digitalne povezanosti destinacije Karlobag

Digitalne usluge za građane i turiste	Službene web stranice: Općina Karlobag ima službenu web stranicu koja pruža osnovne informacije o općini, njenoj povijesti, ustrojstvu i kontaktima. Dostupni su dokumenti poput proračuna, odluka i prostornog plana.
	Turističke informacije: Turistička zajednica općine Karlobag aktivna je na društvenim mrežama, poput Facebooka, gdje objavljuje informacije o edukacijama iz digitalnog marketinga i provodi ankete o zadovoljstvu turista.
Infrastruktura i povezanost	Širokopojasni pristup: Postoje planovi za razvoj širokopojasnog pristupa na području općine Karlobag, što je ključan preduvjet za povećanje korištenja suvremenih usluga temeljenih na informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji.
Digitalni marketing i promocija	Edukacije i ankete: Turistička zajednica provodi edukacije o digitalnom marketingu i ankete o zadovoljstvu turista, što ukazuje na napore u poboljšanju digitalne promocije destinacije.
Strategija razvoja	U strateškim dokumentima općine Karlobag naglašava se razvoj održivog turizma i poljoprivrede u sinergiji s turizmom, uz potencijalnu integraciju digitalnih rješenja za poboljšanje usluga.

2.6.1.2. Pametni grad i destinacija

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag kontinuirano radi na digitalizaciji destinacije u cjelini i ima velik potencijal postati pametni grad (smartcity) i atraktivna destinacija kroz primjenu digitalnih tehnologija koje mogu unaprijediti kvalitetu života stanovnika, privući turiste i podupirati održivi razvoj ali i značajno razviti turizam.

Za postizanje navedenog potrebno je poboljšati digitalnu infrastrukturu posebno u ruralnim dijelovima destinacije i onim dijelovima u kojima se nalaze glavne atrakcije.

Postizanje statusa pametne destinacije zahtjevat će vrijeme i sredstva te strateško određenje u navedenom smjeru (detaljnije upute o načinu postizanja navedenog vidjeti u preporukama).

2.6.1.3. Sustavi za upravljanje odnosima s turistima

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag sukladno aktualnoj razvojnoj fazi turizma ne koristi CRM sustave, ali bi joj isti mogli biti korisni u planskom razvoju turizma i upravljanjem turističkim kretanjima u skladu sa postavljenim turističkim i razvojnim ciljevima.

2.6.1.4. Online rezervacijski sustavi

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag trenutačno ne koristi objedinjeno online rezervacijske sustave, ali bi isti bili izuzetno korisni, posebno alat za upravljanje turističkom ponudom.

Za sada se u destinaciji od strane privatnih iznajmljivača koriste samo alati za rezervaciju smještaja (Booking.com, Airbnb i ostale slične platforme).

2.6.1.5. Edukacija i digitalne vještine

Analiza dostupnih informacija pokazuje da su aktivnosti vezane uz edukaciju i razvoj digitalnih vještina u Karlobagu prisutne, ali ograničene. Prema školskom kurikulumu Osnovne škole Karlobag za školsku godinu 2021./2022., jedan od ciljeva je razvijanje i usavršavanje digitalnih vještina kod učenika.

Međutim, osim navedenog, nisu pronađeni dodatni javno dostupni podaci o organiziranim edukacijama ili programima za razvoj digitalnih vještina u Karlobagu tijekom 2022. i 2023. godine. Moguće je da su takve aktivnosti provedene, ali nisu javno objavljene ili dokumentirane na internetu.

Provođenje edukacije o digitalnim vještinama u Karlobagu kada je u pitanju razvoj turizma ima nekoliko važnih razloga:

1. Povećanje konkurentnosti destinacije:

Karlobag je manja turistička destinacija koja se natječe s većim i poznatijim turističkim odredištima.

Korištenje digitalnih alata može pomoći lokalnim poduzetnicima i turističkim djelatnicima da bolje promoviraju svoje usluge i sadržaje putem društvenih mreža, online oglašavanja i platformi za rezervaciju smještaja.

2. Poboljšanje korisničkog iskustva za turiste:

Mnogi turisti danas traže informacije online prije dolaska na destinaciju.

Digitalni alati poput mobilnih aplikacija, interaktivnih karata i digitalnih vodiča mogu pomoći turistima u boljem snalaženju i uživanju u Karlobagu.

Omogućavanje jednostavnog pristupa informacijama (smještaj, restorani, događaji) povećava zadovoljstvo posjetitelja.

3. Bolja komunikacija između općine i turista:

Digitalne platforme omogućuju općini da brže i učinkovitije komunicira s turistima.

Putem digitalnih kanala može se bolje pratiti povratna informacija od posjetitelja i prilagoditi ponuda prema njihovim potrebama i očekivanjima.

4. Poticanje poduzetništva i zapošljavanja:

Edukacija o digitalnim vještinama omogućava lokalnim poduzetnicima da razviju svoje usluge i proizvode te ih promoviraju na širem tržištu.

Kroz digitalizaciju poslovanja, mogu se stvoriti nove mogućnosti za zapošljavanje i ekonomski rast.

5. Integracija u pametne destinacije:

Uvođenje pametnih rješenja (smartrtourism) uključuje digitalizaciju različitih aspekata turizma, uključujući marketing, analitiku posjetitelja i upravljanje prometom.

Edukacija o digitalnim vještinama omogućava lokalnoj zajednici da se bolje prilagodi takvim trendovima i učinkovitije koristi digitalne alate.

6. Prilagodba suvremenim trendovima u turizmu:

Digitalne vještine nisu više dodatak, već nužnost u modernom turizmu.

Globalni turizam se ubrzano digitalizira, a destinacije koje se ne prilagode mogu ostati nevidljive ili manje atraktivne za nove generacije turista.

7. Bolje upravljanje kriznim situacijama:

Digitalni alati omogućuju brzo informiranje i komunikaciju u slučaju hitnih situacija, poput loših vremenskih uvjeta ili pandemije.

Također, omogućuju fleksibilnije poslovanje u slučaju promjena ili izazova koji utječu na turizam.

2.6.1.6. Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga

Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga u turizmu ključna je za stvaranje konkurentne i održive turističke destinacije. Korištenje tehnologije za povezivanje različitih subjekata u turističkom sektoru omogućuje bolje upravljanje resursima, efikasniju promociju i bolju uslugu za posjetitelje.

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag trenutno ne koristi benefite koje turizmu donosi digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga, a koja bi u turističkoj destinaciji poput Karlobaga donijela brojne prednosti, ali i izazove koje je potrebno adresirati za uspješnu implementaciju.

Tablica 28 Prednosti i izazovi digitalne integracije u destinaciji Karlobag

PREDNOSTI	IZAZOVI
Poboljšano korisničko iskustvo: Implementacija digitalnih tehnologija omogućuje turistima jednostavnije planiranje i rezervaciju aktivnosti prije dolaska, što im pruža osjećaj sigurnosti i dobrodošlice.	Kompleksnost implementacije: Digitalni marketing i integracija novih tehnologija zahtijevaju specifične vještine koje nisu nužno prisutne u svim turističkim subjektima, što može otežati provedbu digitalne transformacije.
Personalizacija ponude: Korištenjem digitalnih alata, hoteli i turističke agencije mogu prikupljati podatke o preferencijama gostiju te im ponuditi prilagođene aktivnosti i sadržaje, čime se povećava njihovo zadovoljstvo i lojalnost.	Infrastrukturna ograničenja: U ruralnim područjima, poput Karlobaga, može postojati nedostatak tehnološke infrastrukture potrebne za implementaciju naprednih digitalnih rješenja, što može ograničiti mogućnosti digitalne integracije.
Efikasnost poslovanja: Digitalizacija procesa, poput online rezervacija i plaćanja, smanjuje operativne troškove i ubrzava poslovanje, omogućujući turističkim subjektima učinkovitije upravljanje resursima.	Sigurnosni rizici: Povećana digitalizacija donosi i veće rizike od cyber napada i zaštite privatnosti podataka, što zahtijeva dodatne mjere sigurnosti i edukaciju zaposlenika.
Održivi razvoj: Digitalne tehnologije omogućuju bolje upravljanje resursima, smanjenje otpada i efikasnije korištenje energije u turističkim objektima, što doprinosi održivom turizmu.	Otpor prema promjenama: Neki zaposlenici ili lokalna zajednica mogu pokazivati otpor prema uvođenju novih tehnologija zbog straha od nepoznatog ili gubitka radnih mjesta, što može usporiti proces digitalne transformacije.

2.6.2. Sigurnost i privatnost

Sigurnost i privatnost su ključni elementi koji oblikuju iskustvo turista.

Analiza stanja:

Karlobag je općenito poznat kao sigurna destinacija za posjetitelje. Međutim, postoje određeni aspekti sigurnosti i privatnosti koji zahtijevaju pažnju.

Sigurnost:

Policija Ličko-senjske županije provodi redovite akcije kako bi smanjila broj prometnih nesreća i povećala sigurnost na cestama te općenito osigurala sigurnost na destinaciji. Posebna pažnja posvećuje se vozačima motocikala, s obzirom na povećan broj nesreća u toj kategoriji.

Sigurnost na destinaciji Karlobag održavai komunalni redar Općine Karlobag.

Nema dostupnih informacija koje bi ukazivale na specifične probleme vezane uz privatnost podataka u Karlobagu. Međutim, važno je napomenuti da tvrtke koje posluju u Hrvatskoj, uključujući turističke agencije i pružatelje smještaja, moraju poštivati Opću uredbu o zaštiti podataka (GDPR). To uključuje prikupljanje, obradu i pohranu osobnih podataka gostiju na zakonit i transparentan način, uz osiguranje odgovarajućih tehničkih i organizacijskih mjera za zaštitu tih podataka.

2.6.2.1. Kibernetička sigurnost

Osiguranje kibernetičke sigurnosti ključno je za zaštitu osobnih podataka turista i održavanje povjerenja u turističku ponudu.

Analiza stanja:

Procjena trenutnog stanja kibernetičke sigurnosti u Karlobagu suočava se s ograničenjima zbog nedostatka specifičnih informacija o lokalnoj digitalnoj infrastrukturi i implementiranim sigurnosnim mjerama. Međutim, na nacionalnoj razini, Hrvatska je prepoznala važnost kibernetičke sigurnosti te je usvojila Nacionalnu strategiju kibernetičke sigurnosti i pripadajući Akcijski plan za njezinu provedbu.

2.6.2.2. Usklađenost s regulativama

Destinacija Karlobag, kao dio Republike Hrvatske i Europske unije, obavezna je poštovati odredbe Opće uredbe o zaštiti podataka (GDPR). Ova regulativa osigurava zaštitu osobnih podataka i privatnosti građana EU, uključujući turiste koji posjećuju Karlobag.

Analiza stanja:

GDPR se aktivno primjenjuje u svim organizacijama u destinaciji Karlobag koje obrađuju osobne podatke građana EU. Zakonska obveza komunicirana je i na subjekte koji pružaju usluge u turizmu na koje jedinica lokalne samouprave ima samo savjetodavan ne i kontrolni utjecaj.

2.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM

Pristupačnost destinacije za osobe s invaliditetom je važan aspekt u stvaranju inkluzivnog turizma. Destinacija Karlobag je smještena u prirodnom okruženju u kojem topografske karakteristike destinacije na kojem su smještene glavne turističke atrakcije dijelom onemogućavaju osiguravanje cjelovite pristupačnosti. Destinacija, međutim, u najvećoj dostupnoj mjeri osigurava pristupačnost osobama s invaliditetom jer razumije da pristupačnost turističkih sadržaja može značajno povećati atraktivnost destinacije i omogućiti uključivanje osoba s različitim vrstama invaliditeta. Pristupačnost turističke destinacije osobama s invaliditetom važna je iz nekoliko ključnih razloga:

Društvena pravednost i inkluzivnost:

Svi ljudi, bez obzira na njihove fizičke, senzorne ili mentalne mogućnosti, imaju pravo uživati u turističkim iskustvima.

Osiguravanje pristupačnosti pokazuje odgovornost destinacije prema načelima jednakosti i poštovanja ljudskih prava.

Širenje tržišta i ekonomska korist:

Osobe s invaliditetom čine značajan dio svjetske populacije (preko milijardu ljudi prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji).

Ova populacija često putuje s obitelji, prijateljima ili asistentima, što znači dodatni prihod za destinaciju.

Pristupačnost privlači širu publiku i povećava konkurentnost destinacije na globalnom tržištu.

Poboljšanje kvalitete usluge za sve posjetitelje:

Infrastruktura prilagođena osobama s invaliditetom (npr. rampe, liftovi, audio opisi) također koristi starijim osobama, obiteljima s dječjim kolicima i svima s privremenim ograničenjima u mobilnosti.

Bolja pristupačnost često dovodi do općeg poboljšanja kvalitete usluge i zadovoljstva gostiju.

Prilagođavanje zakonodavnim zahtjevima:

U mnogim zemljama, uključujući članice Europske unije, postoje zakoni i standardi koji zahtijevaju prilagodbu turističkih usluga za osobe s invaliditetom.

Nepridržavanje zakonskih odredbi može rezultirati kaznama ili gubitkom dozvola za rad.

Jačanje reputacije destinacije:

Destinacije koje se aktivno zalažu za inkluzivni turizam često uživaju bolju reputaciju i pozitivniji imidž na globalnom tržištu.

Zadovoljni posjetitelji skloni su preporučiti destinaciju drugima, što pomaže promociji i izgradnji brenda.

Održivi turizam i društvena odgovornost:

Pristupačnost je jedan od ključnih principa održivog turizma.

Odgovoran pristup prema svim skupinama posjetitelja doprinosi održivom razvoju destinacije.

2.7.1. Fizička pristupačnost

Na nacionalnoj razini, Hrvatska je usvojila Europski akt o pristupačnosti koji postavlja minimalne zahtjeve za pristupačnost ključnih proizvoda i usluga, uključujući aspekte fizičke pristupačnosti. Međutim, implementacija ovih standarda može varirati među lokalnim zajednicama. Procjena fizičke pristupačnosti Karlobaga za osobe s invaliditetom suočava se s ograničenjima zbog nedostatka specifičnih informacija o prilagodbi infrastrukture u tom području.

Analiza stanja:

Glavnina turističke infrastrukture destinacije Karlobag je fizički pristupačna, međutim, postoje specifičnosti zbog kojih ista nije u potpunosti prilagođena osobama s invaliditetom a koja se može sažeti u slijedeće izazove:

- **Topografske prepreke:** Karlobag karakteriziraju brdoviti tereni, neravne ceste i staze, što može otežati pristup osobama s invaliditetom ili smanjenom pokretljivošću.
- **Nedostatak financijskih resursa:** manje turističke destinacije poput Karlobaga zbog ograničenosti resursa mogu imati slabije razvijen infrastrukturni pristup za osobe s invaliditetom, uključujući nedostatak rampi, dizala, širokih vrata, WC-a prilagođenih osobama s invaliditetom i drugih prilagodbi.

- **Ograničeni turistički sadržaji za osobe s invaliditetom:** prirodne atrakcije mogu biti fizički nepristupačne za osobe u invalidskim kolicima ili one s drugim mobilnim izazovima, kao i za osobe sa senzornim ili kognitivnim poteškoćama.

Iako je Općina Karlobag izrazila nastojanje da osigura pristupačnost svojih usluga za osobe s invaliditetom, detalji o konkretnim mjerama ili stanju fizičke infrastrukture nisu dostupni.

2.7.2. Komunikacijska pristupačnost

Hrvatska je usvojila Europski akt o pristupačnosti, koji postavlja minimalne zahtjeve za pristupačnost ključnih proizvoda i usluga, uključujući komunikacijske aspekte, međutim, procjena komunikacijske pristupačnosti Karlobaga za osobe s invaliditetom suočava se s ograničenjima zbog nedostatka specifičnih informacija o prilagodbi komunikacijskih sredstava i usluga u toj destinaciji.

Dostupnost turističkih informacija na prilagođenim medijima (Braillovo pismo, zvučni zapisi i sl.) trenutno nije dostupna opcija, ali su web stranice općine i turističke zajednice i ostalih važnijih institucija optimizirane za čitače zaslona i dostupni osobama s invaliditetom odnosno prilagođene osobama s invaliditetom, kroz opcije za kontrastne boje, povećanje fonta, audio opise za osobe s oštećenjem vida i navigaciju prilagođenu za osobe sa smanjenim kognitivnim sposobnostima.

U destinaciji Karlobag turistička signalizacija i označavanje djelomično su prilagođeni za osobe s invaliditetom, ali se svakoj takvoj osobi (kojih u ukupnom broju trenutno ima zanemariv broj) individualno nastoji pružiti odgovarajuća usluga kako bi osoba dobila identično turističko iskustvo kao i bilo koji drugi turist u okviru ranije definiranih ograničenja.

2.7.3. Pristupačnost usluga

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag po pitanju pristupačnosti usluga u smještaju djelomično osigurava ovaj standard u skladu s ranije navedenim ograničenjima. Jelovnici u ugostiteljskim objektima pojedinačno se prilagode posjetiteljima s invaliditetom, ali destinacija još uvijek nije na onoj razini turističkog razvoja koja bi zahtijevala da se izrađuju pojedinačni jelovnici već se potreba rješava individualnim pristupom turistima.

Kulturni i zabavni sadržaji u destinaciji Karlobag dostupni su osobama s invaliditetom, ali u ograničenom opsegu jer ugradnja i adaptacija dijela objekata koji nude takve sadržaje zahtjeva značajne investicije. Međutim, svi novi objekti koji se grade (npr. nogometno igralište) imaju osiguranu razinu tražene prilagođenosti za osobe s invaliditetom.

2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost

Analiza stanja:

Društvena i kognitivna pristupačnost destinacije Karlobag je na visokoj razini svijesti i bez formalno provedenih procedura jer je područje zbog ratnih događanja u Domovinskom ratu izuzetno i u svim segmentima osjetljivo na pitanja osoba s invaliditetom.

Pristupačnost destinacije Karlobag za osobe s invaliditetom zahtijeva sveobuhvatan pristup, koji uključuje prilagodbu infrastrukture, edukaciju i obuku osoblja, kao i razvoj specijaliziranih usluga i sadržaja.

2.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI

Karlobag, smješten na spoju Mediterana i kontinenta, nudi jedinstvenu kombinaciju prirodnih ljepota i kulturne baštine. Iako je manja destinacija, njegova turistička ponuda obuhvaća razne aspekte:

- **Smještaj:** Turistička rivijera Karlobaga proteže se duž 42 km obale i uključuje naselja poput Ribarice, Cesarice, Lukova Šugarja, Barić Drage i Sv. Marije Magdalene. Posjetiteljima su dostupni apartmani, kuće za odmor i smještaji uz more, pružajući raznolike opcije za boravak.

- **Gastronomija:** Karlobag je poznat po spoju mediteranske i kontinentalne velebitske kuhinje, s bogatom i raznolikom ponudom koja uključuje prirodne morske okuse i tradicionalne specijalitete.
- **Aktivnosti i atrakcije:** Posjetitelji mogu uživati u planinarenju na Velebitu, ronjenju, ribolovu te istraživanju kulturnih znamenitosti poput Kapucinskog samostana iz 18. stoljeća i ruševina tvrđave Fortica.
- **Zdravstvene usluge:** Tijekom ljetne sezone, u Karlobagu je otvorena turistička ambulanta obiteljske medicine koja pruža medicinsku skrb posjetiteljima, s prilagođenim radnim vremenom kako bi se osigurala dostupnost usluga, a dostupne su i usluge Hitne medicinske službe (HMS).
- **Turistička zajednica:** Turistička zajednica Općine Karlobag aktivno promovira destinaciju putem službene web stranice i društvenih mreža, pružajući informacije o događanjima, atrakcijama i smještajnim kapacitetima.

Karlobag, unatoč svojoj veličini, pruža dobro organiziranu turističku ponudu koja uključuje raznovrsne smještajne opcije, bogatu gastronomiju, aktivnosti na otvorenom i kulturne atrakcije. Dostupnost zdravstvenih usluga tijekom turističke sezone dodatno doprinosi kvaliteti boravka posjetitelja. Aktivno djelovanje turističke zajednice osigurava pravovremene informacije i promociju destinacije, što pozitivno utječe na ukupno iskustvo turista.

Tablica 29 Analiza organiziranosti turističkih usluga u destinaciji Karlobag

	PREDNOSTI	NEDOSTATCI
smještaj	☐ Raznolika ponuda smještajnih kapaciteta (apartmani, kuće za odmor, sobe uz more). ☐ Prirodna ljepota i blizina obale privlače posjetitelje koji žele mir i opuštanje. ☐ Smještajni kapaciteti su često suvremeno uređeni i prilagođeni obiteljima i manjim grupama.	☐ Nedostatak luksuznih hotela i većih turističkih kompleksa za zahtjevnije goste. ☐ Nedostatak smještaja prilagođenog osobama s invaliditetom. ☐ Veća sezonalnost smještajnih kapaciteta — mnogi objekti nisu dostupni tijekom zime.
ugostiteljska ponuda	☐ Raznolikost gastronomske ponude s naglaskom na spoj mediteranske i velebitske kuhinje. ☐ Kvalitetna lokalna hrana i svježi morski plodovi koji privlače gurmanske turiste. ☐ Pristupačne cijene u usporedbi s većim turističkim centrima na Jadranu.	☐ Nedovoljan broj restorana koji nude inovativne ili internacionalne jelovnike. ☐ Ograničen broj objekata koji su prilagođeni za osobe s alergijama ili posebnim prehrambenim potrebama. ☐ Sezonska dostupnost nekih restorana, posebice izvan glavne turističke sezone
turističke informacije	☐ Aktivna prisutnost Turističke zajednice Karlobaga na društvenim mrežama. ☐ Dobar prikaz osnovnih informacija i preporuka za posjetitelje putem službenih web stranica. ☐ Djelovanje turističke ambulante tijekom ljetne sezone doprinosi osjećaju sigurnosti turista.	☐ Nedostatak multimedijalnih i interaktivnih sadržaja na web stranicama (npr. virtualne ture, vodiči za osobe s invaliditetom). ☐ Nedostatak informacija na više jezika, što može otežati snalaženje stranim posjetiteljima. ☐ Niska razina digitalizacije i prilagodbe informacija osobama s invaliditetom (slab kontrast, nedostatak titlova, nedostatak audio vodiča).
turistička zajednica	☐ Promocija destinacije: Turistička zajednica aktivno promovira Karlobag kao turističku	☐ Ograničeni financijski resursi: Kao i mnoge manje turističke zajednice, Karlobag se suočava

	destinaciju putem različitih kanala, uključujući društvene mreže poput Facebooka, gdje redovito objavljuje informacije o događanjima i atrakcijama ☐ Organizacija događanja: Zajednica sudjeluje u organizaciji kulturnih i zabavnih manifestacija tijekom ljetnih mjeseci, što obogaćuje turističku ponudu i privlači posjetitelje. ☐ Suradnja s lokalnom zajednicom: Kroz suradnju s lokalnim udrugama i institucijama, Turistička zajednica doprinosi razvoju zajedničkih projekata koji unapređuju turističku infrastrukturu i sadržaje.	s ograničenim proračunom, što može utjecati na opseg i kvalitetu promotivnih aktivnosti te razvoj novih sadržaja. ☐ Sezonalnost turizma: Turistička aktivnost u Karlobagu koncentrirana je uglavnom tijekom ljetnih mjeseci, što predstavlja izazov u održavanju kontinuiranog turističkog prometa tijekom cijele godine. ☐ Konkurencija drugih destinacija: Karlobag se natječe s većim i poznatijim turističkim destinacijama u Hrvatskoj, što zahtijeva dodatne napore u diferencijaciji i promociji jedinstvenih lokalnih atrakcija.
web stranice	☐ Centralizirane informacije: Web stranica pruža detaljne informacije o smještaju, gastronomiji, atrakcijama i događanjima u Karlobagu, što posjetiteljima omogućuje jednostavno planiranje posjeta. ☐ Profesionalna prezentacija: Kroz strukturirani dizajn i sadržaj, web stranica omogućuje profesionalno predstavljanje turističke ponude, što može povećati kredibilitet destinacije. ☐ Dostupnost službenih dokumenata: Posjetitelji i lokalni stanovnici mogu pristupiti važnim dokumentima, poput natječaja i obavijesti, što povećava transparentnost rada Turističke zajednice.	☐ Ograničena interaktivnost: Web stranice često nemaju mogućnost trenutne komunikacije s korisnicima, što može smanjiti angažman posjetitelja. ☐ Potreba za redovitim ažuriranjem: Bez stalnog osvježavanja sadržaja, web stranica može postati zastarjela, što negativno utječe na korisničko iskustvo.
društvene mreže	☐ Brza komunikacija: Platforme poput Facebooka omogućuju Turističkoj zajednici da u realnom vremenu dijeli novosti, događaje i obavijesti, čime se povećava interakcija s publikom. ☐ Širenje dosega: Kroz dijeljenje i angažman korisnika, informacije mogu doseći širu publiku, što povećava vidljivost destinacije. ☐ Povratne informacije: Korisnici mogu lako ostaviti komentare, recenzije i prijedloge, što pomaže Turističkoj zajednici u prilagodbi ponude prema željama posjetitelja.	☐ Kratkotrajnost sadržaja: Objave na društvenim mrežama brzo prolaze kroz feed korisnika, što može smanjiti njihovu dugoročnu vidljivost. ☐ Potencijal za negativne komentare: Otvorenost platformi omogućuje i negativne povratne informacije koje, ako se ne upravljaju pravilno, mogu utjecati na imidž destinacije.

2.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Ljudski potencijali ključni su za razvoj i konkurentnost turističke destinacije. Destinacija Karlobag trenutačno prema podacima HZMO-a za 2023 godinu bilježi 58 zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripremi i usluživanju hrane. Prema spolnoj strukturi zaposlenih u turizmu u destinaciji Karlobag dominiraju muškarci (41) dok je žena 17 (broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane NKD 55 i NKD 56).

2.9.1. Istraživanje trenutanih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu

Trenutne potrebe poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu u Karlobagu odražavaju šire trendove prisutne u Hrvatskoj, posebno u manjim turističkim mjestima. Ključni aspekti uključuju:

1. Potražnja za kvalificiranom radnom snagom: Poslodavci u Karlobagu traže kvalificirane radnike za pozicije poput konobara, kuhara, recepcionara i sobarica.

2. Sezonalnost zaposlenja: Turistička sezona u Karlobagu koncentrirana je tijekom ljetnih mjeseci, što rezultira povećanom potražnjom za sezonskim radnicima. Ovaj sezonski karakter može otežati pronalazak stalno zaposlenih radnika i utjecati na kontinuitet pružanja usluga.

3. Nedostatak radne snage: Kao i u ostatku Hrvatske, Karlobag se suočava s nedostatkom radne snage u turizmu i ugostiteljstvu. Ovaj manjak često dovodi do zapošljavanja radnika iz drugih zemalja kako bi se popunile praznine u kadru.

Poslodavci u Karlobagu trebaju se fokusirati na privlačenje i zadržavanje kvalificirane radne snage kroz konkurentne plaće, poboljšanje radnih uvjeta i ulaganje u edukaciju zaposlenika. Također, suradnja s obrazovnim institucijama i promocija karijera u turizmu mogu pomoći u dugoročnom rješavanju problema nedostatka radne snage.

2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag nema uspostavljenu jaku suradnju s međunarodnim partnerima uslijed ograničenih financijskih sredstava za svoje aktivnosti te posljedične situacije da svoje marketinške aktivnosti prilagođava odabranim sajmovima u emitivnim destinacijama o kojima se odlučuje sa regionalne razine, pri čemu zbog raznolikosti ponude turističkih usluga u istoj ima limitiran pristup emitivnim tržištima koja bi bila zainteresirana za resursnu osnovu destinacije Karlobag.

Destinacija Karlobag će navedeno ograničenje u budućnosti premostiti korištenjem digitalnih kanala u cilju izravne komunikacije sa onim emitivnim tržištima koja su joj predisponirana i od izravnog interesa te sudjelovanjem na sajmovima i konferencijama te korištenjem mobilnih usluga poput GuideForYou.

2.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Komunikacija u turizmu igra ključnu ulogu u promociji destinacija, stvaranju pozitivnog imidža, povećanju posjećenosti i jačanju brenda. U današnjem digitalnom okruženju, gdje se turističke destinacije suočavaju s globalnom konkurencijom, važno je koristiti učinkovite komunikacijske strategije koje odgovaraju potrebama i željama turista. Analiza komunikacijskih aktivnosti u turizmu obuhvaća različite aspekte: od tradicionalnih metoda oglašavanja do inovativnih digitalnih alata i društvenih mreža.

2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Analiza stanja: Prema analizi stanja destinacija Karlobag koristi slijedeće komunikacijske kanale:

Tablica 30 Pregled komunikacijskih kanala koji se koriste u destinaciji Karlobag

Tradicionalne komunikacijske aktivnosti		DA	NE
	Tiskani materijali		
	Oglasi u medijima		
	Sajmovi i konferencije		
	Web stranice i SEO		
	Sadržajni marketing (Content Marketing)		

Digitalna komunikacija u turizmu	Društvene mreže (Social Media)		
	E-mail marketing		
	Online oglašavanje (PPC)		
	Online recenzije i e-reputacija		
	Mobilne aplikacije		
Interaktivna i personalizirana komunikacija	Chatbotovi i umjetnička inteligencija		
	Personalizacija ponuda		
	Upotreba analitike		
Krizna komunikacija	Transparentnost i pravovremeno informiranje		
	Upotreba društvenih mreža i digitalnih kanala		
	Podrška turistima		
Utjecaj influencera i ambasadora brenda	Influenceri i blogeri		
	Ambasadori brenda		
Uloga iskustava i preporuka	User-generated content (UGC)		
	Online zajednice i forum		

Uspješne komunikacijske aktivnosti u turizmu zahtijevaju multi kanalni pristup, koji uključuje kombinaciju tradicionalnih i digitalnih strategija, personalizaciju ponude, interaktivnost te učinkovito upravljanje krizama. U današnjem digitalnom okruženju, ključ uspjeha leži u stvaranju angažirane, informirane i motivirane zajednice turista kroz relevantne, autentične i pravovremene komunikacijske aktivnosti.

2.10.2. Analiza digitalnog prisustva

Analiza stanja:

Analiza digitalnog prisustva TZO Karlobag obuhvaća nekoliko ključnih elemenata: web stranica, društvene mreže, online marketing, e-reputaciju i korištenje novih tehnologija (npr. mobilnih aplikacija). Destinacija Karlobag prisutna je putem web stranice <https://www.tz-karlobag.hr>, a ima i aktivan Facebook, TikTok i Instagram profil.

(<https://www.facebook.com/tzokarlobag>, <https://www.instagram.com/visitkarlobag/> (@visitkarlobag) - tiktok: <https://www.tiktok.com/@visitkarlobag> (@visitkarlobag),

Tablica 31 Analiza digitalnog prisustva destinacije Karlobag

		DA	NE
Web stranica TZO Karlobag	Dizajn i funkcionalnost		
	Sadržaj		
	SEO optimizacija		
	Call to action (CTA):		
	Facebook		
Društvene mreže	Instagram		
	TikTok:		
	YouTube		
	Konzistentnost i angažman		
	Google Ads i plaćeno oglašavanje		
Online marketing	Retargeting kampanje		
	Influencer marketing		
	Odgovaranje na recenzije		
E-reputacija	Praćenje recenzija		

Korištenje novih tehnologija	Mobilne aplikacije		
	Virtualne ture i 360° video		

Digitalna vidljivost destinacije Karlobag nije značajna iako je digitalno prisustvo za destinaciju Karlobag od iznimne važnosti iz nekoliko ključnih razloga:

1. Povećanje vidljivosti i prepoznatljivosti –Karlobag je manja turistička destinacija koja se natječe s popularnijim mjestima na hrvatskoj obali. Snažno digitalno prisustvo omogućuje dopiranje do šire publike, uključujući inozemne posjetitelje koji se oslanjaju na online platforme prilikom planiranja svojih putovanja.

2. Marketing i promocija –Digitalni kanali poput web stranice, društvenih mreža i Google oglasa omogućuju izravnu promociju atrakcija, događanja, smještaja i posebnih ponuda. Ciljani marketing kroz digitalne kampanje može privući specifične skupine posjetitelja (npr. ljubitelje aktivnog turizma, povijesti ili obiteljskog odmora).

3. Interakcija s turistima –Kroz društvene mreže (Facebook, Instagram) omogućuje se dvosmjerna komunikacija. Posjetitelji mogu ostavljati recenzije, preporuke i komentare, što pomaže u razumijevanju njihovih želja i poboljšanju ponude. Također, omogućuje turistima da postavljaju pitanja i dobiju brze odgovore, čime se povećava zadovoljstvo korisnika.

4. Lakša dostupnost informacija - Potencijalni posjetitelji mogu brzo pronaći informacije o smještaju, gastronomiji, povijesnim znamenitostima i događanjima. Web stranica koja je redovito ažurirana omogućava gostima lakše planiranje njihovog putovanja.

5. Povećanje prihoda i rezervacija– Dobrostrukturirana web stranica i prisutnost na platformama za rezervacije (npr. Booking.com, Airbnb) može direktno utjecati na povećanje broja rezervacija. Također, marketinške kampanje mogu promovirati manje poznate sadržaje i aktivnosti, čime se potiče veća potrošnja turista.

6. Analitika i praćenje tržišnih trendova–Digitalni alati omogućuju prikupljanje podataka o posjetiteljima, poput njihovih preferencija i ponašanja. Ovi podaci mogu pomoći u donošenju boljih odluka o marketingu i razvoju novih turističkih proizvoda.

7. Produženje turističke sezone–Online promocija može privući posjetitelje i izvan glavne turističke sezone (proljeće, jesen) čime se povećava ekonomska održivost destinacije.

Destinacija Karlobag ima ogromnu priliku za povećanje vidljivosti destinacije upravo kroz činjenicu da su trenutne aktivnosti po tom pitanju zanemarive, što će relativno brzo i lako generirati željene rezultate.

2.10.3. Analiza offline aktivnosti

Analiza stanja:

Offline aktivnosti za destinaciju Karlobag, koje se temelje na osobnoj interakciji s posjetiteljima, promociji u fizičkom prostoru i korištenju tradicionalnih kanala, mogu značajno doprinijeti razvoju turizma i povećanju broja posjetitelja. Iako je digitalno prisustvo ključno, offline aktivnosti imaju važnu ulogu u izgradnji lokalnog identiteta, stvaranju pozitivnog imidža i direktnoj promociji destinacije.

U tom kontekstu TZO Karlobag izrađuje brošure, izradila je turističku kartu, izrađuje plakate za manifestacije koje postavlja po širem području destinacije. TZO Karlobag ne sudjeluje samostalno na sajmovima, jedino u funkciji i suradnji TZ Ličko-senjske županije.

Tablica 32 Analiza offline aktivnosti destinacije Karlobag

Sudjelovanje na turističkim sajmovima i konferencijama		DA	NE
Organizacija i sudjelovanje u manifestacijama i kulturnim događanjima	Turistički sajmovi		
	Lokalne konferencije i edukacije		
	Lokalni festivali i manifestacije		
	Događaji na otvorenom		
	Lokalni sajam		
Suradnja s lokalnim turističkim operatorima i agencijama	Organizacija grupnih tura (u suradnji s lokalnim turističkim agencijama)		
	Priprema paketa za turističke agencije		
Suradnja s lokalnim zajednicama i promocija održivog turizma	Edukacija lokalne zajednice		
	Volonterski programi		
	Sudjelovanje u inicijativama za očuvanje prirode		
	Plakati i bilbordi		
Promocija destinacije u fizičkim prostorima	Suradnja s hotelima, restoranima i turističkim uredima		
	Turistički informativni centar		

Offline aktivnosti TZO Karlobag trebaju biti usmjerene na direktnu promociju i interakciju s posjetiteljima, čime se povećava lokalna prepoznatljivost, angažira zajednica i povećava broj turista. Sudjelovanje na sajmovima, organizacija kulturnih manifestacija, suradnja s lokalnim turističkim operatorima i investicije u infrastrukturu mogu pomoći Karlobagu da izgradi svoj imidž i poveća broj posjetitelja. Ključno je povezivanje digitalne i offline komunikacije kako bi se stvorio sveobuhvatan pristup promociji destinacije.

2.10.4. Analiza suradnji s trećim stranama

Analiza stanja:

Destinacija Karlobag umjereno je prisutna u lokalnim i regionalnim medijima (ocjena analize količine i frekventnosti objava) što ostavlja značajan prostor za osmišljavanje i distribuciju objava u skladu sa strateškim određenjem destinacije i preporukama oblika i vrste suradnji. Nedavno su osigurani uvjeti da se djelovanje kao i aktivnosti po pitanju navedenih suradnji strateški organizira u smislu ljudskih resursa i strateškog opredjeljenja destinacije pa se očekuje pomak u količini i frekventnosti prisutnosti.

2.10.5. Analiza mogućnosti prikupljanja informacije za turiste

Analiza stanja:

Ne postoji informacija o izvorima, ključnim porukama i učestalosti distribucije informacija temeljem kojih turisti dolaze u destinaciju Karlobag te bi isto radi kvalitetnije analize kanala i učinaka koji isti imaju trebalo uključiti u buduće ankete koje će se provoditi o zadovoljstvu turista koji dolaze u destinaciju.

Segmentacija tržišta će se provoditi u narednom razdoblju kako bi se adekvatnije provodile marketinške kampanje i znalo u kojem smjeru usmjeriti marketinške aktivnosti.

2.11. ANALIZA KONKURENCIJE

Analiza stanja:

Analiziranje konkurencije destinaciji Karlobag je ključno jer omogućava bolje razumijevanje tržišta i identifikaciju prilika za unapređenje turističke ponude. Destinacije slične Karlobagu često dijele

karakteristike poput smještaja između mora i planina, prirodne ljepote i netaknuta priroda, povijesnu i kulturnu baštinu, blizinu popularnih destinacija uz manje gužve.

2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija

Analiza stanja:

U bližem i širem okruženju destinacije Karlobag može se pronaći veći broj turističkih odredišta koja nude slične proizvode i usluge, a privlače sličnu vrstu turista – one koji su zainteresirani za resurse kojima obiluje destinacija Karlobag.

2.11.2. Direktna konkurencija

Direktna konkurencija destinaciji Karlobag su turistička mjesta koja nude **slične prirodne resurse, povijesne znamenitosti i tipove turističkih aktivnosti**, a nalaze se u relativno bliskoj geografskoj udaljenosti. Konkretno, to su:

Tablica 33 Identifikacija direktne konkurencije destinaciji Karlobag

Turističko odredište	Zašto je konkurencija?
Senj	• Blizina Velebita i atraktivne planinarske rute, slično kao u Karlobagu. • Bogata povijesna baština, posebice Tvrđava Nehaj koja privlači ljubitelje povijesti. • Pomorski turizam i nautičari zbog dobre pomorske infrastrukture. • Senj je već razvijenija turistička destinacija s boljom infrastrukturom i većim smještajnim kapacitetima.
Starigrad - Paklenica	• Nacionalni park Paklenica, jedno od najpoznatijih mjesta za planinarenje, penjanje i speleologiju u Hrvatskoj. • Sličan profil posjetitelja – ljubitelji prirode, aktivnog odmora i avanturizma. • Dobra prometna povezanost i blizina autoceste. • Već razvijeni turistički sadržaji i marketing, posebno za sportski turizam.
Pag	• Iako primarno poznat po party turizmu (Zrće), otok Pag nudi i kulturni turizam (paška čipka, sir) te prirodne ljepote (pješčane plaže, surovi pejzaži). • Blizina Karlobaga omogućava turistima posjet i Pag-u tijekom istog putovanja. • Bolje razvijena ugostiteljska i smještajna infrastruktura, posebno za mlade posjetitelje i avanturiste.
Novi Vinodolski	• Smješten na obali Jadranskog mora, privlači obitelji i starije turiste koji preferiraju mirnije destinacije. • Dobar prometni položaj, blizina Rijeke i veza prema sjevernim turistima (Slovenija, Mađarska). • Veća koncentracija smještajnih kapaciteta i turističke infrastrukture u usporedbi s Karlobagom.
Crikvenica	• Dugogodišnja tradicija turizma, posebno zdravstvenog i wellness turizma. • Pješčane plaže i više atraktivnih sadržaja za obitelji i starije turiste. • Jak brend u zdravstvenom turizmu, što Karlobag tek treba razviti.
Biograd na Moru	• Iako udaljeniji, Biograd na Moru je popularno odredište za nautičare i ljubitelje prirode. • Blizina nacionalnih parkova (Kornati, Vransko jezero). • Izgrađena infrastruktura za turiste, što Karlobag tek treba dodatno unaprijediti.

Zadar	• bolja prometna povezanost koja omogućava lakši dolazak turista. • razvedena obala s velikim brojem otoka što pruža raznovrsnije turističke sadržaje • bogatu kulturno-povijesnu ponudu koja privlači različite vrste turista • razvijenija infrastruktura i veća potpora resursima za gospodarstvo i turizam
--------------	---

Ove destinacije su konkurencija Karlobagu jer se nalaze u istoj regiji i ciljaju slične segmente turista – ljubitelje prirode, aktivnog odmora, povijesti i opuštajućeg obiteljskog turizma. Također, pružaju slične turističke proizvode i atrakcije poput planinarenja, morskih aktivnosti, kulturnih znamenitosti i prirodnih ljepota, zbog čega se natječu za iste posjetitelje.

2.11.3. Indirektna konkurencija

Konkurencija destinaciji Karlobag iz odredišta koja nude različite vrste turističkih proizvoda, ali ipak privlače istu demografsku skupinu turista mogu se klasificirati u destinacije koje nude povijesne, kulturne, ili morske atrakcije, te druge oblike turizma.

Tablica 34 Identifikacija indirektna konkurencije destinaciji Karlobag

Tip atrakcije	Zašto je konkurencija?	
Planinske destinacije s pogledom na more / prirodom blizu mora	Nacionalni park Paklenica	Zbog planinarenja, prirode i blizine mora.
	Plitvička jezera	Iako nisu na moru, privlače sličan profil gostiju (priroda, mir, aktivan odmor).
	Gorski kotar	Mir, priroda, planinarenje, povoljan smještaj – alternativa za bijeg od gradske vreve.
Manja primorska mjesta slične ponude	Crna Gora (npr. Petrovac ili Perast)	Manje, mirnije destinacije uz more.
	Slovenska obala (npr. Izola ili Piran)	Manja mjesta s mediteranskim šarmom.
	Italija (npr. Chioggia ili Vieste)	Povijesna manja obalna mjesta.
Tematski konkurenti (nišne destinacije za miran, aktivan ili obiteljski odmor)	Seoski turizam	Seoski turizam u unutrašnjosti Hrvatske ili Istre
	Eco resorti	Eco resorti / kampovi na Krku, Rabu, Pagu – privlače slične turiste: one koji traže prirodu i mir.

Indirektna konkurencija destinaciji Karlobag odnosi se na druga mjesta koja nisu izravni konkurenti (npr. slične po veličini ili ponudi), ali ipak mogu privući iste ciljane skupine turista zbog svojih sličnih karakteristika, lokacije, ponude ili atmosfere. Karlobag je manja primorska destinacija na hrvatskoj obali koja se nalazi između mora i planine Velebit, poznata po prirodnim ljepotama, miru i mogućnostima za aktivni odmor.

2.11.4. Benchmarking

Kada se napravi benchmarking analiza destinacije Karlobag u usporedbi s nekoliko indirektnih konkurenata – uključujući njihove sličnosti, razlike, prednosti, izazove, te preporuke za unapređenje. Dosadašnja analiza destinacije pokazala je sljedeće:

KARLOBAG – polazišna točka

Profil destinacije:

- Lokacija: obala ispod Velebita (spoj mora i planine),
- Tip turizma: miran, prirodni, aktivni odmor (planinarenje, biciklizam, ronjenje),
- Smještaj: apartmani, privatni smještaj, nekoliko kampova,
- Ciljna publika: obitelji, parovi, planinari, domaći turisti, "digitalni nomadi" u potrazi za mirom.

Prednosti:

- Spoj mora i planine (rijetka kombinacija),
- Mirnoća, nekomercijalizirano okruženje,
- Blizina Nacionalnog parka Sjeverni Velebit i otoka Paga/Raba.

Slabosti / prepreke:

- Nedostatak kvalitetnog hotelskog smještaja,
- Slaba promocija i digitalna prisutnost,
- Infrastrukturni izazovi (npr. slab javni prijevoz, ograničena ponuda aktivnosti za mlade),
- Kratak turistički "peak" – sezonalnost.

Benchmark sa odabranim konkurentima (direktnim i indirektnim) ukazuje na prednosti i nedostatke destinacije Karlobag, ali i ostavlja prostor za buduće poboljšanje pozicije destinacije:

1. Starigrad – Paklenica(Hrvatska)

Sličnosti: manja destinacija, spoj mora i planine (blizina NP Paklenica), pogodna za aktivni odmor

Razlike: bolja infrastruktura, dulja tradicija outdoor turizma, jača prepoznatljivost brenda

Prednosti: organizirani trekking, više sadržaja za planinare

Izazovi za Karlobag: slabija organizacija outdoor aktivnosti i promocija

Preporuka: razvoj tematskih outdoor tura (npr. Velebitska avantura), povezivanje s lokalnim vodičima, označene rute

2. Senj (Hrvatska)

Sličnosti: mirnije od većih destinacija, smješten na spoju obale i planine

Razlike: veći grad, povijesne znamenitosti (Tvrđava Nehaj), bolja prometna povezanost

Prednosti: kulturna ponuda, bolje povezano

Izazovi za Karlobag: slabija kulturna ponuda, lošija vidljivost na tržištu

Preporuka: jačanje kulturno-povijesne interpretacije (npr. priče o Velebitu, ribarska baština), uvođenje "storytelling" tura

3. Petrovac i Perast (Crna Gora)

Sličnosti: manja mediteranska mjesta s tradicionalnom arhitekturom i mirom

Razlike: više luksuznog i heritage smještaja, jaka međunarodna promocija, prepoznatljivost u EU

Prednosti: atraktivniji za inozemne goste

Izazovi za Karlobag: slabija online prisutnost i međunarodna prepoznatljivost

Preporuka: ulaganje u digitalni marketing, suradnja s influencerima, storytelling na engleskom, ekološki turizam kao diferencijator

4. Plitvička jezera / Gorski kotar

Sličnosti: prirodni resursi, mir, aktivni odmor, autentičan doživljaj

Razlike: nisu na moru, ali nude sličnu atmosferu za ljubitelje prirode i ekoturizma

Prednosti: dobro poznate destinacije, razvijeni ekoturizam

Izazovi za Karlobag: neiskorišten potencijal eko i ruralnog turizma

Preporuka: razviti koncept "morsko-planinskog wellnesa" (npr. jutro planinarenje, popodne kupanje), certificirani eco-smještaj

Ako se napravi rekapitulacija analize konkurenata moguće je napraviti i preporuke za Karlobag koje bi se mogle sažeti u slijedeće:

Tablica 35 Rekapitulacija i preporuke za poboljšanje konkurentske aktivnosti destinacije Karlobag

Element	Trenutno stanje	Preporuka
Smještaj	Dominira privatni	Poticanje boutique hotela, kampova višeg standarda
Promocija	Slaba digitalna prisutnost	Investirati u web, društvene mreže, Google Ads, influencere
Ponuda aktivnosti	Ograničeno, neorganizirano	Organizirane outdoor ture, biciklističke staze, kayak
Identitet	Nejasan, slabo istaknut	Brendiranje kao "morsko-planinski biser"
Ciljna skupina	Domaći i strani gosti	Širenje na nišne segmente: digitalni nomadi, ekoturisti, aktivni parovi
Partnerstva	Slabo iskorištena suradnja	Umrežavanje s NP Sjeverni Velebit, otocima Pag i Rab

2.11. 5. Analiza trendova na strani turističke potražnje

Karlobag već organski odgovara mnogim suvremenim turističkim trendovima, ali nedostaje strateški pristup razvoju i promociji. Trenutno koristi prirodne prednosti (mir, planina, more, autentičnost), ali se suočava sa nekoliko prepreka koje se mogu sažeti u slijedeće:

- Slaba digitalna vidljivost i promocija,
- Nedostatak organiziranih aktivnosti,
- Neiskorišten potencijal za eko-turizam,
- Infrastrukturne prepreke za „workation“ i duže boravke.

Kako bi se jasno vidjelo koliko destinacija Karlobag već prati trendove, a gdje ima prostora za razvoj napravljena je analiza turističkih trendova u Hrvatskoj i svijetu prema relevantnim izvorima (TOMAS, WTO) te su navedeni trendovi uspoređeni sa ponudom destinacije Karlobag.

Sumirani trendovi specificirani u istraživanju Instituta za turizam "TOMAS 2022./2023." (zadnje dostupno istraživanje) određeni su kao:

Motivi dolaska: priroda, mir, more, opuštanje

Rast interesa za:

Aktivni odmor (biciklizam, planinarenje, trekking)

Kulturni i autentični doživljaji

Eno-gastro turizam (lokalna hrana, vina, OPG-ovi)

Porast smještaja višeg standarda (4)*

Rezervacije online, utjecaj recenzija

Rast eko-osviještenosti – traže se “zelene” destinacije

Prema istraživanjima globalnih turističkih trendova (UNWTO/WTO 2023./2024.) aktualni su slijedeći trendovi:

- Slow&sustainabletravel – sporije putovanje, boravak dulje na jednom mjestu,
- Ekoturizam i regenerativni turizam,

- Autentični lokalni doživljaji (ne masovni turizam),
- Tehnološka podrška – mobilne aplikacije, digitalni vodiči, pametna destinacija,
- Wellbeing i mentalni odmor – tišina, priroda, detoks od ekrana,
- Manje poznate destinacije postaju atraktivne (tzv. “secondcity” i “hidden gem” turizam),
- Workation / digitalni nomadi – spoj rada i putovanja.

Ako se gore navedeni trendovi usporede sa ponudom destinacije Karlobag može se zaključiti slijedeće:

Tablica 36 Usporedba trenutnih svjetskih i hrvatskih turističkih trendova sa destinacijom Karlobag

Trend	Koliko Karlobag odgovara trendu?	Komentar / Preporuka
Prirodni mir, bez gužvi	Visoka usklađenost	Karlobag je autentično mirna i neturistički zagušena destinacija – to treba iskoristiti u promociji
Outdoor& aktivni turizam	Umjereno	Ima potencijala (Velebit, more), ali aktivnosti nisu dovoljno organizirane i promovirane
Ekoturizam i održivost	Početna faza	Nedovoljno certificiranih objekata, ali veliki potencijal za "greenbranding"
Digitalni nomadi	Slabo razvijeno	Nema coworking prostora, brending za nomade, ali mir i priroda su veliki plus
Autentični lokalni doživljaji	Umjereno	Ima lokalne priče i tradicije, ali nisu interpretirane (npr. ribarska večer, legende o Velebitu)
Wellbeing, detoks	Visoka usklađenost	Tišina, priroda, zdrav zrak – ali bez wellness infrastrukture
Manje poznate destinacije	Odgovara trendu	Karlobag je "skriveni dragulj", što treba istaknuti u kampanjama
Digitalna prisutnost	Slabo razvijena	Potrebna je prisutnost na booking platformama, društvenim mrežama

Usporedba pokazuje da destinacija Karlobag ima visoku usklađenost za dva aktualna trenda koja što znači da je resursna osnova destinacije adekvatna potražnji današnjih turista te da je potrebno promišljeno planirati i provoditi razvoj turizma kako bi se iskoristili benefiti aktualnih trendova i valorizirao potencijal destinacije.



3. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA DESTINACIJE KARLOBAG I PREPORUKE ZA DALJNI RAZVOJ

Destinacija Karlobag **smještena** je na prijelazu između priobalja i planine Velebit i može se pohvaliti jedinstvenom kombinacijom mora i planine, mediteranskom klimom s planinskim utjecajem što je izuzetno pogodno za ljetni i zimski odmor. Krajobraz karakteriziraju netaknuta priroda, spektakularni pogledi, prirodni kontrasti (more – planina – vegetacija).

Ocjena: Odlična pozicija za razvoj outdoor, eco&slow turizma

Po pitanju **turističke infrastruktura** u smještajnoj ponudi destinacije Karlobag dominira privatni apartmani dok je primjetan nedostatak hotela višeg standarda. Ugostiteljstvo nudi osnovnu ponudu, ali bez raznovrsnosti i identiteta (npr. lokalna gastronomija slabo eksponirana). Destinacija Karlobag prometno je cestovno povezana (Jadranska magistrala), ali bez razvijenog javnog prijevoza te udaljene najbliže zračne luke (Zadar, Rijeka). Plaže i kupališta su čisti, prirodni, ali slabije opremljeni (malo sadržaja, sjene, infrastrukture).

Ocjena: Zadovoljavajuće – s prostorom za unaprjeđenje (kvaliteta > kvantiteta)

Analiza destinacije pokazala je da je potrebna dodatna **promocija i destinacijski menadžment** (što se planira postići provođenjem Plana upravljanja destinacijom) te da je brendiranje destinacije: slabo razvijeno - Karlobag nije pozicioniran u svijesti tržišta kao jedinstven turistički proizvod. Analiza digitalne prisutnosti pokazala je na zastarjele web-stranice, minimalnu aktivnost na društvenim mrežama te slab SEO i storytelling. Dosadašnja uloga lokalne TZ iz objektivnih administrativnih razloga i nedostatka ljudskih potencijala fokusirala se na operativne aktivnosti uz nedostatak strateškog i integriranog pristupa ali isto se mijenja rješavanjem statusa TZ-a te se već sada vide a i očekuju brze i pozitivne promjene po pitanju svega navedenog budući da je određenje prema razvoju turizma definirano kao strateško.

Ocjena: Nedovoljno razvijeno – destinacija nije prepoznata, a ima autentičan potencijal

Analiza **turističke ponude i iskustva** pokazuje da postoji potencijal za aktivni turizam (blizina Velebita, trekking, biciklizam), ali trenutno bez organizirane ponude, vodiča i označenih staza.

Kulturna ponuda (npr. crkvice, tradicionalna arhitektura) trenutno je također slabo interpretirana i prezentirana. Događanja i manifestacije ukazuju na minimalnu ponudu, bez većih prepoznatljivih događaja koji bi privukli posjetitelje. Lokalna priča i autentičnost također treba adekvatno valorizirati jer Karlobag ima snažan identitet u priči o spoju mora i planine, ali slabo iskorišten. Velik potencijal

Ocjena: Autentičan sadržaj postoji – ali nije strukturiran ni interpretiran

Lokalna zajednica i nosivost prostora ukazuju na uobičajene probleme karakteristične za cijelu Hrvatsku - starenje populacije, odljev mladih. Ono što je pozitivno je da iako turizam nije glavna gospodarska djelatnost lokalno stanovništvo pokazuje umjerenu otvorenost prema razvoju turizma. Destinacija Karlobag ima izvrsnu nosivost prostora: nisku gustoću te veliki kapacitet za selektivan, održiv turizam.

Ocjena: Prostor za održivi razvoj bez opasnosti od prekomjernog razvoja turizma.

Tablica 37 Kumulativna ocjena resursne osnove destinacije Karlobag

Kategorija	Ocjena	Komentar
Prirodni resursi	☆☆☆☆☆	More, Velebit, bioraznolikost, čisti zrak, pogledi
Kulturni resursi	☆☆☆☆	Skroman fond, ali postoji potencijal za revitalizaciju
Turistička infrastruktura	☆☆☆☆	Dominira niskokvalitetan smještaj
Promocija i imidž	☆☆☆☆	Slabo vidljiva destinacija
Lokalna podrška	☆☆☆☆	Umjerena zainteresiranost, ali slabi kapaciteti
Transportna dostupnost	☆☆☆☆	Cestovno ok, ali bez zračnih veza i javnog prijevoza

Iz provedene analize svih relevantnih elemenata za razvoj destinacije moguće je definirati strateški smjer razvoja turizma destinacije Karlobag na način da se postavi strateški

Cilj: Pozicionirati Karlobag kao održivu, autentičnu i mirnu destinaciju na spoju planine i mora, idealnu za aktivni odmor, motoriste, obitelji digitalne nomade i eko-turiste.

Iz ovog cilja moguće je predložiti strateške opcije za postizanje navedenog cilja kroz:

OPCIJA 1: Aktivni i outdoor turizam

Trekking, hiking, biciklizam, planinarenje – s Velebitom kao glavnim resursom

Organizacija sportskih evenata (trail utrke, MTB izazovi)

OPCIJA 2: Ekoturizam i održivi razvoj

Eco-friendly smještaji, lokalna proizvodnja hrane, OPG paketi

Interpretacijski centar prirodne baštine (more + planina)

OPCIJA 3: Wellness & mentalni odmor

Tihi turizam: detoks, prirodni mir, digitalni minimalizam

Ponuda joge, meditacije, "disconnect" programa

OPCIJA 4: Digitalni nomadi i duži boravci

Infrastruktura za rad na daljinu (cowork prostor, dobra veza)

Dugoročniji boravci s integracijom u lokalnu zajednicu

OPCIJA 5: Moto turizam

Najatraktivnija dionica Jadranske magistrale prolazi kroz Karlobag

Destinacija Karlobag ima još jednu specifičnu stratešku opciju koja je ujedno i konkurentna prednost u odnosu na slične destinacije, koja trenutno nije dovoljno iskorištena nigdje u Hrvatskoj - destinacija Karlobag smještena je na najatraktivnijem dijelu Jadranske magistrale i privlači velik broj motorista čime postaje ne samo potencijalna lokacija za razvoj moto turizma već i prva deklarirana moto-destinacija u Hrvatskoj.

Ključne prednosti koje destinaciju Karlobag čine vrlo atraktivnom destinacijom za moto turiste su:

- Jadranska magistrala (D8) – jedna od najpoznatijih i najljepših moto ruta u Europi, prolazi direktno kroz Karlobag
- Planinski prijevoj Velebit / Baške Oštarije – ruta s izazovima, serpentinama, panoramama
- Spoj planina i mora – unikatan doživljaj za vozače koji vole mijenjanje reljefa i klime
- Mirna i manje prometna destinacija – idealna za opuštanje i "biker-friendly" atmosferu

Tablica 38 Ciljna skupina: tko su moto turisti?

Tip turista	Karakteristike
Europski moto turisti	Najčešće parovi ili manji klubovi (Njemačka, Austrija, Nizozemska, Italija)
Touring segment	Duga putovanja uzduž jadranske obale, traže sigurnost, dobru cestu, usluge
Avanturisti	Istražuju unutrašnjost, planine, izbjegavaju komercijalizirane destinacije
Srednji do visoki budžet	Često putuju sa skupljim motorima, troše na smještaj, gorivo, gastronomiju

Uz manja ulaganja destinacija Karlobag ima velik potencijal pozicionirati se kao prva moto destinacija u Hrvatskoj (postoje moto događanja čak i u blizini destinacije Karlobag ali se niti jedna destinacija ne određuje kao destinacija za tu skupinu turista čime bi si Karlobag osigurao turističku prepoznatljivost).

Tablica 39 Analiza potencijala destinacije Karlobag kao moto destinacije

Element	Stanje	Ocjena
Prometna pozicija	Jadranska magistrala + veza na Velebit	☆☆☆☆☆
Atraktivnost ruta	Obalne krivine + planinske serpentine	☆☆☆☆☆
Smještaj	Privatni apartmani, nedostatak moto-friendly opcija	☆☆☆☆
Gastro ponuda	Osnovna, ali moguć razvoj lokalnog identiteta	☆☆☆☆
Sigurnost / servis	Nema moto servisa, benzinske ograničene	☆☆☆☆
Biker sadržaji	Nema klubova, okupljanja, moto evenata	☆☆☆☆
Imidž destinacije	Neprepoznatljivo moto tržištu	☆☆☆☆

Kako je vidljivo iz tablice, Karlobag ima osigurane temeljne elemente koje je teško stvoriti ako prirodno nisu prisutne dok je kod ostalih elemenata uz određena ulaganja relativno lako postići višu razinu ocjene. Tablica također ukazuje na potencijal za razvoj moto turizma u Karlobagu i to kroz utvrđene snage i slabosti.

Tablica 40 Potencijal za razvoj moto turizma u Karlobagu

SNAGE	SLABOSTI
Lokacija na najljepšoj obalnoj moto-ruti (D8)	Nedostatak infrastrukture za moto turiste (garaže, praonice, servis)
Atraktivne poveznice s planinom (Baške Oštarije)	Slaba marketinška prisutnost u moto krugovima
Manje gužve = sigurnija vožnja	Neorganizirana ponuda (nema paketa, tura, događanja)
Neiskorišten nišni tržišni segment → mala konkurencija	

Preporuke za razvoj:

Nastavno na sve izneseno destinacija Karlobag može primijeniti slijedeće taktičke mjere (kratkoročno: 1-3 godine):

- Digitalna transformacija destinacije – nova web-stranica, content marketing, blogovi, društvene mreže
- Označavanje staza + lokalni vodiči – trekking& biciklističke rute uz storytelling
- Pilot projekt eco-apartmana i OPG tura
- Razvoj "signature" manifestacije – npr. Festival planine i mora, noćna tura po Velebitu
- Coworking kutak u postojećim objektima

pri čemu bi strateški principi trebali biti:

- Održivost i autentičnost > masovnost
- Lokalna zajednica kao partner, ne promatrač
- Kvaliteta boravka > kvantiteta dolazaka
- "Manje poznato" kao prednost, ne mana

Strateške preporuke koje destinacija može primijeniti za razvoj moto turizma:

Tablica 41 Strateške preporuke za razvoj moto turizma u destinaciji Karlobag

Infrastruktura i usluge	Opremljeni parkinzi s natkrivenim mjestima za motore Osnovna stanica za pranje/opremanje motora (suradnja s OPG-ovima ili lokalnim servisima) Moto-friendly smještaj (garaže, kasni check-in, mjesto za sušenje opreme) Postavljanje info-tabli "Moto točke" (pogledi, odmorišta, rute)
Promocija i brendiranje	Razviti brend Suradnja s moto blogovima, YouTube kanalima (npr. motovlogeri iz EU) Organizirati moto događaj (npr. "Bikerski vikend Velebit") Uvrstiti Karlobag u poznate moto itinerere (Touratech, Harley-Davidson klubovi)
Suradnja i destinacijski menadžment	Partnerstvo s TZ-ovima Paga, Senja, Gospića → moto ruta "Od otoka do planine" Suradnja s lokalnim ugostiteljima → popusti za bikere Poticanje otvaranja male servisne točke kroz lokalne potpore

Preporuke za smještaj

Karlobag treba razviti manje, kvalitetne, personalizirane smještajne kapacitete, usmjerene na:

- Aktivne i eko-turiste – s prirodnim i održivim smještajem
- Moto turiste – kroz sigurnost, fleksibilnost i korisne informacije
- Dugotrajnije goste – digitalni nomadi, parovi, solo putnici

pri čemu fokus treba biti na autentičnosti, funkcionalnosti i digitalnoj vidljivosti. Ostale preporuke za smještaj trebaju biti usmjerene na:

Podizanje kvalitete postojećeg privatnog smještaja

- Uvođenje standardizacije (kvaliteta kreveta, kupaonica, klimatizacija, Wi-Fi)
- Digitalna modernizacija (self-check-in, e-mail komunikacija, online plaćanja)
- Edukacija iznajmljivača: gostoprimstvo, online prisutnost, održivost
- Suradnja s TZ Karlobag za izradu "vodiča kvalitete" smještaja

Poticanje izgradnje specijaliziranog smještaja

- Boutique smještaj: manji kapacitet, visoka kvaliteta, lokalna autentičnost
- Eco smještaj / glamping u zaleđu ili uz rub planine
- Hostel ili planinarski dom u Baškim Oštarijama za aktivne turiste i mlađe goste

Održivi i lokalni elementi

- Poticanje na lokalne materijale, obnovljive izvore energije, i certifikate za eco-friendly objekte
- Suradnja s OPG-ovima za doručak iz lokalne proizvodnje

- Dodavanje informacijskog kutka u smještaju: rute, karte, lokalne priče

Preporuke za smještaj za moto turiste:

Osnovne "biker-friendly" usluge

- Sigurno i natkriveno parkirno mjesto za motore (idealno zaključano dvorište ili garaža)
- Prostor za sušenje opreme, kaciga i jakni
- Rana ili kasna prijava / fleksibilni check-in
- Komplet za osnovno održavanje motora (krpe, ulje, alat – ništa skupo, ali korisno)

Biker-friendly paketi i sadržaji

- Noćenje + doručak u pokretu (ručak za ponijeti)
- Karta s lokalnim rutama + prijedlog vožnji (Karlobag – Zavižan – Senj – Pag)
- Suradnja sa servisima / vulkanizerima u okolici – info u smještaju
- Popusti za grupe ili moto klubove

Marketing i promocija

- Smještaji koji nude pogodnosti za bikere trebaju:
- Imati oznaku na Booking / Google Maps ("biker-friendly")
- Biti uključeni u moto vodiče i forume (ADVRider, Touratech, Facebook moto grupe)
- Sudjelovati u kreiranju paket aranžmana za moto turiste

Preporuke za ugostiteljstvo

Preporuke za ugostiteljstvo imaju za cilj razviti prepoznatljivu, kvalitetnu i autentičnu ugostiteljsku ponudu u Karlobagu koja zadovoljava potrebe različitih ciljnih skupina (obitelji, bikeri, planinari, digitalni nomadi), odražava lokalni identitet i tradiciju, potiče duži boravak i potrošnju gostiju te doprinosi pozicioniranju Karlobaga kao destinacije prirode, mira i autentičnosti. Neki od prijedloga kako postići navedeni cilj uključuju slijedeće:

Razvoj autentične i lokalne gastro ponude

- Uvesti jela karakteristična za podvelebitski i primorski kraj: riba, janjetina, sir, maslinovo ulje, smokve, šumsko bilje
- Razviti "kratki jelovnik" s lokalnom pričom – manje jela, ali sezonski i domaće
- Istaknuti lokalne OPG proizvode: sir iz Like, med, rakija, piva, likeri, sušene smokve
- Vizualno označiti "localingredients" na jelovniku

Ponuda za moto turiste i aktivne goste

- Doručak ili "take away" meni za put – praktično, brzo, kalorično
- Posebna "biker meni" ponuda (npr. gulaš, burgeri, energija + prikladna cijena)
- "Happyhour za bikere" – piće + zalogaj za prolaznike
- Kartica vjernosti za one koji se vraćaju (moto klubovi, grupe)

Ponuda za eko-turiste, vegane i nomade

- Uvođenje 2–3 veganska i vegetarijanska jela na svakom meniju
- Zdravi meniji: smoothie, proteinske salate, biljni čajevi s Velebita
- Tihi kutak za nomade s Wi-Fi-em (kafići koji pozivaju na "rad uz kavu")

Tematizacija i storytelling u objektima

- Na svakom stolu QR kod s pričom o jelu ili sastojku
- Fotografije, crteži, kratki opisi lokalne tradicije na zidovima
- Posuđe i uređenje u skladu s lokalnom baštinom (drvo, kamen, platno)

Uvođenje mini gastro manifestacija:

- "Okusi Velebita" – vikend domaće hrane i pića
- "Moto večera u zalazak sunca" – za biker vikende
- Ljetni "streetfood" vikendi uz obalu – jednostavna jela, glazba uživo

Digitalna vidljivost ugostitelja:

- Svaki objekt na Google Maps, TripAdvisor i društvenim mrežama
- Fotografije jela, menu na više jezika, odgovaranje na recenzije
- Promotivna suradnja s lokalnom TZ (objave, blog, kampanje)

Preporuke za turističke atrakcije

Karlobag, kao mali primorski gradić s bogatom poviješću, planinsko-morskim kontrastom i prirodnim fenomenima poput bure, ima velik potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma. Niže su navedene preporuke na koje oblike turizma se destinacija može fokusirati:

Tablica 42 Preporuke za razvoj oblika turizma koji će razviti postojeće turističke atrakcije destinacije Karlobag

Tip turizma	Zašto?
Moto turizam	Karlobag se nalazi na atraktivnoj Jadranskoj magistrali, jednoj od omiljenih ruta moto entuzijasta, posebice onih koji vole vožnju uz more s pogledom na Velebit. Preporuke: Organizirati moto-friendly smještaj (garaže, alati, informacije o rutama). Razviti tematske moto ture – npr. "Od mora do planine" (Karlobag – Baške Oštarije – Velebit). Uspostaviti Moto vikende i okupljanja u pred/podsezoni.
Planinski i aktivni turizam	Blizina Velebita i Nacionalnog parka Sjeverni Velebit nudi idealne uvjete za planinarenje, biciklizam i penjanje. Preporuke: Označiti i promovirati planinarske staze iz Karlobaga prema Baškim Oštarijama. Organizirati vođene ture uz priču o lokalnoj flori, fauni i kulturnoj baštini. Povezivanje s parkovima prirode i NP Sjeverni Velebit.
Zdravstveni i klimatski turizam	Iskoristiti buru! Bura je poznata po svom pozitivnom učinku na dišne puteve – idealno za osobe s respiratornim problemima. Razviti klimatske tretmane u suradnji s medicinskim stručnjacima (npr. inhalacijske terapije na otvorenom). Promovirati Karlobag kao "klimatsku oazu pod Velebitom".
Kulturni i povijesni turizam	Zašto? Karlobag ima bogatu povijest, crkve, kapelice, ostatke starih tvrđava. Preporuke: Oživljavanje kulturne rute kroz povijesni centar. Interaktivne ture uz lokalne vodiče (ili aplikacije). Tematski događaji poput "Vikenda viteške povijesti".
Nautički turizam i ronjenje	Zašto? Čisto more, mirne uvale i blizina otoka (Pag, Rab). Preporuke:

	Razviti male priveze i pontone za nautičare. Organizirati ronilačke ture – istraživanje podvodnih stijena i olupina.
Gastro turizam	Zašto? Spoj kontinentalne (velebitske) i primorske kuhinje. Preporuke: Promocija lokalnih specijaliteta: janjetina s Velebita, sir, med, rakije, riba i plodovi mora. Organizirati gastro-događanja i male festivale okusa (npr. "Okusi bure").

2.12.5. Preporuke za turističke usluge

Ponuda turističkih usluga u većoj je mjeri oslonjena na aktivnosti koje provodi Općina, TZ Karlobag i PP Velebita. Trebalo bi osvijestiti lokalno stanovništvo i privatne poduzetnike o mogućnostima privatnog poduzetništva u turizmu (pružanje usluga turističkih vodiča, najma kajaka i sl) jer je izgledno da će se broj turista u destinaciji Karlobag povećavati što bi trebalo pratiti porastom ponude turističkih usluga.

2.12.6. Preporuke za kvantitativne pokazatelje razvoja turizma

Analizom kvantitativnih podataka destinacije Karlobag moguće je segmentirati u slijedeće kategorije za koje su date preporuke:

Tablica 43 Preporuke za kvantitativne pokazatelje razvoja turizma u destinaciji Karlobag

dobna struktura	karakteristike	preporuke
Mladi (18–30 god.) – cca 25%	Putuju individualno ili u parovima, često motorima. Traže avanturu, društvene aktivnosti i povoljan smještaj.	Fokus na moto turizam, aktivni odmor (planinarenje, biciklizam, ronjenje). Promocija preko TikToka, Instagrama i influencera. Organizirati ljetne događaje (koncerti, "openair" zabave). Opremljeni kampovi i "budget" smještaj.
Obitelji s djecom (30–50 god.) – cca 35%	Putuju automobilom, traže sigurnost, mir, čisto more i sadržaj za djecu.	Razvoj obiteljskog turizma: plaže s dodatnim sadržajima, mini parkovi, animacije. Smještaj: apartmani, kuće za odmor. Uvođenje obiteljskih paketa i ponuda (npr. obiteljske karte za izlete na Velebit). Tematski sadržaji: "Bura i čarolija prirode" – interaktivne radionice za djecu.
Turisti zrelije dobi (50+ god.) – cca 40%	Pretežno iz Njemačke, Austrije, Slovenije. Cijene mir, prirodu i autentičnu kulturu.	Fokus na zdravstveni, klimatski i kulturni turizam. Ponuditi vođene ture, edukativne šetnje, wellness sadržaje (npr. masaže na otvorenom tijekom bure). Produženje sezone – travanj, svibanj, rujna (tzv. "zlatni gosti" izvan glavne sezone).

Prema spolnoj strukturi u destinaciji prevladavaju muškarci (cca 55%) Mnogi dolaze motorima ili autima (moto i avanturistički turisti), više ih zanima aktivnost, vožnja, ribolov, povijest.

Preporuke:

Promocija ribičkih dana, vožnji kroz kanjone i planine, moto ruta.

Razvoj outdoor adrenalinskih aktivnosti: quad ture, penjanje, planinarske ekspedicije.

Žena u destinaciji boravi cca 45% češće biraju relaksaciju, kulturu, gastronomiju, zainteresirane za prirodne ljepote i zdravstveni aspekt destinacije.

Preporuke:

Organizirati radionice prirodne kozmetike, izlete u botaničke lokalitete Velebita.

Promocija spa i wellness sadržaja uz more i buru.

Posebni aranžmani za posebne skupine (npr. aranžmani za žene).

U strukturi turista prema državi iz koje dolaze, domaćih turista ima oko 30%, dolaze najviše iz Zagreba, Rijeke, Zadra – uglavnom vikend gosti. Traže jednostavan odmor, pristupačne cijene i dobru hranu.

Preporuke:

Posebne vikend ponude, "last minute" akcije.

Povećati lokalne festivale hrane i vina.

Uključiti lokalne OPG-ove i iskustveni turizam.

Strani turisti čine oko 70% u ukupnom broju, najviše ih dolazi iz: Njemačke, Austrije, Slovenije, Češke.

Lojalni su gosti, često se vraćaju – traže autentičnost, sigurnost i prirodu.

Preporuke:

Višejezični vodiči i info-materijali.

Promocija "slowtourism" – opuštanje, istraživanje lokalne kulture.

Newsletteri i digitalni vodiči za ponudu van sezone.

Generalne preporuke mogu se svesti u slijedeće:

- Moto i aktivni turizam za mlađu publiku i muškarce.
- Zdravstveni i klimatski turizam uz valorizaciju bure za starije i žensku publiku.
- Obiteljski i kulturni turizam za srednju dob.
- Personalizirane ponude i paket-aranžmani prema profilu posjetitelja.

2.12.7. Preporuke za poboljšanje javne turističke infrastrukture

Kako bi se osigurala konkurentnost destinacije Karlobag predlaže se nekoliko primjera preporuka kojima bi se mogla poboljšati javna turistička infrastruktura:

- komunalna infrastruktura
 - sustavno uređenje oborinske i kanalizacijske mreže (posebno važno za kampove i privatni smještaj).
 - Unaprijediti sustav gospodarenja otpadom, uključujući eko-otoke i reciklažna dvorišta.
- Javna rasvjeta i sigurnost
 - LED rasvjeta na šetnicama i stazama.
 - Postavljanje kamera na ključnim točkama (centar, parkirališta – važna mjera za sigurnost moto turista).
- Uređenje javnih površina i zelenih zona
 - Hortikulturno uređenje trgova, sadnja autohtonih biljaka (smilje, lavanda).
 - Obnova fasada u staroj jezgri uz mogućnosti subvencija vlasnicima objekata.
- Digitalna infrastruktura
 - Besplatan Wi-Fi u centru, na plažama i šetnicama.
 - Aplikacija destinacije Karlobag – karta, događanja, prijedlozi ruta, upozorenja na buru i sl.

U skladu sa određenjem prema moto destinaciji potrebno je razviti posebnu infrastrukturu za specifične niše koji bi uključivali npr:

Moto turizam:

- Moto punktovi s osnovnim alatima i punjačima za mobitele.
- “Moto corner” u info centru – rute, mape, partneri (benzinske, servisi, smještaj).

Turizam povezan s burom:

- “Muzej bure” – edukativni centar o fenomenu bure, njezinoj snazi i učincima.
- Tematske staze s panoramskim pogledima i mjernim točkama (brzina vjetra, temperatura, visina).

Konkretna mjera uz prijedlog izvora financiranja predložene su u tablici niže.

Tablica 44 Preporuke za poboljšanje javne turističke infrastrukture u destinaciji Karlobag

Kategorija	Opis prijedloga	Prioritet	Mogući izvori financiranja
Uređenje plaža	Tuševi, WC-i, sjenila, plaže za pse i djecu	Visok	EU fondovi, TZ, lokalni proračun
Šetnice i biciklističke staze	Staze Karlobag–Velebit, rasvjeta, klupe, QR info točke	Visok	EU fondovi, Ministarstvo turizma
Prometna povezanost	Parkirališta za motore, taksi stajališta, turistički vlakić	Srednji	Lokalni proračun, HBOR
Turističko-informativni centar	Višejezični digitalni info centar + prodaja lokalnih proizvoda	Visok	TZ, Ministarstvo turizma
Komunalna infrastruktura	Kanalizacija, eko-otoci, zbrinjavanje otpada	Srednji	Fondovi za zaštitu okoliša, lokalni proračun
Javna rasvjeta i sigurnost	LED rasvjeta, nadzorne kamere na ključnim lokacijama	Srednji	Lokalni proračun, nacionalni fondovi
Uređenje javnih površina	Sadnja bilja, obnova fasada, mogućnost subvencija vlasnicima	Srednji	Program ruralnog razvoja, HBOR
Digitalna infrastruktura	Besplatan Wi-Fi, mobilna aplikacija destinacije	Visok	Ministarstvo turizma, EU digitalni fondovi
Infrastruktura za moto turizam	Moto punktovi s alatima i kartama, punjači, partnerstva sa servisima	Visok	TZ, sponzori, lokalni proračun
Iskorištavanje bure	Tematske staze, vidikovci, edukativni centar o buri	Srednji	EU fondovi, edukativni fondovi, TZ

2.12.8. Preporuke za komunalnu infrastrukturu

Destinacija Karlobag kontinuirano ulaže u komunalnu infrastrukturu i treba nastaviti u istom smjeru kako bi ispunila ključne ciljeve : unaprijedila osnovne životne uvjete za lokalno stanovništvo, podigla razinu usluge i zadovoljstvo turista te pozicionirala Karlobag kao **čistu, održivu i pametno upravljaju destinaciju**. Kao i u većini drugih destinacija problem koji se ovdje pojavljuje je zastarjela ili nedostatna kanalizacijska mreža u staroj jezgri i turističkim zonama što se može poboljšati sanacijom i proširenjem mreže u gusto naseljenim dijelovima te izgradnjom malih pročistača otpadnih voda (idealno za naselja i kampove uz

obalu). Za ovakve velike financijske investicije mogu se uz lokalni proračun koji je ograničen iskoristiti EU fondovi za zaštitu okoliša, Ministarstvo gospodarstva, lokalni proračun.

Ostale preporuke odnose se na:

1. Unaprijeđenje sustava gospodarenja otpadom

Postavljanje eko-otoka i pametnih kanti za otpad (senzori za popunjenost).

Promocija separacije otpada za turiste i iznajmljivače (letci, QR info točke).

Organizacija ljetnih akcija čišćenja obale uz sudjelovanje posjetitelja.

Sezonsko pojačanje odvoza otpada u najprometnijim tjednima.

2. Održiva javna rasvjeta

Zamjena postojeće rasvjete s LED lampama (ušteta + manje svjetlosno zagađenje).

Postavljanje rasvjete uz šetnice, vidikovce i staze do Baških Oštarija.

Ugradnja solarne rasvjete u manjim uvalama i na pristaništima.

3. Poboljšanje vodoopskrbe i pitkih izvora

Uređenje i označavanje javnih česmi s pitkom vodom (posebno važno za planinare, kampiste, moto turiste).

Optimizacija sustava vodoopskrbe u priobalju i brdskom zaleđu (pritisak, stabilnost ljeti).

4. Zelene površine i uređenje javnog prostora

Uređenje malih parkova, drvoreda i zelenih kutaka u centru mjesta.

Sadnja autohtonih biljnih vrsta (lavanda, ružmarin, smilje) uz javne površine.

Održavanje čistoće i redovitog zalijevanja u ljetnim mjesecima.

5. Uvođenje pametnih rješenja (Smart Karlobag)

Postavljanje digitalnih info-kioska (karte, događanja, upozorenja na buru).

Korištenje aplikacija za prijavu komunalnih problema i održavanje reda.

Uvođenje digitalnog sustava za upravljanje vodom, rasvjetom i otpadom.

2.12.9. Preporuke za digitalizaciju

Digitalizacija više nije opcija, već nužan korak za sve destinacije koje žele ostati relevantne i privlačne u uvjetima snažne konkurencije i promjenjivih očekivanja suvremenih putnika. Digitalizacija turističkih destinacija postala je jedan od ključnih elemenata suvremenog turizma, a njezinu važnost ističu vodeće institucije poput Svjetske turističke organizacije (UNWTO), Instituta za turizam Republike Hrvatske, kao i Europska komisija. Prema UNWTO-u, digitalna transformacija turizma omogućuje destinacijama da bolje razumiju potrebe posjetitelja, personaliziraju ponudu te upravljaju resursima na učinkovitiji i održiviji način. Ona također znatno doprinosi konkurentnosti destinacije na globalnom tržištu, gdje se donošenje odluka temelji na brzo dostupnim i kvalitetnim informacijama.

U kontekstu Hrvatske, Institut za turizam kontinuirano naglašava da digitalna prisutnost postaje presudna, osobito za manje destinacije poput Karlobaga. Digitalni alati ne samo da poboljšavaju promociju, već omogućuju i praćenje turističkog prometa u stvarnom vremenu, bolju organizaciju događanja te kvalitetniju komunikaciju s turistima. Također, digitalizacija olakšava integraciju lokalnih dionika – poput iznajmljivača i ugostitelja – u cjelokupni destinacijski sustav kroz edukacije i digitalne platforme.

Europska unija, kroz različite strategije i fondove (poput programa Digital Europe i inicijative Smart TourismCities), potiče digitalizaciju turizma kako bi sektor postao otporniji, održiviji i inovativniji. Naglasak je stavljen na razvoj pametnih destinacija koje koriste digitalne tehnologije za poboljšanje korisničkog iskustva, ali i za transparentno, održivo i participativno upravljanje turizmom

Nastavno na navedeno, temeljni ciljevi digitalizacije destinacije Karlobag mogu se svesti u slijedeće:

- Povećanje vidljivosti destinacije
- Povećanje zadovoljstva i angažmana turista
- Omogućavanje pametnog i održivog upravljanja destinacijom

Konkretni primjeri preporuka za digitalizaciju destinacije Karlobag mogu se konkretizirati kroz:

1. Izradu moderne i responzivne web stranice destinacije sa slijedećim karakteristikama:

- Višejezičnost (hrv, eng, njem, tal, slo).
- Fokus na iskustva, interaktivne karte, događanja, vremenske uvjete, buru.
- Integracija online booking mogućnosti za smještaj, izlete, vodiče.
- Redovno ažurirani blog s temama: „Što raditi kad puše bura“, „Moto vikend rute“, itd.

2. Mobilnu aplikaciju destinacije "Visit Karlobag" koja će sadržavati:

- Offline karte i vodiči.
- Preporuke po interesima (obitelj, planinarenje, moto, gastronomija).
- Navigacija do plaža, vidikovaca, staza, kulturnih lokacija.
- Notifikacije o događanjima, vremenu, buru alert sustav.
- Digitalni vodič "Od mora do Velebita".

3. Pametni info kiosci i digitalne signalizacije:

- Postaviti interaktivne info-pultove na ključnim lokacijama (centar, pristaništa, plaže).
- Uključiti mape, kulturne znamenitosti, vremensku prognozu, rute.
- Solarni ekrani za turističke informacije u prirodnim zonama.

4. Uvođenje sustava pametnog upravljanja destinacijom (Smart TourismTools)

- Analitika posjetitelja putem Wi-Fi konekcija i aplikacije (brojke, kretanje).
- Upravljanje komunalnim uslugama putem senzora (pametne kante, rasvjeta, voda).
- Digitalna platforma za upravljanje smještajem, eventima i iznajmljivačima (B2B).

5. Digitalni marketing i društvene mreže

- Redovna komunikacija na Facebooku, Instagramu, TikToku (video: „Velebitska bura“, „Moto rute uz more“).
- Influencer kampanje za aktivni i moto turizam.
- SEO optimizacija stranice + Google Maps, TripAdvisor i OTA prisutnost.

6. QR kod sustav po cijeloj destinaciji

- Na plažama, stazama, kulturnim lokacijama.
- Vodi do video priča, audio vodiča, fotografija nekada i sada („Karlobag nekad i danas“).
- Edukativne točke o buri, Velebitu, flori/fauni.

7. Edukacija lokalnih iznajmljivača i poduzetnika

- Besplatne radionice: „Digitalni marketing za iznajmljivače“, „Kako do više recenzija“, „Booking platforme“.
- Izrada šablona za oglase i prezentacije (npr. kako prezentirati objekt online).

2.12.10. Preporuke za infrastrukturu digitalne tehnologije

Kako bi se Karlobag kvalitetno pozicionirao kao suvremena, konkurentna i pametna turistička destinacija, nužno je ulaganje u infrastrukturu digitalne tehnologije koja će podržati efikasnije upravljanje, bolju promociju te unaprijediti iskustvo posjetitelja.

Preporuke koje se odnose na ključna područja digitalne infrastrukture su:

1. Prije svega, potrebno je **razviti modernu, responzivnu i sadržajno bogatu službenu web stranicu destinacije**, koja će biti dostupna na više jezika (hrvatski, engleski, njemački, talijanski i slovenski). Web stranica bi trebala sadržavati ažurne informacije o smještaju, događanjima, gastronomiji, prirodnim ljepotama i kulturnoj baštini, ali i nuditi interaktivne karte, mogućnosti online rezervacija te prijavu boravka. Ključno je da sadržaj bude optimiziran za mobilne uređaje, budući da većina posjetitelja pristupa informacijama putem pametnih telefona.
2. Uz web stranicu, preporučuje se **razvoj mobilne aplikacije destinacije "Visit Karlobag"**, koja bi turistima pružala digitalne vodiče, navigaciju do atrakcija, pregled lokalnih događanja, personalizirane preporuke i notifikacije u stvarnom vremenu – primjerice, o vremenskim uvjetima, stanju na cestama ili posebnim događanjima. U aplikaciju bi se mogla integrirati i funkcionalnost za slanje upozorenja u slučaju jake bure, što bi posebno koristilo moto turistima i planinarima.
3. Također, preporučuje se **postavljanje interaktivnih info-kioska i digitalnih zaslona** na ključnim točkama destinacije – u središtu mjesta, uz plaže, na pristaništu, te kod ulaza u planinske staze. Kiosci bi trebali nuditi informacije o smještaju, atrakcijama, prometu i vremenu, a idealno je da budu solarno napajani i prilagođeni osobama s invaliditetom.
4. Vrlo važan korak u digitalizaciji destinacije je i **uvođenje besplatne javne Wi-Fi mreže na frekventnim mjestima** – poput centra mjesta, plaža, šetnica i vidikovaca. Osim što povećava dostupnost informacija turistima, Wi-Fi mreža može služiti i za prikupljanje anonimnih podataka o kretanju posjetitelja, što je korisno za upravljanje turizmom.
5. Karlobag bi trebao **razviti i QR kod sustav**, koji bi se postavljao na kulturne i prirodne točke interesa. Skenerom koda posjetitelji bi mogli pristupiti dodatnim informacijama, audio vodičima, starim fotografijama ili virtualnim turama. Time bi se obogatilo turističko iskustvo i promovirala lokalna baština na moderan način.
6. S obzirom na važnost sigurnosti i održivosti, preporučuje se **implementacija pametne javne rasvjete**, koja bi bila energetske učinkovita i povezana s digitalnim sustavom upravljanja. Uz to, moguće je uvesti pametne kante za otpad sa senzorima popunjenosti, što bi optimiziralo komunalne usluge u sezoni.
7. Na razini lokalnih dionika, ključno je **provoditi edukacije za privatne iznajmljivače i poduzetnike o korištenju digitalnih alata**, marketinga na društvenim mrežama, upravljanju reputacijom i prisutnosti na online platformama. Time se osnažuje lokalna zajednica i podiže kvaliteta cjelokupne turističke ponude.

2.12.11. Preporuke za digitalnu povezanost

Za unapređenje digitalne povezanosti destinacije Karlobag preporučuje se uvođenje **besplatne javne Wi-Fi mreže** na ključnim turističkim lokacijama poput centra mjesta, plaža, pristaništa i planinarskih staza. Time se omogućuje bolja dostupnost informacija za posjetitelje te prikupljanje korisnih podataka za upravljanje destinacijom.

Uz to, važno je osigurati **kvalitetnu mobilnu mrežu i pokrivenost signalom na cijelom području**, uključujući i zaleđe i visinske zone Velebita. Digitalna povezanost također podrazumijeva implementaciju **QR kod sustava na atrakcijama**, koji vodi do online vodiča, virtualnih tura i dodatnih informacija o kulturnim i prirodnim znamenitostima.

Ove mjere ne samo da podižu razinu usluge za turiste, već i jačaju imidž Karlobaga kao pametne i pristupačne destinacije.

2.12.12. Preporuke za pametni grad i destinaciju

Integraciju novih tehnologija i inovacija u svakodnevne usluge i infrastrukturu može pomoći da se destinacija Karlobag odredi kao smartcity destinacija. S obzirom na svoje prirodne ljepote i kulturnu baštinu Karlobag također ima potencijal postati prepoznatljiv u turističkom sektoru kao digitalna destinacija koja nudi inovativna i održiva iskustva. Primjer prijedloga kojima bi to bilo moguće postići su:

1. Pametno upravljanje (Smart Governance)

Uvođenje digitalne platforme za prijavu komunalnih problema (npr. mobilna aplikacija).

Online sustav za građanske inicijative i javna savjetovanja.

Digitalno vođenje evidencije lokalnih resursa i objekata.

2. Pametni turizam (Smart Tourism)

Mobilna aplikacija "Smart Karlobag" – info, karte, rute, događanja, bure alert.

QR kodovi na kulturnim, povijesnim i prirodnim lokalitetima.

Digitalni infokiosci i interaktivni vodiči na više jezika.

3. Pametna infrastruktura i održivost

LED pametna rasvjeta s automatskim uključivanjem/smanjivanjem svjetla.

Pametne kante za otpad s dojavljivačima popunjenosti.

Solarna rasvjeta i energetske učinkovite javna rješenja.

4. Pametna mobilnost

Uvođenje mini e-vozila ili turističkog vlaka za povezivanje plaža i centra.

E-punionice za električne automobile i bicikle.

Digitalni sustav upravljanja prometom i parkiranjem (senzori i aplikacija).

5. Digitalna povezanost i dostupnost

Besplatan Wi-Fi na ključnim točkama (plaže, trg, pristanište, planinarske staze).

Pojačanje mobilnog i internet signala u ruralnim i visinskim dijelovima.

Edukacije za građane i poduzetnike o digitalnoj pismenosti i e-uslugama.

6. Analitika i podaci (Smart Data)

Korištenje anonimnih podataka (npr. putem Wi-Fi sustava) za analizu kretanja turista.

Otvoreni podaci za razvoj lokalnih aplikacija i rješenja (open data).

Alati za predikciju sezonskih potreba (voda, otpad, promet).

7. Edukacija i uključivanje zajednice

Radionice i programi za djecu i mlade – "Pametna Karlobag za budućnost".

Umrežavanje s drugim pametnim malim gradovima u Hrvatskoj i EU.

Aktivno uključivanje lokalnih OPG-ova i iznajmljivača u digitalni sustav.

2.12.13. Preporuke za upotrebu sustava za upravljanje odnosima s turistima

CRM (Customer Relationship Management) je informacijski sustav za upravljanje odnosima s korisnicima. U turizmu, to znači sustavno prikupljanje, pohranjivanje i analiza podataka o turistima, iznajmljivačima, partnerima i posjetiteljima s ciljem boljeg razumijevanja njihovih potreba i pružanja personaliziranih usluga.

Tablica 45 Koristi CRM-a za destinaciju Karlobag

Ciljano i učinkovitije oglašavanje	Slanjem personaliziranih newslettera i ponuda temeljenih na interesima turista (npr. moto vikend za posjetitelje koji su prethodno dolazili motorom). Segmentacija baza – obitelji, planinari, strani gosti, vikendaši.
Bolje razumijevanje turista	Prikupljanje podataka o ponašanju, preferencijama, vremenu dolaska, duljini boravka. Analiza povratnih informacija za prilagodbu ponude
Povećanje lojalnosti i povratka gostiju	Slanje zahvalnica, rođendanskih čestitki, posebnih ponuda za "vjerne goste". Sustav za "ponovni dolazak" s popustima ili poklonima
Koordinacija s lokalnim dionicima	Bolja komunikacija s privatnim iznajmljivačima, ugostiteljima i OPG-ovima. Lakše informiranje o događanjima, edukacijama i projektima.
Pametnije upravljanje destinacijom	CRM sustav kao baza za odluke u razvoju turizma, temeljem stvarnih potreba tržišta. Brza identifikacija tržišnih trendova i ponašanja turista

CRM bi omogućio Karlobagu profesionalnije upravljanje destinacijom, jaču povezanost s gostima i lokalnim dionicima te stvaranje osobnijeg, kvalitetnijeg i dugoročno održivog odnosa s posjetiteljima. U tom kontekstu (uz napomenu da niže navedeno ne treba shvatiti kao reklamu već samo pregled mogućih alata) navedeni su neki od postojećih CRM sustava koji su besplatni i prikladni za manje destinacije u svojim free verzijama:

Tablica 46 Pregled CRM verzija prikladnih za manje destinacije poput Karlobaga

Zašto je pogodan za Karlobag?		Dostupan besplatno na:
Zoho CRM	Prilagodljiv, jednostavan za početnike, dostupan na hrvatskom jeziku Nudi besplatnu verziju za manji broj korisnika Segmentacija turista, automatizacija mailova, praćenje komunikacije Omogućuje povezivanje TZ-a, iznajmljivača i turista u jedinstven sustav	https://www.zoho.com/crm
HubSpot CRM (besplatna verzija)	2Besplatan osnovni CRM bez vremenskog ograničenja Snažan za email marketing, bazu kontakata, praćenje ponašanja korisnika Idealno za vođenje odnosa s gostima, suradnicima i partnerima Jednostavna implementacija, sve na jednom mjestu	https://www.hubspot.com/product/s/crm

Mailchimp CRM (uz email marketing)	Fokusan na kontakt baze i slanje personaliziranih newslettera Automatske poruke za goste (npr. "Hvala na posjetu", "Vidimo se opet!") Besplatna verzija s ograničenjem broja mailova Odličan za digitalne kampanje prema segmentiranim grupama turista	https://mailchimp.com
Bitrix24 (CRM + komunikacija)	CRM + upravljanje projektima + komunikacija s timom (chat, zadaci) Prikladno za Turističku zajednicu s više suradnika Nudi mobilnu aplikaciju i cloud verziju Mogućnost uključivanja volontera i lokalnih partnera	https://www.bitrix24.com

2.12.14. Preporuke za upotrebu online rezervacijskih sustava

Aktivna primjena online rezervacijskih sustava osnažuje lokalno gospodarstvo, povećava prihode izvan glavne sezone i čini destinaciju dostupnijom i atraktivnijom suvremenim putnicima. Jednu od temeljnih koordinatorskih uloga u realizaciji ovih preporuka ima TZ Karlobag (u edukativnom smislu) koja može organizirati radionice za iznajmljivače i OPG-ove: "Kako raditi s Booking-om i Airbnb-em", "Kako koristiti channel manager", uvesti vodič za digitalnu prisutnost: kako se predstaviti online, pravilno ispuniti profil, komunicirati s gostima te promicati destinaciju kao "bookable" – lako dostupna, transparentna i profesionalna.

Uz navedeno, mogu se primijeniti i ostale preporuke:

Tablica 47 Preporuke za upotrebu online rezervacijskih sustava za destinaciju Karlobag

Uvođenje lokalne platforme	zajedničke booking	Turistička zajednica može razviti centraliziranu online platformu za rezervacije smještaja, izleta i lokalnih aktivnosti (npr. "booking.karlobag.hr"). Omogućuje rezervacije bez provizije te promicanje lokalnih OPG-ova, vodiča i domaćina. Sustav se može povezati s već postojećim softverima (npr. Rentlio, MyRent).
Korištenje platformi koordinaciju	globalnih uz	TZ može ponuditi edukacije i podršku za unos objekata, upravljanje recenzijama i cijenama.
Integracija s channel managerima	channel	Preporučuje se povezivanje smještaja sa sustavima poput: Rentlio (HR proizvod, jednostavan za male iznajmljivače) MyRent (HR, naprednije funkcije) Lodgify (međunarodni, jednostavan web + booking alat) Time se omogućuje automatska sinkronizacija kalendara, cijena i raspoloživosti na više kanala.
Online booking za doživljaje i aktivnosti	booking za	Razviti sustav online rezervacija za: planinarske ture, izlete na Velebit, vođene šetnje ribarske večeri, degustacije, moto vožnje, e-bike najam Korištenje platformi kao što su GetYourGuide, Viator ili lokalnih rješenja (npr. Ferajna.hr).
Upotreba ORS za evente i manifestacije	ORS za	Omogućiti online prijave i rezervacije za lokalne festivale, moto vikende, gastro događaje putem integriranog sustava na web stranici TZ-a. Naplatu karata ili prijave sudionika putem sustava kao što su Entrio, Eventbrite ili besplatne Google forme

2.12.15. Preporuke za edukacije i digitalne vještine

Kako bi se poboljšala razina digitalnih vještina, destinacija Karlobag ima mogućnost provesti slijedeće edukacije:

Tablica 48 Prijedlog aktivnosti za podizanje stupnja digitalnih vještina na razini destinacije Karlobag

vrsta digitalne vještine	cilj	primjer edukacija
Osnove digitalnih vještina	Uvesti polaznike u svakodnevnu upotrebu računala, interneta i osnovnih alata	Korištenje e-maila (slanje, spremanje, organizacija) Osnovno korištenje Google alata (Gmail, Google Maps, YouTube) Pretraživanje informacija i zaštita privatnosti na internetu
Digitalna prisutnost malih iznajmljivača	Unaprijediti online prisutnost i vidljivost smještajnih objekata	Kako se pravilno predstaviti na Booking.com, Airbnb, Google Maps Fotografije i opisi koji prodaju Upravljanje recenzijama i komunikacija s gostima
Osnove digitalnog marketinga za turizam	Pomoći lokalnim pružateljima usluga u promociji destinacije i ponude	Uvod u digitalni marketing (SEO, društvene mreže, oglasi) Kako voditi Facebook i Instagram profil (objave, priče, poruke) Osnove oglašavanja – Facebook Ads i Google Ads Primjeri uspješnih kampanja iz malih destinacija
Alati za izradu vizuala i promociju (Canva, Google Forms, QR kodovi)	Naučiti koristiti besplatne alate za jednostavnu samostalnu promociju	Kako izraditi letak, objavu ili banner u Canvi Korištenje QR kodova na plakatima, brošurama i infotočkama Izrada jednostavnih obrazaca za prijave ili rezervacije (Google Forms)

2.12.16. Preporuke za digitalnu integraciju lokalnih pružatelja usluga

Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga u destinaciji Karlobag omogućava jedinstven nastup destinacije, potiče suradnju i vidljivost lokalnih dionika, te podiže kvalitetu usluge i doživljaja turista. Ključ je u podršci, jednostavnim rješenjima i povezivanju svih u jedan digitalni sustav. Preporuke za digitalnu integraciju lokalnih pružatelja usluga u destinaciji Karlobag:

1. Izrada digitalne baze pružatelja usluga

Turistička zajednica Karlobag može kreirati centralizirani registar smještajnih objekata, ugostiteljskih objekata, OPG-ova, vodiča, trgovina i obrtnika.

Baza se koristi za:

- zajedničku promociju na web stranici destinacije
- uključivanje u e-mail kampanje i informiranje
- umrežavanje i zajedničke ponude (npr. paket: noćenje + izlet + degustacija)

2. Zajednički online booking sustav ili povezivanje s postojećim

Povezati lokalne iznajmljivače, OPG-ove i partnere u jedinstveni online sustav rezervacija koji se može integrirati na web stranicu TZ Karlobag.

Alternativno, omogućiti povezivanje s već poznatim platformama (Booking, GetYourGuide, AirbnbExperiences) kroz edukacije i podršku.

3. Profiliranje lokalnih usluga na digitalnim kanalima TZ-a

Redovito predstavljati lokalne pružatelje usluga putem:

- društvenih mreža TZ-a (Instagram/Facebook priče, postovi, intervjui)

- bloga na web stranici (npr. „Upoznajte našeg OPG-a tjedna“)
- newslettera za turiste i partnere

Cilj: stvaranje osjećaja zajednice i vidljivosti „malih“ poduzetnika.

4. Digitalna oznaka kvalitete (lokalni digitalni certifikat)

Uvesti oznaku npr. “Karlobag Digital Ready” za one koji:

- imaju ažurirane profile na Google Mapsu/TripAdvisoru
- koriste online sustav za rezervacije
- komuniciraju putem e-maila i društvenih mreža

Time se potiče podizanje digitalne razine usluge kroz pozitivnu konkurenciju.

5. Organizacija edukacija i digitalne podrške

Provesti edukacije o digitalnim alatima, marketingu i upravljanju recenzijama.

Uspostaviti kontakt osobu u TZ-u za digitalnu podršku pružateljima usluga.

Uvesti digitalne “drop-in” dane za pomoć oko registracija, unosa na platforme, izrade profila.

6. Uključivanje pružatelja usluga u aplikaciju destinacije

U razvoj mobilne aplikacije destinacije “Visit Karlobag” uključiti:

- geo-lokaciju i kontakt svakog registriranog pružatelja usluga
- mogućnost direktnog poziva, rezervacije ili slanja upita
- preporuke i ocjene korisnika

7. Korištenje CRM sustava za upravljanje odnosima

Uvesti jednostavan CRM sustav kako bi TZ mogla:

- slati personalizirane obavijesti i pozive partnerima
- pratiti suradnju i aktivnosti svakog dionika
- segmentirati usluge prema vrsti (smještaj, gastronomija, izleti...)

2.12.17. Preporuke za sigurnost i privatnost

Kibernetička sigurnost

Kibernetička sigurnost u destinaciji Karlobag treba biti integrirani dio digitalne strategije, uz tehničku zaštitu, edukaciju korisnika i pravne okvire (GDPR). Na taj način štiti se imidž destinacije, povjerenje turista i sigurnost lokalnih sustava.

Neki od prijedloga kako osigurati kibernetičku sigurnost u destinaciji Karlobag.

Tablica 49 Preporuke za kibernetičku sigurnost destinacije Karlobag

Sigurna Wi-Fi mreža za turiste i građane	Osigurati da javni Wi-Fi ima: odvojenu mrežu za administraciju i za korisnike automatsko isključivanje uređaja nakon određenog vremena stranicu za prijavu (login portal) s osnovnim uvjetima korištenja Redovito ažurirati firmwarerutera i pristupnih točaka
Zaštita službenih web stranica i aplikacija	Uvijek koristiti HTTPS protokol (SSL certifikat) Redovno ažurirati CMS sustave (npr. WordPress), dodatke i teme Implementirati dvofaktorsku autentifikaciju (2FA) za administratore Redovito raditi backup svih podataka i sadržaja
Edukacija djelatnika i iznajmljivača o sigurnosti	Provesti kratke radionice ili upute o: prepoznavanju phishing napada i lažnih poruka

	sigurnom upravljanju lozinkama (duge, jedinstvene, uz 2FA) sigurnom rukovanju podacima gostiju (GDPR) Uputiti iznajmljivače kako zaštititi vlastite uređaje i Wi-Fi mreže
Sigurno upravljanje podacima (GDPR usklađenost)	Prikupljati samo nužne podatke od gostiju (npr. za newsletter, rezervaciju) Imati jasnu politiku privatnosti na web stranici Osigurati pohranu osobnih podataka u zaštićenim sustavima (CRM, booking) Omogućiti korisnicima pravo na brisanje i pristup podacima
Suradnja s informatičarima i stručnjacima za sigurnost	Angažirati IT podršku za: redovite sigurnosne provjere sustava (penetrationtesting) postavljanje vatrozida (firewall) i antivirusne zaštite održavanje servera i osjetljivih podataka (posebno za TZ)
Sigurno online plaćanje	Za sve vrste online rezervacija i plaćanja koristiti pouzdane payment procesore (npr. Stripe, PayPal, CorvusPay) Nikad ne prikupljati ili pohranjivati podatke kartica lokalno Potvrde i računi šalju se putem sigurnih kanala (npr. e-mail s enkripcijom)
Kontinuirano praćenje i prevencija	Postaviti sustav za praćenje sumnjivih aktivnosti (npr. pokušaji pristupa, prijave s nepoznatih IP adresa) Voditi sigurnosni dnevnik (logovi pristupa) za administrativne sustave Redovito testirati sustave za moguće slabosti

Usklađenost s GDPR regulativama

GDPR (General Data Protection Regulation) je europska regulativa o zaštiti osobnih podataka, koja se primjenjuje i u Hrvatskoj. Ona obvezuje sve subjekte (uključujući Turističke zajednice, iznajmljivače i OPG-ove) koji prikupljaju, obrađuju i pohranjuju osobne podatke građana EU.

Tablica 50 Kako se destinacija Karlobag može uskladiti sa GDPR-om?

Na web stranici TZ-a Karlobag i svim povezanim online uslugama (aplikacije, newsletteri) mora postojati vidljiva i razumljiva politika privatnosti.	Mora sadržavati informacije o: • tko prikuplja podatke • koje podatke se prikuplja (ime, e-mail, IP adresa, rezervacije) • u koju svrhu (promocija, rezervacije, komunikacija) • koliko dugo se čuvaju • kako korisnik može zatražiti brisanje ili pristup podacima
Prikupljati samo podatke koji su nužni	Podaci se smiju prikupljati isključivo u svrhe koje su jasno definirane (npr. slanje newslettera, evidencija rezervacije). Ne prikupljati podatke "za svaki slučaj". Potrebna je privola korisnika ako se podaci koriste za marketing ili praćenje ponašanja.
Sigurna pohrana podataka	Osobni podaci moraju biti pohranjeni na sigurnim serverima, zaštićeni lozinkama i (gdje je moguće) enkripcijom. Tko ima pristup tim podacima mora biti jasno definiran (npr. zaposlenici TZ-a, vanjski suradnici uz ugovor).
Pravo korisnika na pristup, ispravak i zaborav	Turist koji ostavi podatke ima pravo: • zatražiti kopiju svojih podataka • zatražiti ispravak netočnih informacija • zatražiti brisanje svojih podataka ("pravo na zaborav") • Mora postojati jasan kanal za ostvarivanje tih prava (e-mail, obrazac na webu)

2.12.18. Preporuke za unaprjeđenje digitalizacije

Digitalizacija predstavlja ključnu priliku za male destinacije poput Karlobaga da povećaju svoju vidljivost, podignu kvalitetu usluge i postanu konkurentnije na turističkom tržištu. Kako bi Karlobag unaprijedio svoju digitalnu prisutnost i iskoristio sve prednosti suvremenih tehnologija, preporučuje se strateški pristup digitalnoj transformaciji koji uključuje **informiranje, povezivanje i aktivno uključivanje lokalne zajednice**.

Prvi korak u tom procesu je **izgradnja središnje digitalne platforme** – suvremene, responzivne web stranice destinacije koja objedinjuje sve informacije relevantne za posjetitelje, ali i za lokalne dionike. Ova platforma trebala bi sadržavati interaktivne karte, pregled kulturnih i prirodnih znamenitosti, dostupne aktivnosti, informacije o smještaju, lokalnim proizvođačima, kao i kalendar događanja. Web stranica mora biti optimizirana za mobilne uređaje te dostupna na više jezika, kako bi se dodatno približila inozemnim posjetiteljima.

Uz web platformu, preporučuje se **razvoj mobilne aplikacije** koja posjetiteljima omogućuje jednostavnu navigaciju po destinaciji, pregled staza, vođenih tura i sadržaja na temelju lokacije i interesa. U aplikaciju se može integrirati i tzv. „bura alert“ ili druge lokalne specifičnosti koje Karlobag razlikuju od drugih destinacija. Važno je omogućiti i QR kodove na lokacijama od interesa, koji vode do audio vodiča, video sadržaja i lokalnih priča, čime se turističko iskustvo dodatno obogaćuje.

Ključni element uspješne digitalizacije je i **osnaživanje lokalnih pružatelja usluga** – iznajmljivača, OPG-ova, vodiča i udruga. Njima treba omogućiti edukacije o digitalnom marketingu, društvenim mrežama, upravljanju recenzijama i korištenju online rezervacijskih sustava. Također, nužno je razviti model digitalne integracije kroz koji će svi lokalni dionici biti uključeni u zajedničku online ponudu – bilo putem web platforme, aplikacije ili zajedničkog CRM sustava koji omogućuje koordinaciju i komunikaciju.

Posebna pažnja treba se posvetiti **razvoju besplatne javne Wi-Fi mreže** na frekventnim mjestima, kao i jačanju mobilne i internetske infrastrukture, osobito u prirodnim područjima gdje se odvija većina turističkih aktivnosti. Pritom je važno osigurati da svi digitalni sustavi budu usklađeni s GDPR regulativom i da se osobni podaci posjetitelja čuvaju na siguran i odgovoran način.

Zaključno, digitalizacija Karlobaga ne treba biti tehnološki „skok“ u nepoznato, već pažljivo osmišljen proces koji koristi tehnologiju kao alat za povezivanje prirodnih resursa, kulturne baštine i lokalnih zajednica u jedno prepoznatljivo i kvalitetno turističko iskustvo. Upravo kombinacija autentičnosti i suvremenih digitalnih rješenja može Karlobag pozicionirati kao modernu destinaciju u skladu s trendovima pametnog i održivog turizma.

2.12.19. Preporuke za povećanje razine pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

Fizička pristupačnost

Kako bi destinacija bila uključiva i pristupačna svima, važno je sustavno raditi na povećanju fizičke pristupačnosti. Pristupačnost nije samo pravna obveza, već i znak društvene odgovornosti te temelj za razvoj održivog i inkluzivnog turizma. U nastavku su preporuke koje bi destinacija poput Karlobaga trebala razmotriti kako bi osigurala jednaku mogućnost uživanja u turističkoj ponudi za sve posjetitelje.

Tablica 51 Preporuke za poboljšavanje fizičke pristupačnosti destinacije Karlobag

analiza postojeće infrastrukture	utvrditi stanje pristupačnosti javnih prostora, objekata i staza. Potrebno je identificirati fizičke barijere, poput stepenica bez rampe, uskih prolaza, neadekvatnih sanitarnih čvorova ili nepostojećih taktilnih oznaka. Nakon toga, destinacija bi trebala donijeti jasan plan prilagodbi s prioritetima i rokovima.
urediti javne površine i prometnu infrastrukturu tako da omogućuju sigurno i samostalno kretanje osoba s invaliditetom	izgradnju ili obnovu nogostupa sa spuštenim rubnjacima, taktilne vodilice za slijepe osobe, jasno označena i rezervirana parkirna mjesta te postavljanje prometne signalizacije prilagođene osobama s oštećenjima vida i sluha
Pristup plažama i prirodnim atrakcijama	pristup treba biti omogućen pomoću mobilnih rampi, podloga za invalidska kolica, dostupnih sanitarnih čvorova te, gdje je moguće, i ugradnjom liftova ili posebnih dizala za ulazak u more. Postavljanje info-tabli s piktogramima i kontrastnim bojama, kao i izrada audio vodiča ili vodiča na znakovnom jeziku može dodatno poboljšati snalaženje i doživljaj za osobe s oštećenjima vida i sluha.
pristupačnost atrakcija	Turistički i kulturni objekti – poput muzeja, vidikovaca, centara za posjetitelje – trebali bi imati pristupačne ulaze, sanitarne čvorove i unutarnje prilagodbe (npr. izložbeni materijali na Brailleovom pismu, titlovi na video sadržajima, indukcijske petlje za osobe sa slušnim pomagalicama).
Edukacija lokalnih pružatelja usluga o inkluzivnosti	Osim fizičkih rješenja, ključno je i educirati lokalne pružatelje usluga o važnosti pristupačnosti, kao i o konkretnim načinima kako poboljšati svoju uslugu (npr. kako komunicirati s osobom s invaliditetom, kako prilagoditi smještajnu jedinicu). Potrebno je razviti katalog pristupačnih objekata i usluga, koji bi bio dostupan na web stranici destinacije i u tiskanom obliku, jasno označavajući što je i za koga prilagođeno.
suradnja s udrugama osoba s invaliditetom	udruge mogu dati stručne savjete, provesti testiranja pristupačnosti te uključiti korisnike u osmišljavanje rješenja. Time se osigurava da sve mjere odgovaraju stvarnim potrebama korisnika.

Ulaganjem u fizičku pristupačnost, destinacija ne samo da pokazuje društvenu osjetljivost, već i širi svoju ciljanu skupinu, povećava konkurentnost te stvara temelje za razvoj turizma za sve – koji postaje standard, a ne iznimka.

Komunikacijska pristupačnost

Povećanje komunikacijske pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom ključno je za stvaranje inkluzivnog turističkog iskustva koje omogućuje svima jednak pristup informacijama, uslugama i doživljajima. Komunikacijska pristupačnost obuhvaća jasnu, razumljivu i dostupnu komunikaciju – za osobe s oštećenjima vida, sluha, govora, kognitivnim poteškoćama, kao i za one slabije pismenosti ili stranog jezika.

Kako bi destinacija poput Karlobaga unaprijedila komunikacijsku pristupačnost, preporučuje se nekoliko ključnih smjerova djelovanja.

Prvi i najvažniji korak je **osigurati da sve informacije o destinaciji budu dostupne u više oblika**. To znači da web stranica turističke zajednice, brošure, informativni panoi i drugi promotivni materijali trebaju biti prilagođeni osobama s različitim potrebama. Na primjer, web stranica mora biti izrađena prema smjernicama digitalne pristupačnosti (WCAG 2.1) – omogućujući korisnicima korištenje čitača ekrana, navigaciju tipkovnicom, promjenu kontrasta i veličine teksta. Tekstovi trebaju biti napisani jasnim i jednostavnim jezikom, bez stručnog žargona i kompliciranih rečenica.

Za osobe s **oštećenjem vida**, **preporučuje se izrada audio vodiča i zvučnih materijala** koji se mogu preuzeti s web stranice ili koristiti putem aplikacije. Uz to, fizički informacijski punkto bi trebali imati materijale na Brailleovom pismu, kao i kontrastne oznake i piktograme koji olakšavaju snalaženje. Važno je i postavljanje taktilnih mapa na ključnim lokacijama.

Za osobe s **oštećenjem sluha**, **posebno je korisna upotreba videomaterijala s titlovima i/ili prijevodom** na hrvatski znakovni jezik. Informacijski centri mogu imati i tablete s videopozivom za tumače znakovnog jezika, a osoblje može proći osnovnu edukaciju o komunikaciji s gluhim osobama i korištenju neverbalnih znakova.

Osobama s **intelektualnim teškoćama i starijim osobama često pomaže kada su informacije dostupne u tzv. "lakom za čitanje" formatu**, koji koristi jednostavne riječi, kratke rečenice i ilustracije. Ovakve verzije informacija mogu biti dostupne u tiskanom obliku ili kao posebna sekcija na web stranici.

Važan dio komunikacijske pristupačnosti je i **edukacija lokalnih dionika** – djelatnika turističke zajednice, iznajmljivača, vodiča, ugostitelja – o pravilima pristupačne komunikacije. Osnovna pravila uključuju: uspostavljanje očnog kontakta, govor lica u lice, strpljenje pri slušanju, izbjegavanje omalovažavanja i jasnu, nenametljivu ponudu pomoći.

Također, preporučuje se izraditi **"Pristupačni vodič kroz destinaciju"** – koji sadrži sve informacije o objektima, sadržajima i uslugama prilagođenima osobama s invaliditetom, uključujući razinu njihove komunikacijske pristupačnosti. Ovaj vodič treba biti dostupan i u digitalnom i u tiskanom obliku.

Zaključno, komunikacijska pristupačnost ne odnosi se samo na tehnologiju, već i na kulturu komunikacije i spremnost destinacije da svakom posjetitelju pristupi s poštovanjem i razumijevanjem. Ulaganjem u ovakve prilagodbe, destinacija ne samo da ispunjava zakonske okvire, već postaje otvorena i poželjna za širi krug posjetitelja, što doprinosi održivom i uključivom razvoju turizma.

Društvena i kognitivna pristupačnost

Povećanje razine društvene i kognitivne pristupačnosti destinacije Karlobag osobama s invaliditetom predstavlja važan korak prema inkluzivnom turizmu, koji omogućuje da se svi posjetitelji osjećaju **dobrodošlo, sigurno i ravnopravno uključeni** u društvene i kulturne tokove destinacije.

Društvena pristupačnost podrazumijeva **stavove i ponašanje zajednice** – kako lokalni pružatelji usluga, turistički djelatnici i stanovnici pristupaju osobama s invaliditetom, dok se kognitivna pristupačnost odnosi na **razumljivost i mentalnu dostupnost informacija, prostora i usluga**, osobito za osobe s intelektualnim poteškoćama, autizmom, neurodivergencijama ili mentalnim zdravstvenim teškoćama.

Tablica 52 Preporuke za unaprjeđenje društvene i kognitivne pristupačnosti destinacije Karlobag

Podizanje svijesti i edukacija lokalne zajednice	Potrebno je organizirati radionice za iznajmljivače, djelatnike u turizmu, ugostitelje i javne službenike s ciljem razbijanja predrasuda te razvijanja vještina komunikacije i ophođenja s osobama s invaliditetom. Poseban naglasak treba biti na nenametljivoj pomoći, poštovanju autonomije korisnika i razumijevanju raznih oblika invaliditeta koji nisu nužno vidljivi.
razviti prostorno i sadržajno prevedene materijale za	Razviti materijale u formatu „lakom za čitanje“, koji koristi jednostavan jezik, uvećani font i ilustracije. Karte destinacije, brošure i vodiči trebaju

osobe s kognitivnim teškoćama	sadržavati jasne, dosljedne simbole i boje te izbjegavati pretrpanost informacijama. Također, turističke atrakcije mogu koristiti vođene ture prilagođene osobama s poteškoćama u razumijevanju, uz stručne edukatore ili asistente.
Osigurati tihe i mirne zone u javnim prostorima	Osigurati mirne zone poput plaža, trgova i manifestacija, gdje se osobe koje se osjećaju preopterećeno mogu povući. Ovakve „tihe zone“ postaju sve standardniji element pristupačnog turizma, osobito važan za osobe iz spektra autizma
isticati raznolikost i inkluziju kao vrijednosti	Kroz promociju i događanja, Karlobag bi trebao isticati inkluziju kao vrijednost npr. uključivanjem osoba s invaliditetom u kulturne i društvene programe, angažiranjem kao vodiča, umjetnika ili volontera. Takvim pristupom šalje se poruka da osobe s invaliditetom nisu samo pasivni korisnici sadržaja, već aktivni sudionici destinacije.
razviti sustav emocionalne i orijentacijske podrške	primjerice, osiguravanjem asistenta na zahtjev, jednostavnim komunikacijskim vodičima za ugostitelje ili dostupnošću informacijskog centra s osobljem educiranim za rad s osobama s kognitivnim teškoćama.

Društvena i kognitivna pristupačnost ne zahtijevaju nužno velika financijska ulaganja, već **promjenu pristupa, edukaciju i otvorenost zajednice**. Karlobag, kao manja destinacija s velikim potencijalom autentičnog doživljaja, može kroz takve mjere postati primjer **toplog, sigurnog i inkluzivnog mjesta** u kojem svatko može doživjeti prirodu, kulturu i zajednicu na svoj način – bez prepreka.

2.12. 20. Preporuke za povećanje organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Za destinaciju poput **Karlobaga**, koja kombinira bogatstvo prirodnih ljepota (more i planina), autentičnu kulturu i potencijal za razvoj specifičnih oblika turizma, ključno je povećati **organiziranost i dostupnost turističkih usluga**. Time se ne samo podiže kvaliteta boravka gostiju, već i jača konkurentnost destinacije, produljuje sezona i aktivira lokalna zajednica.

Tablica 53 Preporuke za povećanje organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji Karlobag

uspostaviti koordiniran i centraliziran sustav informiranja i upravljanja ponudom.	To uključuje dostupnost jasnih, ažurnih i preglednih informacija o svim turističkim uslugama – smještaju, gastronomiji, izletima, vodičima, kulturnim događanjima i prijevozu – na jednom mjestu. Takve informacije trebale bi biti objavljene na modernoj web stranici Turističke zajednice Karlobag, dostupnoj na više jezika i prilagođenoj mobilnim uređajima. Osim osnovnih opisa i kontakata, trebala bi sadržavati i kalendar događanja, online rezervacije, te poveznice na društvene mreže i kontakt centre.
poboljšanje fizičke dostupnosti usluga	Može se postići kroz bolju organizaciju lokalnog prijevoza, označavanje lokacija i signalizaciju. Uvođenje turističkog minibusa prijevoza ili shuttle usluge između centra Karlobaga, plaža, Baških Oštarija i atraktivnih prirodnih lokaliteta značajno bi povećalo mobilnost gostiju bez automobila. Također, jasno i dosljedno postavljene informativne ploče, putokazi, info-table i karte na terenu doprinose lakšem snalaženju.
jačati suradnju između pružatelja usluga	Ovdje se misli na suradnju između smještajnih objekata, ugostitelja, OPG-ova, izletničkih agencija i vodiča – kako bi se stvorile tematske i integrirane ponude . Primjerice, gost koji boravi u apartmanu mogao bi kroz istu platformu ili info-punkt rezervirati izlet na Velebit, kušati lokalne proizvode u OPG-u i posjetiti kulturni događaj – sve to uz jedan digitalni kanal. Time se olakšava korisničko iskustvo, povećava potrošnja i motivira dulji boravak.
razviti jedinstveni sustav evidencije i nadzora usluga	Uz pomoć npr. CRM-a ili digitalne baze podataka) kojim TZ može pratiti dostupnost, sezonske kapacitete, interese gostiju i kvalitetu usluge. Također, korisno je uspostaviti call centar ili info-liniju dostupnu turistima za sve upite, preporuke i hitne situacije.
produljenje radnog vremena osnovnih uslužnih točaka tijekom sezone	Poput trgovina, ljekarni, pošte, ali i info-centra te turističkih točaka. Organizacijski, TZ može potaknuti pružatelje usluga na usuglašeno radno vrijeme , pogotovo u danima kada se održavaju manifestacije ili pristaju veći brodovi/izletnici.
ulaganje u edukaciju kadra	Edukacija vodiča, konobara, recepcionara – kako bi imali osnovne vještine komunikacije na stranim jezicima, digitalne vještine i razumijevanje raznih profila gostiju (obitelji, motoristi, planinari, stariji gosti, osobe s invaliditetom)

Destinacija Karlobag može povećati dostupnost i organiziranost svojih usluga kroz bolju međusobnu povezanost lokalnih dionika, digitalizaciju komunikacije i promocije, fleksibilnost radnog vremena i jačanje korisničkog iskustva – čime se gradi imidž **funkcionalne, gostoljubive i profesionalne destinacije**.

Preporuke vezane uz stanje i potrebe ljudskih potencijala

Sustavno ulaganje u ljudske potencijale ključ je dugoročne održivosti destinacije Karlobag. Kvalitetno, motivirano i lokalno ukorijenjeno osoblje stvara dojam autentične i profesionalne destinacije koja zna prepoznati potrebe svojih posjetitelja.

Tablica 54 Preporuke vezane uz stanje i potrebe ljudskih potencijala

Analiza postojećih kapaciteta	Provesti mapiranje dostupnih kadrova u turizmu: ugostitelji, iznajmljivači, vodiči, animatori, sezonski radnici. Identificirati nedostatke kadrova u ključnim sektorima (npr. konobari, vodiči, informatori, recepcionari).
Edukacija i usavršavanje	Organizirati besplatne edukacije i radionice za: komunikacijske vještine poznavanje stranih jezika (osnovna razina engleski/njemački) digitalne vještine (rad na platformama, e-mail, društvene mreže) kvalitetu usluge i rad s gostima Suradnja s Plavim uredom, HZZ-om, HGK-om i obrazovnim institucijama
Privlačenje i zadržavanje sezonske radne snage	Poticaji za smještaj i prehranu sezonskih radnika (subvencije, suradnja s privatnim sektorom). Promicanje Karlobaga kao atraktivnog mjesta za sezonski i studentski rad.
Osnaživanje lokalne zajednice	Poticanje mladih i nezaposlenih na ulazak u turizam kroz OPG-ove, obiteljski smještaj ili vođenje izleta. Jačanje volonterskih programa u manifestacijama, info-centrima, udrugama. Razvijanje programa mentorstva između iskusnih pružatelja usluga i novih sudionika.
Profesionalizacija Turističke zajednice	Jačanje kapaciteta TZ-a kroz: stalnu edukaciju zaposlenika uspostavljanje suradnje s vanjskim stručnjacima (digitalni marketing, CRM, projekti) bolju komunikaciju i koordinaciju s lokalnim dionicima
Razvoj ljudskih potencijala u specifičnim nišama	Edukacija lokalnih vodiča za: moto turizam planinarski turizam klimatski i zdravstveni turizam Poticanje žena i mladih da se uključe u turističko poduzetništvo kroz izradu suvenira, vođenje kušaonica, lokalne ture i digitalne usluge.
Praćenje potreba tržišta rada	Uspostava lokalne baze podataka turističkih kadrova Suradnja s turističko-ugostiteljskim školama i fakultetima za praksu i zapošljavanje

2.12.21. Preporuke za istraživanje potreba međunarodnih dionika

Istraživanje potreba međunarodnih dionika otvara vrata ciljanoj suradnji, zajedničkim programima i boljem pozicioniranju Karlobaga na europskoj turističkoj karti. Sustavan pristup istraživanju, praćenje trendova i direktna komunikacija ključ su za kvalitetno umrežavanje i dugoročne benefite. Niže donosimo nekoliko preporuka kako uspostaviti smislenu i efikasnu suradnju sa međunarodnim dionicima:

1. IDENTIFICIRANJE RELEVANTNIH MEĐUNARODNIH DIONIKA

Za destinaciju poput Karlobaga, potencijalni međunarodni turistički partneri uključuju:

a) Turističke agencije i turoperator

Još preciznije - Agencije koje se bave:

- aktivnim turizmom (planinarenje, moto ture, biciklizam)
- zdravstvenim i klimatskim turizmom (gosti starije dobi, wellness programi)
- kulturnim i gastro turizmom (autentična iskustva)

Primjeri: TUI, Dertour, FTI, Eurobike, BookingKit partneri

b) Specijalizirane online platforme

GetYourGuide, Viator, AirbnbExperiences – gdje lokalni pružatelji mogu plasirati ture i aktivnosti
Partneri za digitalnu prodaju iskustava, planinarskih ruta i moto vožnji

c) Strane udruge i klubovi

Moto klubovi (Njemačka, Austrija, Slovenija) – idealni za promociju Jadranske magistrale i moto vikenda
Planinarska društva – posebno iz zemalja DACH regije (Njemačka, Austrija, Švicarska)
Udruge umirovljenika i zdravstvene udruge – za klimatski i wellness turizam

d) Inozemni tour-operateri za nišne segmente

Npr. organizatori slowtourism putovanja, “no flight” odmora, eko-tura, sportskih kampova

e) Inozemni novinari, blogeri i influenceri

Suradnja s putopiscima i influencerima specijaliziranim za prirodu, kulturu, moto putovanja

2. PRIJEDLOZI KAKO ISTRAŽITI POTREBE MEĐUNARODNIH DIONIKA

a) Izravni upitnici i intervjui

Slanje strukturiranih upitnika i anketa postojećim i potencijalnim partnerima (na engleskom i njemačkom jeziku)

Intervjui s predstavnicima agencija, klubova i platformi (online Zoom sastanci)

b) Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i B2B događanjima

Preporučeni sajmovi:

ITB Berlin, WTM London, FESPO Zürich, Boot Düsseldorf (za nautiku i aktivni turizam)

Cilj: direktan kontakt, prikupljanje povratnih informacija o interesima i tržišnim trendovima

c) Korištenje podataka i istraživanja tržišta

Analiza podataka TZ-a i HTZ-a o dolascima i interesima turista iz pojedinih zemalja

Pregled trendova u zemljama emitivnog tržišta (npr. rast wellness i senior turizma u Njemačkoj)

d) Suradnja s predstavništvima HTZ-a u inozemstvu

Konzultacije s uredima HTZ-a u Berlinu, Münchenu, Milanu, Parizu, Londonu

Zajedničke promotivne aktivnosti i testiranje interesa tržišta

3. ŠTO ISTRAŽIVATI KOD PARTNERA?

Koje tipove aranžmana ili sadržaja najviše traže njihovi klijenti?

Kolika je potražnja za malim i manje poznatim destinacijama s prirodnim i kulturnim sadržajem?

Koliki je interes za aktivni, moto, zdravstveni, slow i eko turizam?

Koje su prepreke suradnji – npr. pristupačnost, smještajni kapaciteti, digitalna ponuda?

Uz navedeno destinacija Karlobag može napraviti neke konkretne praktične preporuke poput:

- pripremiti **prezentacijski paket (Destination Info Pack)** za inozemne partnere – PDF na engleskom/njemačkom jeziku s opisom ponude, kontaktima i prijedlozima suradnje
- Razviti **englesku verziju CRM sustava ili partner zone** na web stranici TZ Karlobag
- Formirati **mali tim za međunarodnu suradnju i komunikaciju** s dionicima (TZ + partneri)
- Testno provesti **B2B kampanju prema 5–10 odabranih partnera** i prikupiti konkretne povratne informacije

2.12.22. Prijedlog suradnji s trećim stranama

Tablica 55 Prijedlozi suradnje sa trećim stranama za destinaciju Karlobag

prijedlog suradnje	oblici suradnje
Suradnja s medijima	Organiziranje press putovanja
	Press objave i članci
	PR kampanje
	Intervjui s lokalnim čelnicima i osobama iz turističke industrije
Suradnja s influencerima	FAM (Familiarization) tura
	Kreiranje sadržaja
	Instagram takeovers ili TikTok izazovi
	Specijalizirani sadržaj
Suradnja s turističkim agencijama	Razvoj tematskih turističkih paketa
	Specijalizirani turizam
	Uključivanje Karlobaga u regionalne ture
	Digitalna promocija
Sinergija između svih kanala	Koordinacija promocije
	Kreiranje zajedničkih kampanja

2.12.23. Preporuke vezane uz konkurenciju

Karlobag se trenutno nalazi u fazi umjerenog turističkog razvoja, s jasnim potencijalima za daljnji napredak. Iako je destinacija prepoznata po prirodnim ljepotama i strateškom položaju između mora i planine, suočava se s izazovima poput ograničene infrastrukture i niske gustoće naseljenosti.

Preporuke za jačanje konkurentnosti

- Razvoj tematskih ruta: Kreiranje planinarskih i biciklističkih staza koje povezuju obalu s planinskim dijelom može privući ljubitelje aktivnog odmora.
- Kulturne manifestacije: Organizacija festivala i događanja koji ističu lokalnu tradiciju i gastronomiju može povećati vidljivost destinacije.
- Povezivanje s nacionalnim parkovima: Promocija jednodnevnih izleta do obližnjih nacionalnih parkova poput Sjevernog Velebita i Plitvičkih jezera može obogatiti turističku ponudu.
- Digitalna promocija: Korištenje društvenih mreža i online platformi za promociju autentičnih iskustava i prirodnih ljepota Karlobaga može privući širu publiku.

Ono što destinaciju Karlobag može učiniti vidljivijom od konkurenata je pozicioniranje na do sada neiskorišteno tržište koje nema organiziranu konkurenciju unutar Hrvatske - destinacija se može odrediti kao moto-destinacija što će joj osigurati širu vidljivost i identitet. Uz orijentaciju prema moto turizmu, destinacija treba iskoristiti potencijal bure što također do sada konkurentne destinacije (Senj) nisu učinile.

Karlobag ima izniman potencijal za razvoj moto turizma jer se prirodno nalazi na ruti koju moto turisti već voze. Uz navedeno ima dodanu vrijednost: spoj mora i planine i još nije “zagađen” masovnim turizmom – što svi gosti a posebno moto gosti cijene.

Kako bi bila što konkurentnija destinaciju Karlobag treba pozicionirati kao “tiho utočište na najdinamičnijoj moto-ruti” – s autentičnim doživljajem, dobrom uslugom i nezaboravnim vožnjama.

4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA



4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA

Karlobag je specifična destinacija koja ima nekoliko izrazito autentičnih i nedovoljno iskorištenih resursa, što ga čini potencijalno vrlo atraktivnim za selektivne oblike turizma. Karlobag se može pohvaliti sljedećim atrakcijama koje imaju tržišni potencijal:

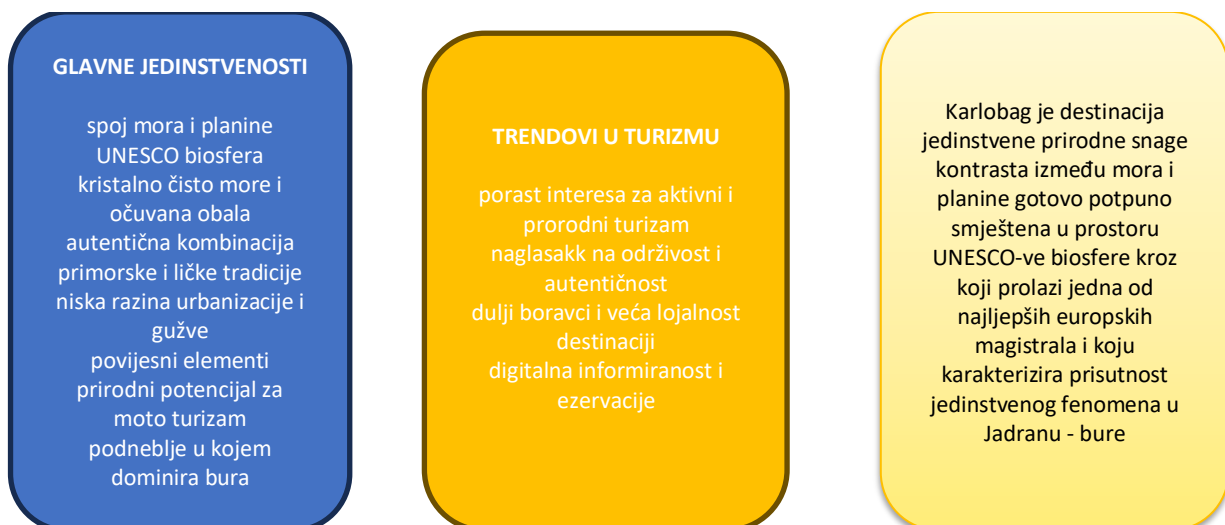
Tablica 56 Atrakcije destinacije Karlobag koje imaju tržišni potencijal

Prirodni resursi – snaga kontrasta	Morski resursi	Kristalno čisto more, netaknute plaže, niska razina urbanizacije – idealno za mirniji, ekološki prihvatljiv turizam.
	Planinski resursi (Velebit):	Blizina Parka prirode Velebit i NP Sjeverni Velebit omogućava sinergiju mora i planine – planinarenje, biciklizam, slobodno penjanje, promatranje flore i faune. Zaštićena područja (UNESCO Biosfera): Rijetkost na jadranskoj obali – idealno za razvoj ekoturizma, wellnesa u prirodi i edukacijskog turizma
	Jedinstvenost	Malo je destinacija na Jadranu koje nude doživljaj jutarnjeg kupanja u moru i poslijepodnevnog planinarenja na 1.500 m.
Kulturno-povijesni resursi – mali ali autentični	Kulturna baština	Ostaci Frankopanske kule, barokna crkva sv. Karla Boromejskog – kulturni resursi s potencijalom za male tematske ture.
	Tradicija i običaji Like pomiješani s primorskim utjecajima	Idealni za kreiranje tematskih dana, etno-manifestacija i gastronomskih događanja
	Stari trgovački putevi preko Velebita	Povijesne priče koje se mogu oživjeti kroz storytelling i vođene ture.
Klimatski i ambijentalni resursi	Čist zrak, mediteransko-planinska klima, bura	izuzetno pogodno za zdravstveni turizam, posebice u segmentu respiratorne rehabilitacije. Mala naseljenost, tišina, autentičnost – savršeno za slowtourism, digitalni detox, retreatove.

4.1. Pozicioniranje destinacije Karlobag

Pozicioniranje destinacije Karlobag rezultat je presjeka njenih glavnih atrakcija i aktualne i buduće potražnje na turističkom tržištu.

Shema 1 Specifičnosti obilježja destinacije Karlobag u odnosu na okruženje i destinacije koje nude slične turističke proizvode



Temelj razvoja Karlobaga nije u masovnom turizmu, već u održivom korištenju prirodnih i kulturnih resursa, uz razvoj selektivnih oblika turizma koji odgovaraju suvremenim trendovima i vrijednostima – poput autentičnosti, održivosti, zdravog života i mira.

Temelj turističkog razvoja i turističkog pozicioniranja destinacije Karlobag trebali bi biti:

1. Prirodni resursi

Spoj mora i planine (Velebit) – jedinstvena geografska pozicija omogućuje razvoj aktivnog odmora, ekoturizma, wellnesa u prirodi i sportskog turizma.

Prirodna pojanakarakteristička za usko područje i specifično za ovaj kraj u svjetskim razmjerima - bura Kristalno čisto more i očuvana obala – temelj za kupališni, rekreativni i obiteljski turizam.

Park prirode Velebit i blizina NP Sjeverni Velebit – potencijal za stvaranje jedinstvenih turističkih ruta i prirodnih doživljaja.

2. Kulturno-povijesna baština

Povijesne građevine poput Frankopanske kule, crkava i tradicionalne arhitekture.

Očuvana tradicija i običaji Like i obale, idealni za razvoj kulturnog i gastro turizma.

3. Autentičnost i mir

Niska razina urbanizacije i masovnog turizma čini Karlobag savršenim za slowtourism, digitalni detox, retreatove i boutique ponudu.

4. Geostrateška pozicija

Karlobag se nalazi na prijelazu između primorske i kontinentalne Hrvatske, što omogućuje jednostavan pristup Plitvičkim jezerima, Gospiću, Zavižanu i otoku Pagu (trajekti).

Dobra polazišna točka za dnevne izlete i višednevne boravke.

5. Potencijal za razvoj selektivnih oblika turizma

Ekoturizam, ruralni turizam, zdravstveni turizam, pješaćenje, biciklizam, ronjenje i promatranje prirode.

Karlobag krije značajan tržišni i marketinški potencijal upravo u toj svojoj jedinstvenoj kombinaciji prirodnih ljepota i autentičnosti. Turizam se prirodno nameće kao jedno od glavnih područja razvoja, no ne onaj masovni, već usmjeren na eko-turiste, planinare, ljubitelje avanture i prirode. Blizina Parka prirode Velebit čini ovo mjesto idealnim za bijeg iz urbanih sredina, a rijetkost spoja planine i mora u tako maloj udaljenosti predstavlja snažan marketinški adut koji se još uvijek nedovoljno koristi. Osim klasičnog ljetnog odmora, Karlobag se može brendirati kao destinacija za kamping, glamping i aktivni boravak u prirodi, što je sve traženije među putnicima koji žele autentična iskustva.

Ne treba zanemariti ni kulturnu i povijesnu dimenziju Karlobaga. Mjesto ima zanimljivu povijest i baštinu, uključujući stare crkve, samostan i ostatke utvrda, koje se mogu iskoristiti u razvoju kulturnog turizma. Organizacija manjih tematskih manifestacija, festivala lokalne hrane i ribarskih večeri dodatno bi pridonijela atraktivnosti mjesta tijekom turističke sezone, ali i izvan nje.

Tablica 57 Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala postojećih turističkih proizvoda destinacije Karlobag

Turistički proizvod/usluga	Sezonalnost	Prihvatni kapacitet	Boravišno-izletničke značajke	Pripadnost širem sustavu atrakcija	Značaj u smislu privlačenja tržišta
Park prirode Velebit	cjelogodišnje	neograničen	Omiljeno odredište ljubitelja speleologije i prirode	formalno ne uz postojanje potencijala	međunarodan
Premužićeva staza, poučna staza Terezijana		neograničen	idealno za (edukativnu) šetnju	ne	Velik, posebnost zbog povijesnih elemenata nastanka
Plaže	sezonski (6 mjeseci)	ograničen	odmor, opuštanje	ne	Standardan
Bura	cjelogodišnje	neograničen	edukacija, prirodni doživljaj	djelomično (Senj)	značajan (specifična pojava)
Kulturno-povijesna babaština	cjelogodišnje	neograničen	edukacija	ne	Standardan
		MARKETINŠKI POTENCIJAL	Fizička/javna dostupnost	Stanje obilježnosti	Dostupnost informacija
		Park prirode Velebit	dostupno	obilježeno	dostupne (web/info punkt/ smeđa signalizacija)
		Premužićeva staza, poučna staza Terezijana	dostupno (osim u vrijeme vremenskih nepogoda)	obilježeno	dostupne (web/ smeđa signalizacija)
		Plaže	dostupno	obilježeno	dostupne (web/ smeđa signalizacija)
		Bura	nije primjenjivo	nije obilježeno	nije dostupno
		kulturno-povijesna babaština	dostupno	obilježeno	dostupne (web/ smeđa signalizacija)

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Uz sve to, Karlobag ima potencijal da privuče novu vrstu stanovnika – digitalne nomade. U današnje vrijeme, kada sve više ljudi radi na daljinu, mirna mjesta uz more s dobrom internet infrastrukturom postaju izuzetno privlačna. Ulaganjem u osnovne potrebe ove publike, poput coworking prostora i smještaja prilagođenog dugoročnijem boravku, Karlobag bi mogao postati zanimljiva baza za ljude koji traže ravnotežu između posla i prirode.

Na kraju, pomorski i nautički turizam također otvara vrata novim mogućnostima. Iako nema veliku marinu, mirna obala i postojeća infrastruktura mogu se prilagoditi za prijem manjih brodova i jedrilica, što bi Karlobag moglo učiniti atraktivnom lukom za nautičare koji traže manje gužve.

Sve ove prednosti, kad se pametno iskoriste i povežu u koherentnu strategiju, mogu Karlobag postaviti kao prepoznatljivu destinaciju na tržištu – autentičnu, održivu i punu potencijala.

Kako bi se postigli navedeni razvojni ciljevi potrebno je napraviti kratkoročni strateški plan koji bi mogao sadržavati slijedeće korake:

Hodogram primarnih aktivnosti za razvoj turizma u destinaciji Karlobag

1. Analiza postojećeg stanja (0–3 mjeseca)

- Provesti **detaljnu analizu turističke ponude** (smještajni kapaciteti, atrakcije, dostupnost).
- Mapirati prirodne, kulturne i gastronomske resurse.
- Napraviti **SWOT analizu** destinacije.
- Uspostaviti suradnju s lokalnim dionicima (općina, OPG-ovi, iznajmljivači, ugostitelji).

2. Razvoj strateškog plana (3–6 mjeseci)

- Izraditi **Strategiju razvoja turizma Karlobaga** s naglaskom na održivost, sezonsko produženje i diferencijaciju.
- Definirati ciljne skupine turista (eko-turisti, digitalni nomadi, obitelji, nautičari, planinari...).
- Uspostaviti **destinacijski menadžment** (npr. putem TZ ili lokalne razvojne agencije).

3. Infrastrukturna i sadržajna unapređenja (6–18 mjeseci)

- Poboljšati **pristupne ceste, signalizaciju i info-punktove**.
- Ulaganja u **uređenje plaža, šetnica i vidikovaca**.
- Razvoj **pješačkih i biciklističkih staza** prema Velebitu i zaleđu.
- Poticanje razvoja **kampova, glampinga i OPG smještaja**.

4. Brendiranje i digitalna promocija (6–12 mjeseci)

- Razviti **vizualni identitet destinacije** (logo, slogan, promotivni materijali).
- Pokrenuti **suvremenu web stranicu** destinacije s integriranim booking sustavom.
- Aktivirati **društvene mreže i kampanje** usmjerene na autentičnost, prirodu i lokalnu ponudu.
- Uključiti destinaciju u **regionalne i nacionalne turističke platforme**.

5. Razvoj manifestacija i lokalnih proizvoda (12–24 mjeseca)

- Organizirati **tematske događaje i festivale** (riblje večeri, dani planinarenja, gastro-festivali).
- Potaknuti **brendiranje lokalnih proizvoda** (npr. „Velebitski sir“ ili „Karlobaški med“).
- Razviti **gastronomsku i eno-turističku rutu**.

6. Edukacija i uključivanje lokalne zajednice (kontinuirano)

- Organizirati radionice i edukacije za **ugostitelje, iznajmljivače i mlade**.
- Potaknuti **suradnju među lokalnim poduzetnicima i OPG-ovima**.
- Promicati važnost **održivog i odgovornog turizma**.

7. Praćenje rezultata i prilagodba strategije (nakon 12 mjeseci, pa redovito)

- Uspostaviti **sustav praćenja posjećenosti, zadovoljstva gostiju i učinaka na lokalnu zajednicu**.
- Prilagoditi planove i aktivnosti prema povratnim informacijama i promjenama na tržištu.

Tablica 58Gantt vremenska tablica razvoja turizma u Karlobagu

Aktivnost	Početak	Kraj
Analiza postojećeg stanja	1. 5. 2025.	31. 7. 2025.
Razvoj strateškog plana	1. 8. 2025.	31. 10. 2025.
Infrastrukturna i sadržajna unapređenja	1. 11. 2025.	30. 4. 2027.
Brendiranje i digitalna promocija	1. 11. 2025.	30. 4. 2026.
Razvoj manifestacija i lokalnih proizvoda	1. 5. 2026.	30. 4. 2027.
Edukacija i uključivanje lokalne zajednice (kontinuirano)	1. 8. 2025.	31. 12. 2027.
Praćenje rezultata i prilagodba strategije	1. 6. 2026.	31. 12. 2027.

Navedeni primjer je ilustrativan i može se prilagođavati prema potrebama dionika koji utječu na razvoj turizma u Karlobagu ali bi svakako trebao imati navedene elemente (aktivnosti) koje osiguravaju sljedivost i mogućnost upravljanja rezultatima do željenog cilja.



5. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

5. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE

U skladu sa odredbama Zakona o turizmu plan upravljanja destinacijom mora biti temeljen na pokazateljima održivosti destinacije. Svrha izračuna pokazatelja održivosti je osigurati strukturu i smjernice za sustavno praćenje, ocjenjivanje i poboljšavanje održivosti destinacije što je ključno za dugoročni uspjeh turizma na održivim principima.

Tablica 59 Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti

	Pokazatelj	Područje održivosti	Kod pokazatelja/ Tematsko područje
1	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	društveni	ZL-1 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
2	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	društveni	ZL-2 – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
3	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	društveni	ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom
4	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	društveni/ upravljanje	PD-1 – Pristupačnost destinacije
5	Broj organiziranih turističkih ambulanti	društveni	SD-1 Sigurnost destinacije
6	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)	okolišni	UVR-1 – Upravljanje vodnim resursima
7	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	okolišni	GO-1 – Gospodarenje otpadom
8	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	okolišni – priroda	BR-1 – Zaštita bioraznolikosti
9	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije	okolišni – klima	UEN-1 – Održivo upravljanje energijom
10	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika	okolišni – klima	UPK-1 – Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjena

11	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 – Turistički promet
12	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 – Turistički promet
13	Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 – Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu
14	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-2 – Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu/ Turistički promet
15	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	prostorni/upravljanje	TI-1 – turistička infrastruktura
16	Status implementacije aktivnosti iz plan upravljanja destinacijom	prostorni/upravljanje	OOD-1 – Održivo upravljanje destinacijom
17	Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS	prostorni/upravljanje	OUP-2 – Održivo upravljanje prostorom

1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

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

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone (ZL-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost - pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST/ European Tourism Indicator System (u daljnjem tekstu: ETIS) (prilagodba) – Broj turista/jednodnevnih posjetitelja na 100 stanovnika
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom, održivo upravljanje prostorom
	Povezanost s ciljevima Ujedinjenih naroda za održivi razvoj (Sustainable Development Goals, u daljnjem tekstu: SDG)	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom razvoja održivog turizma do 2030. (Narodne novine, br. 2/23; u daljnjem tekstu:	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor

	Strategija) i Nacionalnim planom razvoja održivog turizma do 2027. godine (u daljnjem tekstu: Nacionalni plan)				
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u odnosu na stotinu stalnih stanovnika u vršnom mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom.			
	Opis	Ovim pokazateljem se nastoji procijeniti tzv. intenzitet turizma, odnosno razina objektivnog opterećenja koju turizam u periodu glavne turističke sezone stvara po lokalno stanovništvo, ali i prostor te infrastrukturu. Valja uočiti postojanje razlike između ovog pokazatelja, koji se može smatrati objektivnim, u odnosu na različite pokazatelje dojma koji lokalno stanovništvo ima o turizma, koji se s druge strane mogu smatrati subjektivnim pokazateljima.			
Podatci	Naziv podataka	Noćenje turista predstavlja svaku registriranu noć posjetitelja u objektu koji pruža uslugu smještaja. Stalnim stanovnikom se smatra osoba koja ima prebivalište ili boravište na lokaciji turističke destinacije.			
	Mjerna jedinica	Registrirano noćenje u smještajnom objektu. Stalni stanovnik destinacije.			
	Izvor podataka/potencijalni izvor	eVisitor; DZS, Statistika u nizu »Gradovi u statistici« (https://podaci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx) PC-Axis baza podataka Turizam, Intenzitet turizma, PX-Web – informacije (dzs.hr)			
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podaci su dostupni			
	Periodičnost prikupljanja podataka	Podaci su kontinuirano dostupni na godišnjoj razini.			
Metodologija izračuna pokazatelja		Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika <i>pokazatelj</i> $= \frac{\text{ukupan broj noćenja turista u vršnom mjesecu}}{\text{broj dana u vršnom mjesecu} \cdot \text{broj stalnih stanovnika u destinaciji}}$ Pod pojmom »vršni mjesec« misli se na mjesec u kojem je ostvaren najveći broj noćenja.			
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje			
	2024	2025	2026	2027	2028

--	--	--	--	--	--

1.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: C.1.2 Udio lokalnog stanovništva koji su zadovoljni turizmom u destinaciji
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 – Zdravlje i blagostanje Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj predstavlja procjenu udjela (%) stalnih stanovnika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji u ukupnom broju stalnih stanovnika u destinaciji
	Opis	Zadovoljstvo stanovnika razvojem turizma bitan je cilj održivog upravljanja destinacijom, pri čemu je pozitivan stav stanovnika prema razvoju turizma jedan od ključnih elemenata njegove uspješnosti. Tamo gdje turizam nije podržan može se očekivati otpor stanovnika prema infrastrukturnim ulaganjima. Dodatno, gostoljubivi domaćini jedan su od ključnih faktora u formiranju cjelokupnog zadovoljstva turista posjetom.
	Podpokazatelji	– udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom kod onih koji ostvaruju koristi od turizma – udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom kod onih koji ne ostvaruju koristi od turizma
Podatci	Naziv podataka	Zadovoljstvo turizmom u destinaciji
	Mjerna jedinica	Udio (%) ispitanika koji su zadovoljni turizmom u destinaciji

	Izvor podataka/potencijalni izvor	Anketa lokalnog stanovništva
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine
Metodologija izračuna pokazatelja		Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika zadovoljnih turizmom i ukupnog broja ispitanika. Pokazatelj se računa na ukupnom skupu te zasebno na skupu ispitanika koji ostvaruju koristi od turizma i na skupu ispitanika koji ne ostvaruju koristi od turizma. Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom i udio stanovnika koji ostvaruju koristi od turizma u destinaciji procjenjuje se pitanjima koja su definirana smjernicama za provođenje primarnih istraživanja.
Učestalost mjerenja		Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine
2024 (početna vrijednost)		2028

1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

1.2.1. Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji (ZT-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST: Ukupno zadovoljstvo posjetitelja s destinacijom ETIS A.2.1: Udio posjetitelja koji su zadovoljni svojim cjelokupnim iskustvom u destinaciji UN TOURISM – MST: Namjera preporuke destinacije od strane posjetitelja
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom

	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv gospodarski rast, puna zaposlenost i dostojanstven rad za sve Cilj 12 – Održiva potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
Obilježja pokazatelja	Definicija	Procjena zadovoljstva turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja cjelokupnim boravkom u destinaciji na skali od 0 do 100. Procjena neto spremnosti na preporuku na skali od 0 do 100, posebno za turiste koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevne posjetitelje.
	Opis	Zadovoljni posjetitelji učinkovit su alat privlačenja novih gostiju te time i stvaranja novih radnih mjesta u destinaciji, a uz to često i dulje borave te generiraju veći prihod u odnosu na posjetitelje koji nisu zadovoljni svojim boravkom u destinaciji. Nadalje, praćenjem zadovoljstva posjetitelja mjere se i prate učinci aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda destinacije. Ne postoji jedinstveni standard za procjenu zadovoljstva kupaca. Zadovoljstvo je složeni pokazatelj koji se može mjeriti na različite načine, poput percepcije kvalitete, percepcije vrijednosti, i raskoraka između očekivanog i stvarnog iskustva. Primjenom različitih standarda mjerenja zadovoljstva (koji ujedno predstavljaju različite standarde na koje se kupci referiraju prilikom kupnje) i njihovim integriranjem u jedinstveni pokazatelj u skladu s validiranom metodologijom Američkog indeksa zadovoljstva klijenta (eng. American Customer Satisfaction Index – ACSI) postignut je sveobuhvatniji pristup mjerenju kvalitete cjelokupnog iskustva posjetitelja. Neto spremnost na preporuku smatra se jednim od glavnih standarda za vrednovanje iskustva korisnika

		proizvoda/usluga u različitim industrijama, a koristi se i za predviđanje lojalnosti kupaca. Zasniva se na pitanju o vjerojatnosti preporuke proizvoda/usluge rodbini, prijateljima i/ili kolegama. Preporuke rodbine i prijatelja (eng. word ofmouth) ujedno su jedan od najvažnijih izvora informacija prilikom odabira destinacije putovanja, te u kombinaciji s pokazateljem o zadovoljstvu daje pravu sliku utiska same destinacije.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– Udio (%) turista koji borave u komercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni boravkom u destinaciji – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u sezoni – Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u predsezoni ili posezoni – Neto spremnost na preporuku destinacije u sezoni – Neto spremnost na preporuku destinacije u predsezoni ili posezoni
Podatci	Naziv podataka	1. zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji 2. nepotvrđivanje očekivanja 3. usporedba s idealnim boravkom 4. namjera preporuke destinacije prijateljima, rodbini ili kolegama
	Mjerna jedinica	1., 2. i 3. Prosječna vrijednost zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja 4. Udio (%) promotora (eng. promoters) odnosno onih koji su skloni preporučiti destinaciju
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1., 2., 3. i 4. Anketa turista i jednodnevnih posjetitelja
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1., 2., 3. i 4. Podatak nije dostupan, nužno je prikupljanje podataka primarnim istraživanjem
	Periodičnost prikupljanja podataka	1., 2., 3. i 4. Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine

Metodologija izračuna pokazatelja	Vrijednost pokazatelja ZT-1 – Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom sastoji se od: (i) vrijednosti indeksa zadovoljstva posjetitelja destinacijom i (ii) neto spremnost na preporuku destinacije Vrijednosti pokazatelja mjere se pomoću varijabli/pitanja koja su definirana smjernicama za provođenje primarnih istraživanja, donesenih od strane ministarstva nadležnog za poslove turizma.	
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine	
2024 (početna vrijednost)	2024	

1.3. Pristupačnost destinacije

1.3.1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom PD-1	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS – Postotak turističkih atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom i/ili koje sudjeluju u prepoznatim shemama pristupačnosti
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – pristupačnost destinacije
	Povezanost sa SDG	Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice – Pružanje javno dostupnih informacija o atrakcijama doprinosi stvaranju održivih i otpornih urbanih područja, pomažući u planiranju i upravljanju urbanim razvojem, uključujući turističke destinacije. Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast – Informacije koje promiču turističke destinacije mogu doprinijeti održivom ekonomskom rastu i stvaranju kvalitetnih radnih mjesta.
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Otporan turizam Poseban cilj: 9. Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma

Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj prikazuje udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom u odnosu na ukupan broj atrakcija u destinaciji prepoznatim planom upravljanja		
	Opis i svrha	Atrakcije kao razlog dolaska u destinaciju mogu biti iznimno raznolike i različite dostupnosti, stoga je svrha ovog pokazatelja uvid u mogućnosti obilaska atrakcija i lokaliteta od interesa osobama s invaliditetom (osobama s tjelesnim, intelektualnim mentalnim i osjetilnim oštećenjem zdravlja), pri čemu se pristupačnost očituje u fizičkoj pristupačnosti i pristupačnosti informacija i komunikacija.		
	Podpokazatelji	– Udio atrakcija (lokaliteta) fizički pristupačnih osobama s invaliditetom – Udio atrakcija (lokaliteta) informacijski i komunikacijski pristupačnih osobama s invaliditetom.		
Podatci	Naziv podataka	1. Ukupan broj atrakcija dostupnih za posjećivanje (temeljem plana upravljanja) 2. Broj pristupačnih atrakcija		
	Mjerna jedinica	Broj atrakcija		
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. Plan upravljanja 2. Evidencija TZ-a o pristupačnosti atrakcija (turistički katastar) 3. Evidencija TZ-a Javne turističke infrastrukture (JTI) destinacije za Popis Javne turističke infrastrukture (JTI).		
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. i 2. Podatci su dostupni 3. Podatak je dostupan		
	Primarno istraživanje (smjernice)	Kontinuirano vođenje evidencija o stanju i dostupnosti atrakcija od strane TZ-ova		
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje		
Metodologija izračuna pokazatelja		EA – broj svih evidentiranih atrakcija u destinaciji EAP – broj atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom $\text{Udio pristupačnih atrakcija} = \frac{EAP}{EA} \times 100$		
Učestalost mjerenja		Svake dvije godine		
2024 (početna vrijednost)		2026	2028	

1.4. Sigurnost destinacije

1.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja sa međunarodnim sustavima	Global Sustainable Tourism Council (dalje u tekstu: GSTC) – Usluge u zajednici (community services)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – sigurnost destinacije
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 Zdravlje i dobrobit Cilj 11 Održivi gradovi i zajednice
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je broj organiziranih turističkih ambulanti u svrhu provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima.
	Opis	Sukladno posebnom zakonu kojim se uređuje zdravstvena zaštita turističku ambulantu može organizirati jedinica područne (regionalne) samouprave odnosno Grad Zagreb, jedinica lokalne samouprave, turistička zajednica, druga pravna i fizička osoba koja obavlja ugostiteljsku djelatnost i/ili pruža usluge u turizmu, zdravstvena ustanova, trgovačko društvo koje obavlja zdravstvenu djelatnost ili privatni zdravstveni radnik, koji su dužni utvrditi i razdoblje rada turističke ambulante tijekom godine. Turistička ambulanta organizira se izvan mreže javne zdravstvene službe. Posebnim propisom o normativima i standardima za turističku ambulantu određeni su minimalni normativi i standardi u pogledu prostora, radnika i medicinsko-tehničke opreme koje mora ispunjavati turistička ambulanta. Zbog potrebe osiguranja provođenja mjera zdravstvene zaštite za povećani broj korisnika zdravstvene zaštite koje se pružaju turistima, jedinica područne (regionalne) samouprave odnosno Grad Zagreb, za svaku sljedeću turističku sezonu utvrđuje minimalni broj turističkih ambulanti za svoje područje na temelju broja dolazaka turista u prethodnoj godini.
	Podpokazatelj (opcionalno)	N/P
Obilježja podataka	Naziv	Broj organiziranih turističkih ambulanti temeljem posebnog zakona kojim se uređuje zdravstvena djelatnost

	Mjerna jedinica	Broj				
	Izvor /potencijalni izvor	Jedinica područne (regionalne) samouprave odnosno Grad Zagreb				
	Dostupnost i podatkovni jaz	Podatak je dostupan				
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje				
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj je informacija o broju ambulantni u destinaciji, te se broj direktno preuzima i služi kao pokazatelj.				
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje				
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2027	2028	
1						

2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

2.1. Upravljanje vodnim resursima

2.1.1. Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije (izraženo po osobi i po noćenju) (UVR-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost - pokazatelja sa međunarodnim sustavima	ETIS: Potrošnja pitke vode po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom vode općeg stanovništva po osobi po noći (D.5.1.)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – upravljanje vodnim resursima
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 Zdravlje i dobrobit Cilj 6 Čista, pitka voda i higijenski uvjeti Cilj 11 Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa - Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor

Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine vode isporučene u smještajnim objektima destinacije u odnosu na ukupnu potrošnju vode u destinaciji, koji daje uvid u opterećenje turizma na vodni resurs destinacije.
	Opis	Ograničavajući čimbenik razvoja turizma u pojedinim destinacijama je dostupnost vode, odnosno njena nepovoljna prostorna i vremenska raspodjela, osobito u Jadranskoj Hrvatskoj te u ljetnim mjesecima, kao i gubici vode u vodoopskrbnom sustavu. Vođenje evidencije o ukupnoj finalnoj potrošnji vode dužno je provoditi i osigurati nadležno tijelo za upravljanje vodnim resursima u jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave na temelju posebnog zakona kojim se uređuje upravljanje vodama
	Podpokazatelj (opcionalno)	N/P
Obilježja podataka	Naziv	1. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (m^3) 2. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (m^3) 3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja 4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja 5. Broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup sigurnoj vodi ili imaju priključak na javnu vodoopskrbu ili imaju mogućnost priključenja na javnu vodoopskrbu u destinaciji
	Mjerna jedinica	N/P
	Izvor /potencijalni izvor	1. Javni isporučitelji vodne usluge – Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode 2. Javni isporučitelji vodne usluge – Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode 3. – 5. eVisitor 6. DZS, Naselja obuhvaćena mrežom javne vodoopskrbe i Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)
	Dostupnost i podatkovni jaz	1. – 6. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1 – 6. Svake dvije godine
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj se izračunava kao omjer (%) finalne potrošnje vode po noćenju turista (m^3) u smještajnim objektima destinacije i u odnosu na potrošnju vode po stanovniku destinacije (m^3). F_1 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja

	F_2 – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja T_1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja T_2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja N_1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N_2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) S – broj stanovnika u destinaciji $\text{potrošnja vode po noćenju turista} = \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ $\text{potrošnja vode po noćenju stanovnika} = \frac{1}{S} \left(\frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ $\text{omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika} = \frac{\text{potrošnja vode po noćenju turista}}{\text{potrošnja vode po noćenju stanovništva}} \times 100$ Alternativna metoda: Anketa gospodarskih subjekata u turizmu u smještajnim objektima = norma potrošnje vode turista po noćenju / potrošnja vode		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
2024 (početna vrijednost)	2026	2028	

2.2. Gospodarenje otpadom

2.2.1. Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone) (GO-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost - pokazatelja s međunarodnim sustavima	ETIS: Količina otpada koju proizvodi odredište (tone po stanovniku po godini ili po mjesecu) (D.3.1.) (prilagođeno)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – gospodarenje otpadom

	Povezanost sa SDG	Cilj 3 Zdravlje i dobrobit Cilj 11 Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa - Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj prati omjer količina komunalnog otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u usporedbi s količinama otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone po stanovniku, u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja)
	Opis	Pokazateljem se prati ostvarenje veze između proizvodnje otpada u turizmu i gospodarskog rasta te uspješnost sprečavanja nastanka otpada u destinaciji. Ukazuje na okolišni aspekti rizika u turističkim destinacijama gdje nedovoljno adekvatna infrastruktura gospodarenja otpadom u kombinaciji sa povećanom turističkom aktivnosti može ugroziti konkurentnost turističke destinacije. Pokazatelj je važan za atraktivnost destinacije i u slučaju neuređenog ili preopterećenog (prekapacitiranog) sustava gospodarenja otpadom što predstavlja ograničavajući čimbenik razvoja destinacije. Noćenja turista jesu svaka registrirana noć osobe (turista) u objektu koji pruža uslugu smještaja (prijavljena noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u sustavu eVisitor). Komunalni otpad je miješani komunalni otpad i odvojeno sakupljeni otpad. Javna usluga sakupljanja komunalnog otpada podrazumijeva prikupljanje komunalnog otpada na području pružanja javne usluge putem spremnika od pojedinog korisnika i prijevoz i predaju tog otpada ovlaštenoj osobi za obradu takvoga otpada.
	Podpokazatelj (opcionalno)	N/P
Obilježja podataka	Naziv	1. Ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (tone) 2. Ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (tone) 3. Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima destinacije u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja 4. Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima destinacije u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja 5. Broj stanovnika u destinaciji
	Mjerna jedinica	1. i 2. tone 3, 4 i 5. N/P
	Izvor /potencijalni izvor	1. i 2. pružatelj javne usluge koje je a) trgovačko društvo koje osniva jedna ili više jedinica lokalne samouprave (JLS), temeljem odluke predstavničkog tijela JLS ili pravna ili b) fizička osoba – obrtnik temeljem koncesije dodijeljene

		odlukom predstavničkog tijela JLS / Upravni odjeli jedinica lokalne/područje samouprave 3. – 4. eVisitor 5. DZS, Popis stanovništva RH (godišnje procjene)
	Dostupnost i podatkovni jaz	1. i 2. Podatak je dostupan (potencijalno djelomična dostupnost kvalitetnih/verificiranih podataka na razini pojedinih gradova/općina) 3. i 4. Podatak je dostupan 5. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 5. Svake dvije godine
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj se izračunava kao omjer količine otpada nastalog po noćenju turista u smještaju u odnosu na ukupne količine komunalnog otpada nastale u destinaciji u mjesecima s najnižom i najvišom turističkom aktivnosti F_1 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (tone) F_2 – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja T_1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja T_2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja S – broj stanovnika u destinaciji N_1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N_2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) W_{TN} – količina otpada po turističkom noćenju, $W_{TN} = \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ W_{RN} – količina otpada po noćenju stanovnika, $W_{RN} = \frac{1}{S} \left(\frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ W_T – količina otpada nastalog zbog noćenja turizma u vremenskom intervalu (mjesec s najvećim brojem noćenja). Izračunava se kao umnožak broja noćenja u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (T_2) i količine otpada po turističkom noćenju (W_{TN}), $W_T = T_2 \times W_{TN}.$ W_R – količina otpada od lokalnog stanovništva u destinaciji u vremenskom intervalu (mjesec s najvećim brojem noćenja). Izračunava se kao umnožak broja stanovnika (S), broja dana u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (N_2) i količine otpada po noćenju stanovnika (W_{RN}), $W_R = S \times N_2 \times W_{RN}.$

	<i>omjer količine komunalnog otpada koji su proizveli turist u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju i lokalno stanovništvo</i> $(za promatrani period) = \frac{W_T}{W_R}$		
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine		
2024 (početna vrijednost)	2026	2028	

2.3. Zaštita bioraznolikosti

2.3.1. Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite) (BR-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST – Postotak zaštićenih područja (morskih i kopnenih) prema ukupnoj površini
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – zaštita bioraznolikosti
	Povezanost sa SDG	Cilj 13: Klimatske promjene – zaštita prirodnih područja doprinosi ublažavanju klimatskih promjena kroz očuvanje šuma i drugih ekosustava koji apsorbiraju ugljikov dioksid. Cilj 14: Život ispod vode – ovaj cilj uključuje očuvanje i održivo korištenje oceana, mora i morskih resursa. Zaštićena prirodna područja mogu uključivati morske i obalne ekosustave. Cilj 15: Život na zemlji – usredotočuje se na zaštitu, obnovu i održivu upotrebu kopnenih ekosustava te očuvanje bioraznolikosti i zaustavljanje degradacije zemljišta i gubitka staništa.
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira udio zaštićenih prirodnih područja (dalje u tekstu: ZPP)

		(kopnenih i morskih) i područja ekološke mreže Natura 2000, u ukupnoj površini destinacije (jedan ili više JLS-ova), te njihova struktura prema kategoriji zaštite.
	Opis	Turizam zasnovan na prirodi brzo raste, a jedan od ključnih faktora za iskustvo posjetitelja je kvaliteta okoliša. Bioraznolika područja privlače turiste, posebno ona s infrastrukturom koja omogućava pristupačnost. Očuvanje kopnene i morske bioraznolikosti ključno je za očuvanje značajnih ekonomskih koristi koje države ostvaruju od turizma. Udio zaštićenih područja ukazuje na aktivnosti vezane za očuvanje bioraznolikosti te na očuvanje, obnovu i održivu upotrebu ekosustava i njihovih usluga.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– udio zaštićenih prirodnih područja i područja ekološke mreže Natura 2000 u ukupnoj površini destinaciji – kategorije zaštićenih prirodnih područja u destinaciji
Podatci	Naziv podataka	1. Površina zaštićenih prirodnih područja prema kategoriji 2. Kategorija zaštite prirodnih područja 3. Površina destinacije
	Mjerna jedinica	1. Površina ZPP 2. Kategorija zaštite 3. Površina destinacije
	Izvor podataka/potencijalni izvor	Bioportal Bioportal Podatci JLS-a
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. – 3. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 3. Na razini godine
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj se izračunava kao udio površina zaštićenih područja u destinaciji u odnosu na ukupnu površinu destinacije i prema kategorijama zaštite temeljem zakona kojim se uređuje zaštita prirode
Učestalost mjerenja		Svake četiri godine
2024 (početna vrijednost)		2025 2028

--	--	--

2.4. Održivo upravljanje energijom

2.4.1. Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (UEN-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost - pokazatelja sa međunarodnim sustavima	ETIS: Potrošnja energije po turističkom noćenju u usporedbi s potrošnjom energije općeg stanovništva po osobi po noći
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – održivo upravljanje energijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 7. Pristupačna energija iz čistih izvora Cilj 11 Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa - Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog utjecaja turizma na sastavnice okoliša, prirodu i prostor
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je omjer ukupne količine električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije, a temelji se na sezonalnosti potrošnje.
	Opis	Ovaj pokazatelj daje uvid u opterećenje energetske infrastrukture i potrebe implementacije održivih oblika energije. S obzirom na intenzivnu potrebu za energijom tijekom visoke sezone, posebice u Jadranskoj Hrvatskoj, važno je razmotriti stvarno opterećenje.
	Podpokazatelj (opcionalno)	N/P
Obilježja podataka	Naziv	1. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja 2. Ukupna finalna potrošnja el. energije u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja 3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenih noćenja 4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja 5. Broj stanovnika u destinaciji koji imaju pristup elektro-energetskoj mreži

	Mjerna jedinica	1. i 2. KWh 3., 4. – noćenje 5. stanovnik
	Izvor/potencijalni izvor	1. i 2. HEP-ODS 3., 4. – eVisitor 5. DZS, Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)
	Dostupnost i podatkovni jaz	1. i 2. Podatak je dostupan (uz poseban zahtjev) 3. – 5. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 5. Svake četiri godine
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj se izračunava kao omjer finalne potrošnje el. energije po noćenju turista (kWh) u smještajnim objektima u odnosu na potrošnju el. energije po stanovniku destinacije (kWh). F_1 – ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja F_2 – ukupna finalna potrošnja el. energije kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja T_1 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim ostvarenim brojem noćenja T_2 – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja S – broj stanovnika u destinaciji N_1 – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) N_2 – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31) <i>potrošnja el. energije po noćenju turista</i> $= \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ <i>potrošnja el. energije po noćenju stanovnika</i> $= \frac{1}{S} \left(\frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ <i>omjer potrošnje el. energije po noćenju turista i stanovnika</i> $= \frac{\text{potrošnja el. energije po noćenju turista}}{\text{potrošnja el. energije po noćenju stanovnika}} \times 100$
Učestalost mjerenja		Svake četiri godine
2024 (početna vrijednost)		2025
		2028

2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Postojeći sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama
	Povezanost sa SDG	Cilj 3 – Zdravlje i dobrobit Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu Posebni cilj: Smanjenje negativnog međudnosa turizma i klime
Pokazatelj	Definicija	Pokazateljem se utvrđuje postoji li u destinaciji sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika
	Opis	Članak 7. Pariškog sporazuma postavlja globalni cilj »poboljšanja sposobnosti prilagodbe, jačanja otpornosti i smanjenja ranjivosti na klimatske promjene«. Provedba nacionalnih i lokalnih planova prilagodbe, izgradnja kapaciteta i tehnologije te povećani financijski tokovi navedeni su kao ključni alati za provedbu aktivnosti prilagodbe. Sektor turizma je jedan od pet najranjivijih sektora na klimatske promjene. Stoga je uspostava sustava za procjenu izloženosti, otpornosti i rizika te provedbu mjera za prilagodbu klimatskim promjenama na svim razinama ključna za održivost turizma kao ključne gospodarske grane u Republici Hrvatskoj. Strategija prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj za razdoblje do 2040. godine s pogledom na 2070. godinu (NN 46/20) i Zakon o klimatskim promjenama i zaštiti ozonskog sloja (NN 127/19) reguliraju pitanje prilagodbe klimatskim promjenama u Republici Hrvatskoj.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– N/P
Podatci	Naziv podataka	Doneseni i provedeni strateški, planski ili programski dokumenti koji integriraju koncept prilagodbe

		klimatskim promjenama i procjenu rizika na razini destinacije		
	Mjerna jedinica	N/P		
	Izvor podataka/potencijalni izvor	Upravni odjeli JLS		
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak je dostupan		
	Periodičnost prikupljanja podataka	Jednom godišnje		
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj je informacija o tome je li destinacija donijela dokumente (strategiju i/ili plan i/ili program) te koji je napredak/udio mjera u provedbi i/ili implementiranih mjera za prilagodbu i ublažavanje klimatskih promjena i procjenu rizika – DA/NE/ udio mjera u provedbi i/ili implementiranih		
Učestalost mjerenja		Svake dvije godine		
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2028
NE				

3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI

3.1. Turistički promet

3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem (TP-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST (prilagodba) – Postotak godišnjeg broja dolaznih posjetitelja u mjesecima ili tromjesečju s najvećim opterećenjem
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – turistički promet
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa/

		Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma			
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj dolazaka turista u destinaciji u mjesecu koji se smatra glavnom turističkom sezonom temeljem broja ostvarenih noćenja što ujedno podrazumijeva i najveće opterećenje kako u kontekstu infrastrukture tako i u društvenom kontekstu.			
	Opis	Priljev posjetitelja u turističku destinaciju predstavlja obvezni uzrok potrebe za upravljanjem održivošću destinacije. S obzirom na činjenicu da turizam predstavlja uglavnom sezonalnu aktivnost, ovim pokazateljem svakako valja uzeti u obzir razlike u priljevu posjetitelja unutar i van turističke sezone, pri čemu je priljev posjetitelja u periodu glavne, odnosno visoke turističke sezone najrelevantniji podatak za upravljanje održivošću destinacije.			
Podatci	Naziv podataka	Ukupan broj dolazaka turista kao broj osoba koje su se u destinaciji prijavile i ostvarile noćenje u objektu koji pruža uslugu smještaja.			
	Mjerna jedinica	Dolazak, odnosno prijava posjetitelja u smještajnom objektu			
	Izvor podataka/potencijalni izvor	eVisitor			
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak je dostupan			
	Periodičnost prikupljanja podataka	Podaci su kontinuirano dostupni na godišnjoj razini.			
Metodologija izračuna pokazatelja		Pokazatelj je informacija o ukupnom broju dolazaka turista u destinaciji u mjesecu s najvećim brojem ostvarenih dolazaka, te se broj direktno preuzima iz sustava eVisitor i služi kao pokazatelj.			
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje			
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2027	2028

3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)
------------------------------	--

Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST/ETIS (prilagodba) – Prosječna duljina boravka dolaznih posjetitelja i prosječna duljina boravka domaćih posjetitelja/ Prosječna duljina boravka turista
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – turistički promet
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira prosječan broj noćenja koje jedan turist ostvari u destinaciji.
	Opis	Duljina boravka, odnosno prosječan broj noćenja koje turisti ostvaruju u destinaciji se može smatrati relevantnom informacijom za upravljanje destinacijom, poglavito u kontekstu suvremenih trendova skraćanja duljine boravka, ali i s aspekta upravljanja ljudskim potencijalima potrebnim za održavanje ujednačene razine pružanja sveobuhvatne turističke usluge što se posebno odnosi na segment smještaja.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem ostvarenih turističkih noćenja – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u komercijalnom smještaju – Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u nekomercijalnom smještaju
Podatci	Naziv podataka	Dolazak turista predstavlja posjetitelja koji se prijavio i ostvario noćenje u objektu koji pruža uslugu smještaja. Noćenje turista predstavlja svaku registriranu noć posjetitelja u objektu koji pruža uslugu smještaja.
	Mjerna jedinica	Registrirano noćenje u smještajnom objektu. Dolazak, odnosno prijava posjetitelja u smještajnom objektu.
	Izvor podataka/potencijalni izvor	eVisitor
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podaci su dostupni
	Periodičnost prikupljanja podataka	Podaci su kontinuirano dostupni

Metodologija izračuna pokazatelja	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji $= \frac{\text{Ukupan broj registriranih noćenja u destinaciji}}{\text{Ukupan broj dolazaka turista u destinaciju}}$				
Učestalost mjerenja	Jednom godišnje				
2024 (početna vrijednost)	2025	2026	2027	2028	

3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

3.2.1. Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST (prilagodba) – Udio zaposlenih u turističkim djelatnostima u odnosu na ukupno gospodarstvo
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 10 – Smanjenje nejednakosti
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Konkurentan i inovativan turizam Posebni cilj: Jačanje ljudskih potencijala u turizmu
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj zaposlenih na mjesečnoj razini u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećoj nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (dalje u tekstu: NKD)
	Opis	Budući da rad predstavlja obvezni proizvodni čimbenik uslužnih djelatnosti, izravno povezan s isporukom turističkog proizvoda odnosno usluge, povećanje ili smanjenje ukupnog broja zaposlenih

		osoba u središnjim turističkim djelatnostima (pružanje smještaja te priprema i usluživanje hrane) može posredno ukazivati na poboljšanje odnosno pogoršanje poslovanja gospodarskih subjekata općenito u svim turističkim djelatnostima.				
	Podpokazatelji (opcionalno)	– Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema satima rada – Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po spolu, godišnji prosjek – Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)				
Podatci	Naziv podataka	1. Broj zaposlenih prema mjestu rada 2. Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane				
	Mjerna jedinica	Fizička osoba u radnom odnosu				
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, Portal za napredno praćenje tržišta rada 2. Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje i podatci dostupni u Ministarstvu				
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. – 2. Podatak je dostupan				
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 2. Podatak je kontinuirano dostupan podatak na mjesečnoj razini				
Metodologija izračuna pokazatelja		Podaci se preuzimaju iz službenih administrativnih izvora				
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje				
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2027	2028	

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

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (u daljnjem tekstu: OECD): Izravni bruto domaći proizvod turizma, Produktivnost rada u turističkim djelatnostima (kombinacija – prilagodba)
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu i turistički promet
	Povezanost sa SDG	Cilj 8 – Uključiv i održiv ekonomski rast, puna i produktivna zaposlenost te dostojanstveni rad za sve Cilj 10 – Smanjenje nejednakosti
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Konkurentan i inovativan turizam Posebni cilj: Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira poslovni prihod gospodarskih subjekata ostvaren tijekom godine u području I Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane sukladno važećem NKD-u
	Opis	Poslovni prihod izravno je povezan sa sposobnosti gospodarskih subjekata da isporuče turistički proizvod odnosno uslugu, pri čemu promjena u vremenu odnosno povećanje ili smanjenje poslovnog prihoda može ukazivati na poboljšanje odnosno pogoršanje poslovnog položaja gospodarskih subjekata uslijed internih ili eksternih razloga, ali i neizravno upućivati na položaj gospodarskih subjekata u svim turističkim djelatnostima na razini destinacije.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– dodana vrijednost gospodarskih subjekata registriranih na području destinacije ostvarena tijekom godine – bruto dobit/gubitak gospodarskih djelatnosti registriranih na području destinacije ostvaren tijekom godine
Podatci	Naziv podataka	Poslovni prihod ostvaren tijekom godine
	Mjerna jedinica	EUR

	Izvor podataka/potencijalni izvor	FINA/Porezna uprava – podatak iz Registra godišnjih financijskih izvještaja			
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	Podatak je dostupan na zahtjev od FINA/Porezna uprava, podrazumijeva posebnu obradu kako bi se dobili podaci na razini destinacije			
	Periodičnost prikupljanja podataka	Podatak je kontinuirano dostupan podatak na godišnjoj razini			
Metodologija izračuna pokazatelja		Podaci će na zahtjev biti dostupni u Ministarstvu			
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje			
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2027	2028

4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA

4.1. Turistička infrastruktura

4.1.1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Trenutačni popis i klasifikacija turističkih dobara i atrakcija uključujući prirodna i kulturna mjesta
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – turistička infrastruktura
	Povezanost sa SDG	Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast – promicanje održivog turizma koji pridonosi zapošljavanju i rastu. Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice – očuvanje kulturne i prirodne baštine urbanog okruženja. Cilj 12: Održiva potrošnja i proizvodnja – odgovorno upravljanje prirodnim resursima. Cilj 15: Život na zemlji – zaštita, obnova i promicanje održive uporabe ekosustava, očuvanje biološke raznolikosti.
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam

		Posebni cilj: Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se vrši identifikacija i kategorizacija turističkih resursa na području destinacije, uključujući prirodne (parkovi, rezervati, pejzaži) i kulturno-povijesne/antropogene atrakcije (povijesni lokaliteti, muzeji, spomenici, nematerijalna baština).
	Opis	Identifikacija i kategorizacija turističkih resursa ključna je za razvoj održivog turizma jer omogućava efikasno upravljanje i očuvanje prirodnih i kulturnih resursa. Pruža temelj za kreiranje ciljanih marketinških strategija koje ističu jedinstvene atribute destinacije, privlačeći time odgovarajuće turiste. Osim toga, pomaže lokalnim zajednicama da razumiju i vrednuju svoju baštinu, potičući lokalno sudjelovanje i osvještavanje važnosti očuvanja tih resursa za buduće generacije.
	Podpokazatelji (opcionalno)	– popisi kulturnih dobara (opcionalno, uključujući procjenu i naznaku ranjivosti) – identifikacija i popisivanje nematerijalne kulturne baštine – popis lokaliteta i dobara prirodne baštine s naznakom vrste, stanja očuvanja i ranjivosti.
Podatci	Naziv podataka	1. Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara 2. Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja 3. Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara 4. Popis i kategorija zaštićenih prirodnih područja u RH
	Mjerna jedinica	1. – 4. broj/vrsta (kategorija)
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. – 3. Registar kulturnih dobara RH (ministarstvo nadležno za kulturu) 4. Bioportal (ministarstvo nadležno za zaštitu okoliša)
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 4. Kontinuirano dostupan podatak na godišnjoj razini.
Metodologija izračuna pokazatelja		

Učestalost mjerenja	Jednom godišnje			
2024 (početna vrijednost)	2025	2026	2027	2028

4.2. Održivo upravljanje destinacijom

4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD -1)	
Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	GSTC – Višegodišnji plan ili strategija odredišta koja je ažurna i javno dostupna
	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – održivo upravljanje destinacijom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11: Održivi gradovi i zajednice – Ovaj cilj se fokusira na stvaranje održivih i otpornih urbanih područja. Višegodišnji planovi ili strategije za odredišta, koji su ažurni i javno dostupni, igraju ključnu ulogu u planiranju i upravljanju urbanim razvojem, uključujući turističke destinacije. Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast – Strategije koje promiču održivi razvoj turističkih destinacija mogu doprinijeti održivom ekonomskom rastu i stvaranju kvalitetnih radnih mjesta. Cilj 12: Održiva potrošnja i proizvodnja – Višegodišnje strategije koje uključuju načela održive potrošnje i proizvodnje mogu pomoći u smanjenju ekološkog otiska turizma i promicanju održivih praksi u lokalnim zajednicama. Cilj 17: Partnerstva za ciljeve – Uspostavljanje partnerstava između različitih dionika, uključujući vladine i nevladine organizacije, privatni sektor i lokalne zajednice, ključno je za razvoj i provedbu uspješnih strategija održivog razvoja.
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Otporan turizam Posebni cilj: Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog razvoja
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazatelj je definiran kao praćenje statusa implementacije Plana upravljanja, pri čemu je polazište terminski plan aktivnosti i njihove implementacije
	Opis i svrha	Postojanje Plana upravljanja preduvjet je destinacijskog razvoja za sva odredišta u Hrvatskoj,

		stoga je uspješna implementacija aktivnosti iz Plana polazište za održivo upravljanje destinacijom, te praćenja stanja upravljačkih aktivnosti.				
	Podpokazatelji (opcinalno)	– Objavljeni dokument strategije i/ili akcijskog plana destinacije. – Strategija/plan su jasno vidljivi i dostupni online. – Udio implementiranih aktivnosti iz plana (Implementirana aktivnost je aktivnost koja je u potpunosti provedena, završena, te postoje informacije u učinku iste)				
Podatci	Naziv podataka	1. Strategija/ plan izrađen i javno dostupan – DA/NE 2. Ukupan broj aktivnosti definiranih Planom 3. Broj implementiranih aktivnosti definiranih planom				
	Mjerna jedinica	1. Višegodišnji plan i/ili strategija 2. Broj aktivnosti 3. Broj implementiranih aktivnosti / ukupan broj aktivnosti				
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1., 2. i 3. Turistička zajednica / JLS				
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. – 3. Podatak dostupan				
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 3. jednom godišnje				
	Metodologija izračuna pokazatelja		Omjer implementiranih aktivnosti / ukupni broj aktivnosti definiranih Planom X 100 Implementirane aktivnosti su one koje su u potpunosti završene, te za njih postoje mjerljivi rezultati provedbe.			
Učestalost mjerenja		Jednom godišnje				
2024 (početna vrijednost)		2025	2026	2027	2028	

4.3. Održivo upravljanje prostorom

4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)	
	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST (prilagodba) – Broj posjetitelja po hektaru građevinskog područja

Povezanost pokazatelja sa sustavima	Povezanost sa Zakonom o turizmu	Članak 14. stavak 2. Zakona o turizmu – održivo upravljanje prostorom
	Povezanost sa SDG	Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice Cilj 15 – Očuvanje života na zemlji
	Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom	Strateški cilj: Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam Posebni cilj: Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa
Obilježja pokazatelja	Definicija	Pokazateljem se definira ukupan broj ostvarenih noćenja u smještaju destinacije unutar godine dana po izgrađenom hektaru zona stambene i ugostiteljsko-turističke namjene.
	Opis	S obzirom da se turistička aktivnost može gotovo isključivo odvijati u zonama stanovanja (S) i zonama mješovite namjene (M1), te u zonama predviđenima za odvijanje ugostiteljsko-turističke namjene (T), sve druge građevinske zone nisu uključene u analizu. Nadalje, pritisak koji proizlazi iz korištenja prostora može se isključivo evidentirati kao pritisak na već izgrađena područja, te stoga u izračun ne ulaze planirana(neizgrađena) područja. U konačnici pritisak bi bilo poželjno evidentirati na godišnjoj razini, ali i na razini tromjesečja, da bi se utvrdilo pritisak u najopterećenijem dijelu godine.
	Pod pokazatelji (opcionalno)	-
Podatci	Naziv podataka	1. noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju 2. površina izgrađenog dijela zona stambene namjene destinacije 3. površina izgrađenog dijela zona mješovite namjene pretežito stambene namjene 4. površina izgrađenog dijela zona ugostiteljsko-turističke namjene destinacije
	Mjerna jedinica	1. noćenje 2., 3., 4. hektar
	Izvor podataka/potencijalni izvor	1. eVisitor i porezna uprava 2., 3. i 4. jedinice lokalne samouprave + PPUG/O (prostorni planovi uređenja gradova/ općina)
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. Podatak je dostupan 2., 3. i 4. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	Podatak je kontinuirano dostupan na godišnjoj razini

Učestalost mjerenja

1. **Prilozak 1** – Izgradnja i opremanje zemljišta i zonalna razvrstavanja po vrstama i nameni (u skladu sa tuzimskim aktima)

$$\text{po izgrađenoj građevinskoj površini} = \frac{T_N}{P_S + P_M + P_T}$$

Svake dvije godine

2024 (početna vrijednost)	2025	2026	2028

Prema istraživačima, istražitelji održavaju informacije prikupljeni su primarno iz javno dostupnih izvora, službenih evidencija javnopravnih tijela putem integriranog informacijskog sustava u državi.

6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Hrvatska je u 2024. godini zabilježila značajan porast turističkog prometa u pred i posezoni, s 11% više dolazaka i 12,5% više noćenja u predsezoni, te 10,3% više dolazaka i 9,7% više noćenja u posezoni u odnosu na prethodnu godinu. Ovaj trend ukazuje na sve veću potražnju za destinacijama koje nude sadržaje tijekom cijele godine, što je prilika za Karlobag da razvije ponudu izvan ljetnih mjeseci. Prema zadnje dostupnim istraživanjima TOMAS 2022/2023 o stavovima turista, vidljivo je da su more i priroda najvažniji motivi dolaska turista na hrvatsku obalu što destinaciji Karlobag daje jedinstvenu priliku da tržišno iskoristi činjenicu da je jedinstvena destinacija koja na relativno maloj udaljenosti nudi uživanje i u moru i u prirodi.

Tablica 60 Motivi dolazaka turista u Hrvatsku

Rang	Jadranska Hrvatska	%	Rang	Kontinentalna Hrvatska	%
1.	More	83,2	1.	Gradovi (<i>city break</i>)	23,1
2.	Priroda	63,1	2.	Posao	22,0
3.	Gradovi (<i>city break</i>)	19,0	3.	Priroda	20,0
4.	Gastronomija	18,5	4.	Posjet rodbini i prijateljima	14,3
5.	<i>Touring/sightseeing</i>	11,4	5.	Kultura i umjetnost	13,4
6.	Zabava i festivali	9,0	6.	<i>Touring/sightseeing</i>	12,9
7.	Kultura i umjetnost	8,8	7.	Gastronomija	11,0
8.	Manifestacije i događanja	8,4	8.	<i>Wellness/toplice</i>	9,1
9.	Sport i rekreacija	8,0	9.	Zdravstveni razlozi	7,9
10.	Sela/ruralno područje	4,6	10.	Sela/ruralno područje	7,8

Izvor: TOMAS 2022./2023. Istraživanje stavova turista, Institut za turizam

Turisti koji dolaze u Hrvatsku sve više traže jedinstvena i personalizirana iskustva, uključujući aktivnosti poput planinarenja, biciklizma i upoznavanja lokalne kulture. Karlobag, s blizinom Velebita i bogatom kulturnom baštinom, ima potencijal za razvoj takvih sadržaja. Turisti sve više cijene destinacije koje promiču održivi turizam i uključuju lokalnu zajednicu u turističku ponudu. Karlobag može razviti projekte koji uključuju lokalne proizvođače, OPG-ove i kulturne udruge, čime bi se obogatila ponuda i potaknula lokalna ekonomija.

U kontekstu navedenog preporuke za Karlobag bi bile u slijedećem:

- Razvoj sadržaja za cijelu godinu: Organizacija manifestacija i aktivnosti koje privlače posjetitelje izvan ljetne sezone.
- Unapređenje outdoor ponude: Ulaganje u infrastrukturu za planinarenje, biciklizam i druge aktivnosti na otvorenom.
- Promocija autentičnih doživljaja: Razvoj turističkih paketa koji uključuju lokalnu gastronomiju, kulturu i tradiciju.
- Održivi razvoj: Implementacija praksi koje štite okoliš i uključuju lokalnu zajednicu u turizam.

Karlobag se nalazi na jedinstvenoj geografskoj poziciji – između moćnog planinskog lanca Velebita i čistog Jadranskog mora. Taj spoj prirodnih kontrasta čini ga iznimno atraktivnim, ali još uvijek neotkrivenim biserom hrvatske obale. Destinacija obiluje potencijalima, ali je važno prepoznati koje atrakcije imaju najveći tržišni odjek i tko su konkretne ciljne skupine koje se njima mogu privući.

Tablica 61 Zaključna analiza odnosa atrakcija destinacije Karlobag i tržišnog potencijala iste

Karakteristike destinacije Karlobag	Prirodne atrakcije	Velebit, kristalno čisto more, planinske staze, vidikovci i uvale, bura
	Kultura i povijest	Samostan sv. Josipa, crkve, tragovi stare fortifikacije.
	Autentičnost i mir	Netaknuta priroda, nekomercijaliziran ambijent, lokalna kultura i običaji.
	Ruralni turizam i gastronomija	OPG-ovi, domaća hrana, proizvodi poput meda, rakije, sira.
	Outdoor aktivnosti	planinarenje, biciklizam, vožnja motorom uz obalu i preko prijevoja, ronjenje.
Ciljne grupe - kome su zanimljivi tusitički proizvodi destinacije Karlobag?	Ljubiteljima prirode i avanture	Avanturisti, planinari, biciklisti, motoristi i svi oni koji traže fizički angažman u prirodnom okruženju. Posebno privlačan gostima iz Njemačke, Austrije, Slovenije, Češke i Poljske – tržišta s izraženom kulturom outdoor aktivnosti.
	Motoristi	Ljudi koji vole avanturu, slobodu kretanja i druženje unutar moto zajednica. Bitno im je iskustvo vožnje kroz krajolike, otkrivanje novih ruta i lokalnih posebnosti, često su aktivni, traže prilagođene usluge kao što su sigurni i pristupačni smještaji, restorani i servisna mjesta s pogodnostima za motocikliste.
	Obitelji i parovi u potrazi za mirom	Karlobag nije party destinacija – upravo zato je atraktivan za one koji žele autentičnost i odmor daleko od gužvi.
	Nautičari i kamperi	Sve veći broj turista traži lokalne proizvode i gastro doživljaje. Karlobag kroz OPG-ove i domaće manifestacije može ponuditi istinski „okus“ regije.

Atrakcije Karlobaga savršeno odgovaraju modernim trendovima turizma: bijeg iz urbanih sredina, održivost, aktivni odmor i autentičnost. Iako još uvijek ne zauzima vodeće mjesto na turističkoj karti Hrvatske, Karlobag ima nišni potencijal koji – uz strateški razvoj i promociju – može postati izrazito konkurentan proizvod.

Tablica 62 Prijedlog emitivnih tržišta čija potražnja odgovara resursnoj osnovi destinacije Karlobag

emitivno tržište	razlog	ključne preferencije
Njemačka	Tradicionalno najjače emitivno tržište za Hrvatsku. Njemački gosti visoko cijene prirodu, sigurnost, čistoću i outdoor aktivnosti.	Planinari, biciklisti, kampisti, digitalni nomadi i obitelji u potrazi za mirom.
Slovenija	Blizina, učestali vikend-dolasci, sklonost aktivnom odmoru, jaka povezanost s hrvatskim obalnim krajevima.	Planinari, kamperi, ljubitelji prirode, jednodnevni i vikend gosti
Poljska	Sve veća zainteresiranost za Hrvatsku, traže destinacije izvan gužve, preferiraju prirodu i povoljan omjer cijene i kvalitete.	Obitelji, mladi parovi, biciklisti, kamperi i motoristi.
Češka i Slovačka	Dugogodišnja povezanost s Hrvatskom, pristupačnost	Obitelji, ljubitelji kampiranja, planinarenja i prirode.

	automobilom, interes za aktivni odmor, povijest i more.	
Italija	Potencijalno tržište zbog blizine i slične kulture; posebno sjever Italije (Friuli, Veneto, Lombardia).	Parovi i nomadi u potrazi za "slowtravel" doživljajem i autentičnom lokalnom pričom
Skandinavske zemlje	Velik interes za nekomercijalizirane prirodne destinacije, preferiraju održivost i "off-the-beaten-path" iskustva.	Digitalni nomadi, solo putnici, aktivni i eko turisti.
Hrvatsko/domaće tržište	Sve veći broj domaćih gostiju traži mir i bijeg od masovnog turizma. Idealna destinacija za vikend putovanja iz unutrašnjosti (Zagreb, Karlovac, Lika).	Obitelji, mladi parovi, rekreativci, moto turisti, planinari.

Nastavno na navedeno moguće je napraviti sažetak tržišta prema ciljnim skupinama kako slijedi:

Tablica 63Ciljna tržišta destinacije Karlobag prema ciljnim skupinama

Ciljna skupina	Emitivna tržišta
Aktivni turisti	DE, AT, SI, PL, CZ, SK, SE, HR
Motoristi	DE, NL, IT, SE, NO, DK
Obitelji i "slowtravel" parovi	CZ, PL, SK, DE, HR, IT
Nautičari i kamperi	DE, AT, SI, NL, CZ
Gastro & eko turisti	SE, DE, IT, HR

Ispravan odabir emitivnog tržišta ključno je za precizniji fokus odnosno bolju iskoristivost budžeta. Turisti s emitivnih tržišta koja odgovaraju tvojoj ponudi vjerojatnije će rezervirati jer im destinacija „pogađa” njihove interese i navike. Ako Karlobag promovira planinarenje i biciklizam, Češka, Austrija i Slovenija će imati veću konverziju jer te aktivnosti već prakticiraju kod kuće. Kad destinacija ima informaciju što gosti vole i očekuju, može prilagoditi priču, vizuale i poruke – destinacija dobiva jasniji identitet i diferencira se od konkurencije. Za Poljake istaknuti "priroda i vrijednost za novac", za Skandinavce "ekološka održivost i mir", za Slovence "vikend-bijeg uz planinu". Odabirom tržišta čiji gosti putuju izvan glavne sezone (npr. seniori iz Skandinavije, digitalni nomadi iz Njemačke) moguće je smanjiti ovisnost o ljetnim mjesecima (marketinška kampanja u ožujku za digitalne nomade može popuniti travanj i svibanj).

Kada se destinacija pravilno pozicionira na emitivnom tržištu, gradi se povjerenje i emocionalna veza – gosti se vraćaju i preporučuju drugima. Ako Austrijanci povežu Karlobag s "mjestom za miran odmor i vožnju motorom", postaje njihova "go-to" destinacija – što vrijedi više od svake reklame.

Tablica 64 Pregled trenutnih posjetitelja destinacije Karlobag i njihove usklađenosti sa resursima destinacije Karlobag

Tržište	Motivacija	Trajanje	Sezonalnost	Tip smještaja	Ključni segmenti	Primanja (€)
Njemačka	Priroda, planinarenje, mir, biciklizam	7–14 dana	Lipanj – Rujan	Apartmani, kampovi, privatni smještaj	Obitelji, aktivni parovi, biciklisti	3.500 – 4.000
Austrija	Vikend odmor, outdoor aktivnosti, kampiranje	3–7 dana	Svibanj – Rujan	Kampovi, obiteljski apartmani	Obitelji, motoristi, planinari	3.000 – 3.500
Slovenija	Kratki bijeg, planine i more, priroda	2–5 dana	Travanj – Listopad	Privatni smještaj, kampovi	Mladi parovi, vikend turisti	2.000 – 2.500
Poljska	Aktivni odmor, priroda, kultura	7–10 dana	Lipanj – Rujan	Apartmani, mobilne kućice, kampovi	Obitelji, mladi aktivni turisti	1.500 – 2.000
Češka/Slovačka	More, biciklizam, obiteljski odmor	5–10 dana	Lipanj – Rujan	Obiteljski apartmani, kampovi	Obitelji, kampisti, planinari	1.800 – 2.300
Italija	Autentičnost, priroda, "slowtravel"	4–7 dana	Svibanj – Rujan	Privatni smještaj, kuće za odmor	Parovi, nomadi, "slowtravel" turisti	2.500 – 3.500
Skandinavija	Eko-doživljaji, izolacija, priroda	10+ dana	Lipanj – Rujan	Kuće za odmor, glamping, eko-smještaj	Eko-putnici, nomadi, seniori	3.500 – 4.500
Hrvatska	Vikend odmor, mir, priroda, vožnja motorom	2–4 dana	Travanj – Listopad	Privatni smještaj, kampovi	Obitelji, parovi, motoristi	1.200 – 1.800

Uz jasno definirano tržište, lakše je uspostaviti suradnje s agencijama, blogerima, turoperatorima i medijima na tom tržištu jer se zna što se promovira i kome. (npr. kampanja s austrijskim moto-klubom ili poljskim travel blogom može dati konkretne i mjerljive rezultate.)

Pametna odabir emitivnog tržišta nije samo tehnička odluka – to je temelj efikasne promocije, dugoročne održivosti turizma i usmjerenog razvoja ponude. Karlobag, sa svojom nišnom i autentičnom ponudom, ima priliku izgraditi čvrstu vezu s tržištima koja ne traže masovni turizam, već smisleni doživljaj.

Konkretna godišnja hodogram za privlačenje turista u destinaciju Karlobag mogao bi se složiti na slijedeći način prikazan niže. No. prije **nego se krene u navedene aktivnosti potrebno je razviti brand destinacije Karlobag (vizualni identitet, slogan, storytelling)**, biti aktivno prisutan na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, TikTok – za mlađe turiste), napraviti SEO optimizacija web stranice na više jezika i sudjelovati s lokalnim OPG-ovima i iznajmljivačima za autentične pakete.

- ciljana tržišta: Njemačka, Austrija, Slovenija, Češka, Poljska -

Siječanj – Veljača

- Analiza prethodne sezone i definiranje ciljanih tržišta.
- Postavljanje ciljeva i budžeta za marketing.
- Priprema promotivnih materijala (brošure, fotografije, video sadržaji).
- Sudjelovanje na turističkim sajmovima (npr. Vakantiebeurs – NL, FESPO – CH, ITB Berlin – DE).
- Ažuriranje web stranice i društvenih mreža (multijezični sadržaj).

Ožujak – Travanj

- Lansiranje digitalnih kampanja (Google Ads, Meta Ads, YouTube) – ciljano prema Njemačkoj, Austriji i Sloveniji.
- Influencer i bloggerske suradnje – pozivi za FAM trips.
- Kontaktiranje touroperatora i agencija s ciljanih tržišta.
- Pokretanje newsletter kampanja.
- Promocija outdoor i aktivnog turizma (biciklizam, planinarenje, Velebit).

Svibanj – Lipanj

- Organizacija press tripova i FAM tripova za novinare i agente.
- Suradnje s kampovima, privatnim iznajmljivačima i hotelima za zajedničke promotivne pakete.
- Pojačani online oglasi na platformama poput Booking, Airbnb i TripAdvisor.
- Video serijal “Doživi Karlobag” – promocija kroz kratke priče i lokalne ljude.
- Promocija manifestacija (npr. lokalni festivali, planinarski pohodi, ribarske večeri).

Srpanj – Kolovoz

- Live sadržaj s događanja (storyji, reelovi, YouTube Shorts).
- Održavanje turističkog info punkta s višjejezičnim osobljem.
- Lokalna gerila promocija (npr. info letci u kampovima, QR kodovi za vodiče).
- Naglašavanje lokalne gastronomije i autentičnih doživljaja.

Rujan – Listopad

- Postsezonske kampanje: “Indian Summer/ “Bablje ljeto” – mirniji, aktivni odmor.
- Kampanja za penzionere (senior-friendly sadržaji, zdravstveni turizam).
- Analiza rezultata kampanja – konverzije, klikovi, dolasci.
- Anketa među turistima za dojmove i prijedloge.

Studeni – Prosinac

- Priprema izvještaja i evaluacija marketinških aktivnosti.
- Planiranje i budžetiranje za sljedeću godinu.
- Prikupljanje novih vizuala i materijala (snimanje u jesenskom/zimskom ruhu).
- Razvoj proizvoda za predsezonu i posezonu (npr. tematski vikendi).

Radi preglednosti, hodogram se može prikazati i tablično:

Tablica 65 Hodogram aktivnosti za privlačenje turista – Karlobag

Mjesec	Aktivnosti
Siječanj – Veljača	- Analiza prethodne sezone i ciljanih tržišta - Postavljanje ciljeva i budžeta - Priprema promotivnih materijala - Sudjelovanje na turističkim sajmovima (ITB Berlin, FESPO itd.) - Ažuriranje web stranice i društvenih mreža
Ožujak – Travanj	- Lansiranje digitalnih kampanja (Google, Facebook, Instagram) - Influencer/blogerske suradnje i FAM trips - Kontaktiranje turoperatora i agencija - Newsletter kampanje - Promocija outdoor turizma (planinarenje, biciklizam)
Svibanj – Lipanj	- Organizacija press i FAM tripova - Suradnje s hotelima i privatnim iznajmljivačima - Online oglasi (Booking, Airbnb, TripAdvisor) - Video serijal "Doživi Karlobag" - Promocija lokalnih događanja
Srpanj – Kolovoz	- Live sadržaj s događanja (storyji, reelovi) - Info punkt s višjejezičnim osobljem - Gerila promocija na lokaciji (letci, QR kodovi) - Promocija lokalne kuhinje i autentičnih iskustava
Rujan – Listopad	- Kampanje "Indian Summer" - Promocija za penzionere (mirniji odmor) - Analiza rezultata kampanja - Anketa među turistima
Studeni – Prosinac	- Izvješćaji i evaluacija aktivnosti - Planiranje iduće godine - Prikupljanje novih vizuala - Razvoj programa za predsezonu i posezonu

Razvojni smjer i ciljevi razvoja destinacije Karlobag nisu definirani aktima strateškog planiranja te se definiraju ovim dokumentom u daljnjem tekstu temeljem provedene analize stanja destinacije.

Uvažavajući analizu stanja turizma u destinaciji Karlobag s posebnim naglaskom na ključne izazove te nastojanju da se osigura kvalitativni i kvantitativni pomak k održivom turizmu visoke dodane vrijednosti, identificirane su razvojne potrebe i razvojni potencijali Karlobag.

U kontekstu razvojnih potreba i potencijala utvrđeni su strateški ciljevi koji doprinose održivom turizmu i ukupnom gospodarskom i društvenom razvoju destinacije Karlobag i unaprjeđenju uvjeta života i rada njenih stanovnika te je razrađena intervencijska logička matrica.

Prema Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine (Narodne novine 2/2023) a sukladno provedenoj analizi razvojnih potreba i razvojnih potencijala definirana su četiri ključna strateška cilja:

1. Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženi turizam,
2. Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
3. Konkurentan i inovativan turizam,
4. Otporan turizam.

U tom smjeru će biti izrađeni strateški ciljevi destinacije Karlobag uvažavajući i ostale specifičnosti i resursnu osnovu destinacije.

6.1. PESTLE I SWOT analiza destinacije Karlobag

Kako bi se sagledali vanjski faktori koji utječu na razvoj i upravljanje destinacijom Karlobag napravljena je PESTLE analiza a zatim i SWOT analiza.

Tablica 66 PESTLE analiza destinacije Karlobag

Politički čimbenici - Stabilnost i članstvo u EU: Hrvatska kao članica Europske unije pruža stabilno političko okruženje, što olakšava pristup fondovima EU za razvoj turizma i infrastrukture. - Lokalna samouprava: Karlobag pripada Ličko-senjskoj županiji, koja je poznata po prirodnim ljepotama, ali suočava se s izazovima poput depopulacije i nedostatka investicija.	Ekonomski čimbenici - Ovisnost o turizmu: Turizam je ključna gospodarska grana, ali sezonalnost i ograničena ponuda smještaja i sadržaja mogu ograničiti prihode. - Pristup fondovima: Postoji potencijal za korištenje EU fondova za razvoj održivog turizma, ali je potrebna proaktivna lokalna strategija.	Socijalni čimbenici - Demografski izazovi: Populacija Karlobaga je malobrojna i stari, što utječe na dostupnost radne snage u turizmu. - Kulturna baština: Povijesne znamenitosti, poput samostana sv. Josipa, i lokalna tradicija mogu biti osnova za razvoj kulturnog turizma.
Tehnološki čimbenici - Digitalna prisutnost: Ograničena online vidljivost i digitalna promocija mogu smanjiti konkurentnost destinacije na turističkom tržištu. - Infrastruktura: Poboljšanje digitalne infrastrukture može privući mlađe turiste i omogućiti razvoj novih turističkih proizvoda.	Ekološki čimbenici Prirodne ljepote: Blizina Velebita i čisto more čine Karlobag atraktivnim za ekoturizam i aktivni odmor. Klimatske promjene: Rizici poput požara i erozije obale zahtijevaju prilagodbu turističke ponude i infrastrukture.	Pravni čimbenici Regulativa u turizmu: Hrvatski zakoni zahtijevaju registraciju smještajnih objekata i poštivanje standarda, što može biti izazov za male iznajmljivače. Zaštita okoliša: Zakonodavstvo o zaštiti prirode može ograničiti određene oblike razvoja, ali i potaknuti održive prakse.

Karlobag ima značajan potencijal za razvoj održivog turizma, posebno u segmentima ekoturizma i kulturnog turizma. Međutim, suočava se s izazovima poput demografskih promjena, ograničene infrastrukture i potrebe za jačom digitalnom promocijom. Strategije koje uključuju lokalnu zajednicu, koriste dostupne fondove i fokusiraju se na održivost mogu doprinijeti dugoročnom razvoju destinacije. PESTLE analiza pokazuje da Karlobag ima stabilno političko okruženje zahvaljujući članstvu Hrvatske u EU, ali li da lokalni razvoj koče depopulacija i nedostatak investicija.

Ekonomski, turizam je glavni oslonac, no njegova sezonalnost ograničava rast prihoda. Društveno, starenje stanovništva i manjak radne snage predstavljaju ozbiljan izazov, iako kulturna baština nudi potencijal za proširenje ponude. Tehnološki napredak i bolja digitalna promocija nužni su za jačanje konkurentnosti na tržištu. Ekološki čimbenici, poput očuvane prirode i klimatskih izazova, trebaju se pažljivo integrirati u održivi razvoj destinacije.

Tablica 67 SWOT analiza destinacije Karlobag

Snage (S) • Prirodne ljepote – Smješten između Velebita i Jadranskog mora, Karlobag nudi izuzetnu kombinaciju planinskog i morskog pejzaža. • Mir i autentičnost – Mali broj turista u usporedbi s većim destinacijama pruža autentičan i miran odmor. • Povijesna i kulturna baština – Postojanje znamenitosti poput samostana sv. Josipa i ostataka iz rimskog doba. • Pogodna lokacija – Blizina NP Sjeverni Velebit i dobri cestovni pravci prema unutrašnjosti i obali.	Slabosti (W) • Ograničena turistička infrastruktura – Nedostatak većih smještajnih kapaciteta, restorana i zabavnih sadržaja. • Sezonalnost turizma – Većina prihoda dolazi tijekom ljetnih mjeseci. • Slaba digitalna prisutnost – Nedovoljna promocija na internetu i društvenim mrežama. • Demografski pad i starenje stanovništva – Nedostatak lokalne radne snage i inicijative.
Prilike (O) • Razvoj ekoturizma i aktivnog turizma – Planinarenje, biciklizam, ronjenje, ribolov i druge aktivnosti u prirodi. • Korištenje EU fondova – Za razvoj infrastrukture, obuke i promociju. • Suradnja s obližnjim destinacijama – Uvezivanje s Plitvicama, Zavižanom, Pagom i Gospićem radi kreiranja šire turističke ponude. • Razvoj kulturnih i eno-gastro sadržaja – Temeljenih na lokalnim proizvodima i tradiciji.	Prijetnje (T) • Klimatske promjene – Povećan rizik od požara i vremenskih ekstrema. • Prevelik fokus na sezonski turizam – Koji može iscrpiti resurse bez dugoročne koristi. • Nastavak demografskog pada – Dodatno smanjuje lokalnu održivost. • Konkurencija razvijenijih destinacija – Teškoća u privlačenju turista bez značajnog ulaganja.

Nastavno na snage i prilike, akcijski plan za razvoj turizma u destinaciji Karlobag za razdoblje 2025-2028 mogu se postaviti na slijedeći način:

Tablica 68 Prijedlog akcijskog plana razvoja turizma u destinaciji Karlobag

Cilj	Aktivnost	Nositelj	Partneri	Rok	Resursi / Izvori financiranja
1. Jačanje ponude aktivnog i ekoturizma	Označavanje i digitalizacija planinarskih i biciklističkih staza (karte, aplikacije, info ploče)	TZ Karlobag	HGSS, lokalne udruge	2025.	EU fondovi (Interreg, EFRR), proračun općine
	Pokretanje „outdoor festivala“ (planinarenje, trail utrke, kajak)	TZ / Općina	Sportske udruge, volonteri	2026.	Sponzori, ulaznice, EU fondovi
	Otvaranje centra za iznajmljivanje outdoor opreme	Privatni poduzetnici	Općina (subvencije)	2026.	Poduzetnički fondovi, HBOR krediti
2. Pozicioniranje Karlobaga kao	Razvoj brenda i marketinške	TZ Karlobag	Turistički sektor, marketing agencija	2025.	HTZ potpore, EU fondovi

„slowtravel“ destinacije	kampanje (Digitalni detoks, Prirodna oaza)				
	Edukacija domaćina o "slow" konceptu i storytellingu	TZ / udruga obrtnika	Učilišta, HOK	2025.–2026.	MINGOR projekti, vlastita sredstva
	Poticanje razvoja boutique smještaja i seoskih domaćinstava	Općina / Razvojna agencija	Privatni iznajmljivači	2025.–2027.	Ruralni razvoj (IPARD), subvencije
3. Oživljavanje kulturne baštine	Uvođenje tematskih tura (npr. „Stari Karlobag“, „Rim na Jadranu“)	TZ Karlobag	Povjesničari, vodiči	2025.	Ministarstvo kulture, HTZ
	Održavanje kulturnih manifestacija (npr. Dani baštine, večeri povijesti)	Kulturna udruga / Općina	Škole, turisti	2026.–2028.	Proračun, donacije
	Digitalna interpretacija baštine – mobilna aplikacija	Općina / TZ	IT tvrtke	2026.	Digitalna Hrvatska, EU fondovi
4. Jačanje suradnje s okolnim destinacijama	Kreiranje zajedničkih itinerera (Velebit – Karlobag – Pag)	TZ Karlobag	TZ Pag, NP Velebit	2026.	EU Interreg projekti
	Zajednički marketing regije (video, brošure, web)	TZ Karlobag	TZ Lika, HTZ	2025.–2027.	HTZ, EU fondovi
5. Razvoj eno-gastro ponude	Organizacija manifestacija (npr. Dani janjetine, Velebitski okusi)	TZ / Udruga ugostitelja	Lokalni OPG-ovi	2026.–2028.	Sponzori, Ministarstvo turizma
	Edukacija o lokalnoj gastronomiji za iznajmljivače	Veleučilište "Nikola Tesla", Klaster Lika destination			
6. Razvoj moto turizma	Organizacija moto događaja, tematskih ruta i promocija moto-turističkih destinacija; edukacija iznajmljivača i pružatelja usluga o specifičnostima moto turizma.	Turistička zajednica i lokalne moto udruge	Udruge motorista, lokalni turistički subjekti, ugostitelji, policija (za sigurnost), Ministarstvo turizma.	2026.–2028.	Sredstva Ministarstva turizma, lokalnih vlasti, sponzora i EU fondova za ruralni i održivi razvoj turizma
7. Pozicionirati Karlobag kao prvu hrvatsku moto destinaciju prepoznatljivu na nacionalnoj i međunarodnoj razini.	Izrada i provedba strategije brendiranja kroz promotivne kampanje, moto događaje, digitalni marketing i suradnju s medijima.	Općina Karlobag u suradnji s Turističkom zajednicom Karlobag.	Moto klubovi, Ministarstvo turizma, lokalni ugostitelji i turistički subjekti, marketinške agencije, sponzori.	2026.–2028.	Sredstva lokalne samouprave, Ministarstva turizma, EU fondova za razvoj turizma i sponzorskih priloga.

ODRŽIVOST: u Karlobagu, očuvanje prirode mora biti u središtu turističkog razvoja, s obzirom na njegovu osjetljivu lokaciju između Velebita i mora. Razvoj turizma trebao bi se temeljiti na ekološki prihvatljivim praksama, poput održivog smještaja, ekotura i korištenja lokalnih resursa, uz istovremeno očuvanje krajolika i bioraznolikosti.

KVALITETA: kvaliteta turističke ponude u Karlobagu može se unaprijediti standardizacijom usluga, edukacijom iznajmljivača i poticanjem razvoja autentičnih sadržaja. Time bi se stvorio doživljaj koji odražava lokalni identitet, ali i zadovoljava očekivanja modernih gostiju, posebno onih koji traže mir, autentičnost i osobni pristup.

PRISTUPAČNOST: Karlobag kao mala destinacija može prednjačiti u pristupačnosti ako osigura lakši fizički pristup osobama s invaliditetom, kvalitetne informacije online i bolju prometnu povezanost. To uključuje i digitalnu prisutnost te jasno označene pristupne točke koje čine destinaciju otvorenom za sve posjetitelje, bez prepreka.

ZADOVOLJSTVO: Zadovoljstvo gostiju i lokalnog stanovništva ključno je za održivi turizam. U Karlobagu se to može postići kroz personalizirane doživljaje, uključivanje lokalaca u turističke projekte i redovno prikupljanje povratnih informacija, čime se stvara balans između razvoja i dobrobiti zajednice.

SIGURNOST: S obzirom na prirodne izazove (planine, more) i udaljenost od većih zdravstvenih centara, sigurnost mora biti prioritet. To uključuje dobru suradnju s HGSS-om, jasnu signalizaciju na stazama, dostupnu prvu pomoć te informiranje gostiju o sigurnosnim procedurama, čime se gradi povjerenje i sigurnost u destinaciji.

6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma destinacije Karlobag

Razvoj turizma ima izuzetno značenje za destinaciju Karlobag jer ima multiplikativne efekte na gospodarske, socijalne, kulturne i sve ostale aspekte života u destinaciji. Destinacija Karlobag je već sad postavila svoj razvoj prema resursima kojima raspolaže a koji se najvećim svojim dijelom odnose na održiv i ekološki razvoj turizma te bi navedeni smjer trebala razvijati i u budućnosti s naglaskom na održivost kako razvoja turizma tako i svih ostalih turističkih aktivnosti.

U tom kontekstu identificirani su opća načela i ciljevi za destinaciju Karlobag kako slijedi:

Tablica 69 Identifikacija općih načela destinacije Karlobag

Načelo	Potkategorija	Primjena u Karlobagu (primjeri)
Održivost	Ekološka održivost	Uvođenje pješačkih i biciklističkih staza uz ograničenje motoriziranog prometa u osjetljivim zonama (npr. podvelebitsko područje).
	Očuvanje prirode	Edukativne table o biljnom i životinjskom svijetu, vođene eko-ture kroz Velebit.
	Upravljanje resursima	Poticanje korištenja solarne energije i sustava za štednju vode u turističkom smještaju.
Kvaliteta	Standardizacija usluge	Uvođenje edukacije za iznajmljivače o standardima usluge i gostoljubivosti.
	Kvaliteta smještaja i sadržaja	Poticanje renoviranja smještajnih kapaciteta uz subvencije za obiteljski turizam.
	Autentičnost ponude	Uključivanje lokalnih proizvoda i običaja u turističku ponudu (npr. doručak s lokalnim sirom i medom).
	Fizička pristupačnost	Prilagodba ključnih točaka (plaže, centar) osobama s invaliditetom (rampe, pristupne staze).

Pristupačnost	Digitalna pristupačnost	Web stranica destinacije i mobilna aplikacija s višjejezičnim i pristupačnim sadržajem.
Zadovoljstvo	Zadovoljstvo posjetitelja	Redovito provođenje anketa i ocjenjivanja iskustava turista, online i na licu mjesta.
	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva	Javne tribine i uključivanje lokalaca u razvoj turističkih projekata (npr. kroz udruge ili savjete).
	Personalizirano iskustvo	Razvoj tematskih paketa prema interesima (aktivni odmor, povijest, gastronomija).
Sigurnost	Sigurnost posjetitelja	Suradnja s HGSS-om, postavljanje signalizacije i info-tabli na stazama.
	Zdravstvena sigurnost	Dostupnost prve pomoći i informacija o najbližim zdravstvenim ustanovama.
	Informacijska sigurnost	Zaštita podataka gostiju kroz sigurnu online rezervaciju i sustave.

Tablica 70 Identifikacija općih ciljeva destinacije Karlobag

CILJEVI	GLAVNI CILJ	PODCILJ
1. EKONOMSKI	Povećati gospodarsku korist turizma uz diverzifikaciju turističke ponude	1.1. Povećati broj posjetitelja izvan glavne sezone (produženje sezone kroz tematske manifestacije, sport i kulturu). 1.2. Potaknuti razvoj lokalnih poduzetnika i OPG-ova kroz turističke proizvode (npr. domaći med, sir, rukotvorine). 1.3. Privući investicije i koristiti dostupne fondove 1.4. Povećati prosječnu potrošnju po gostu kroz ponudu dodatnih sadržaja i lokalnih iskustava.
2. KULTUROLOŠKI	Očuvati i promovirati kulturnu baštinu Karlobaga kao temelj identiteta destinacije	2.1. Organizirati kulturne manifestacije koje promoviraju lokalnu povijest, običaje i umjetnost (npr. Dani starih zanata, Noć Karlobaga). 2.2. Uključiti kulturnu baštinu u turističku ponudu kroz storytelling ture, radionice i suvenire. 2.3. Potaknuti mlade na sudjelovanje u očuvanju lokalne baštine kroz volonterske programe.
3. EKOLOŠKI	Zaštititi prirodnu okolinu i razvijati turizam u skladu s načelima održivosti	3.1. Razviti ekoturističke proizvode (vođene ture Velebitom, promatranje prirode, ronjenje u zaštićenim zonama). 3.2. Potaknuti održivo upravljanje otpadom i energijom u turizmu (eko-certifikati za smještaj). 3.3. Edukacija turista i lokalaca o važnosti zaštite okoliša kroz informativne ploče, brošure i radionice. 3.4. Suradnja s NP Sjeverni Velebit i HGSS-om za kontrolirani razvoj outdoor aktivnosti.

4. SOCIJALNI	Povećati kvalitetu života lokalne zajednice kroz inkluzivan razvoj turizma	4.1. Uključiti lokalno stanovništvo u planiranje turističkog razvoja putem savjeta i tribina. 4.2. Povećati zapošljavanje lokalnog stanovništva kroz edukaciju i potporu malim poduzetnicima. 4.3. Razviti socijalno osjetljiv turizam dostupan osobama s invaliditetom i starijim osobama. 4.4. Promicati svijest o važnosti turizma u zajednici kroz škole, udruge i medije.
5. INFRASTRUKTURNI	Unaprijediti turističku i komunalnu infrastrukturu za bolji doživljaj posjetitelja i lokalnog stanovništva	5.1. Modernizirati prometnu povezanost Karlobaga sa susjednim destinacijama (iskoristiti dostupnost usluge Lika Line) 5.2. Urediti pristupne točke (plaže, šetnice, vidikovci) s pristupom za sve korisnike. 5.3. Uložiti u digitalnu infrastrukturu – informacijski centri, besplatan Wi-Fi, mobilna aplikacija destinacije. 5.4. Razviti interpretacijske centre i info punktove za turiste (npr. Centar za prirodu i kulturu Karlobag).

Primjeri implementacije **EKONOMSKIH** ciljeva u Karlobagu

1. Produženje turističke sezone – organizacija tematskih manifestacija

Aktivnost: Organizacija manifestacije „Jesenski okusi Karlobaga“ – eno-gastro vikend u rujnu s domaćim proizvodima, glazbom i vođenim turama Velebitom.

Cilj: Produženje sezone na predsezonu/postsezonu, privlačenje domaćih i inozemnih gostiju.

Korist: Više noćenja, veća potrošnja u restoranima, OPG-ovima i kod iznajmljivača.

2. Podrška lokalnim OPG-ovima i obrtima

Aktivnost: Kreiranje oznake "Proizvedeno u Karlobagu" za lokalne proizvode (npr. med, sir, ljekovito bilje), te postavljanje mini tržnice za turiste kod rive.

Cilj: Povezivanje poljoprivrede i turizma.

Korist: Veća vidljivost i prihodi lokalnih proizvođača; autentičnost ponude.

3. Razvoj specijaliziranog smještaja za motoriste

Aktivnost: Subvencije i savjetodavna pomoć za prilagodbu dijela smještaja posebnima za moto turiste, uključujući uređenje prostora, servisne sadržaje i sigurnosne elemente.

Cilj: Povećati atraktivnost smještaja za moto turiste te time podići kvalitetu i konkurentnost smještajnih kapaciteta u Karlobagu.

Korist: Veći interes i dolazak moto turista, bolji prihodi iznajmljivača te jači položaj Karlobaga kao prepoznate moto turističke destinacije.

4. Ulaganja kroz EU fondove

Aktivnost: Prijava projekta „Karlobag – destinacija aktivnog odmora“ na Interreg program za uređenje biciklističkih staza i edukaciju vodiča.

Cilj: Financiranje turističke infrastrukture bez opterećenja lokalnog proračuna.

Korist: Dugoročna održivost ponude i rast broja gostiju aktivnog profila.

5. Stvaranje dodatnih sadržaja za turiste

Aktivnost: Pokretanje vođenih tematskih šetnji – „Karlobag priča priču“

Cilj: Produženje boravka gostiju i dodatna zarada za lokalne vodiče.

Korist: Veća potrošnja po gostu, aktivno uključivanje zajednice, promocija baštine.

Primjeri implementacije **KULTUROLOŠKIH** ciljeva u Karlobagu

1. Obnova i interpretacija kulturnih znamenitosti

Aktivnost: Uređenje i osvjetljavanje samostana sv. Josipa te postavljanje audio guide-a (na više jezika) koji prenose povijest samostana i okolice.

Cilj: Promocija kulturne baštine kao važnog dijela identiteta destinacije.

Korist: Veće uključivanje kulturnih atrakcija u turističku ponudu, privlačenje kulturno osviještenih gostiju.

2. Uvođenje kulturnih tematskih tura – „Stari Karlobag“

Aktivnost: Kreiranje tematske šetnje kroz povijest Karlobaga, s lokalnim vodičem koji koristi storytelling pristup (priče o rimskom razdoblju, gusarima, samostanu, svakodnevnom životu kroz stoljeća).

Cilj: Oživljavanje povijesti kroz zanimljiv i edukativan sadržaj.

Korist: Viša razina doživljaja kod gostiju, dodatni izvor prihoda za lokalne vodiče.

3. Organizacija kulturno-tradicijskih manifestacija

Aktivnost: Pokretanje manifestacije „Večeri karlobaške baštine“ – večeri lokalne glazbe, plesa, prikaz starih zanata, kušanja domaće hrane.

Cilj: Očuvanje tradicije i prenošenje lokalne kulture na posjetitelje.

Korist: Autentičan doživljaj za turiste, promocija lokalne zajednice, međugeneracijska povezanost.

4. Izrada suvenira temeljena na lokalnoj baštini

Aktivnost: Suradnja s lokalnim umjetnicima i obrtnicima na izradi unikatnih suvenira inspiriranih poviješću i prirodom Karlobaga (npr. minijature samostana, motivi Velebita, drveni brodići).

Cilj: Poticanje kreativnih industrija i promocija identiteta destinacije.

Korist: Dodana vrijednost za goste, poticaj lokalnom obrtništvu i samozapošljavanju.

5. Uključivanje mladih u očuvanje kulturne baštine

Aktivnost: Organizacija edukativnih radionica za osnovnoškolce o lokalnoj povijesti, izrada školskih projekata, vođenje dječjih tura za obitelji s djecom.

Cilj: Razvijanje svijesti o važnosti kulture i aktivno uključivanje mladih.

Korist: Dugoročno očuvanje identiteta Karlobaga i stvaranje generacije ambasadora vlastite zajednice.

Primjeri implementacije **SOCIOLOŠKIH** ciljeva u Karlobagu

1. Aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u kreiranje turističke ponude

Aktivnost: Organizacija redovitih javnih tribina i radionica na kojima mještani iznose prijedloge za turističke projekte (npr. što ponuditi gostima, koji su prioriteti uređenja).

Cilj: Jačanje osjećaja pripadnosti i suodgovornosti za razvoj destinacije.

Korist: Veće povjerenje između zajednice i turističkog sektora, personaliziranija ponuda, manji otpor prema turizmu.

2. Edukacija lokalne zajednice za uključivanje u turizam

Aktivnost: Provedba besplatnih radionica i tečajeva za lokalce (npr. osnove engleskog jezika, digitalni marketing za iznajmljivače, vođenje pješačkih tura).

Cilj: Osnajivanje lokalne radne snage i poduzetništva.

Korist: Više lokalnog zapošljavanja, manje ovisnosti o uvoznim kadrovima, veća ekonomska neovisnost.

3. Razvoj socijalno osjetljivog i inkluzivnog turizma

Aktivnost: Uređenje pristupačnih plaža i šetnica za osobe s invaliditetom te kreiranje obiteljskih sadržaja (dječja igrališta, interpretacijski centri prilagođeni djeci).

Cilj: Učiniti destinaciju dostupnom svim skupinama turista, bez iznimke.

Korist: Više posjetitelja različitih profila, pozitivan imidž zajednice, jačanje društvene solidarnosti.

4. Promicanje međugeneracijske suradnje i očuvanje lokalnog identiteta

Aktivnost: Pokretanje projekta „Baba i did pričaju priče“ – stariji mještani vode storytelling ture za djecu i turiste, uz podršku volontera i učenika.

Cilj: Prijenos znanja i iskustva, međugeneracijsko povezivanje.

Korist: Očuvanje baštine, jačanje lokalne kulture i veće međusobno poštovanje unutar zajednice.

5. Jačanje društvene kohezije kroz volontiranje i zajedničke akcije

Aktivnost: Organizacija volonterskih dana uređenja okoliša i javnih prostora (npr. čišćenje šetnica, sadnja autohtonog bilja, obnova javnih klupa) uz sudjelovanje lokalnih škola, udruga i poduzetnika.

Cilj: Zajedničko stvaranje ljepšeg i ugodnijeg mjesta za život i boravak turista.

Korist: Bolji odnosi među stanovnicima, osjećaj zajedničkog uspjeha, aktivan građanski duh.

Primjeri implementacije **INFRASTRUKTURNIH** ciljeva u Karlobagu

1. Uređenje pristupnih točaka i vidikovaca

Aktivnost: Uređenje i signalizacija vidikovca iznad Karlobaga s pristupnom stazom, sigurnosnom ogradom i klupama, te info-pločama s panoramskim opisom Velebita i mora.

Cilj: Stvoriti atraktivan javni prostor za turiste i lokalce.

Korist: Nova točka interesa za posjetitelje, produženje boravka, jačanje vizualnog identiteta destinacije.

2. Uvođenje shuttle linije i biciklističke infrastrukture

Aktivnost: Uspostava shuttle prijevoza Karlobag – Zavižan – Gospić u ljetnoj sezoni, te postavljanje servisnih stanica za bicikle uz Velebitsku biciklističku rutu.

Cilj: Povezati destinaciju s okolnim atrakcijama i olakšati pristup bez vlastitog vozila.

Korist: Bolja dostupnost za turiste bez auta, veća mobilnost i bolja promocija prirodne baštine.

3. Modernizacija turističke signalizacije i informacija

Aktivnost: Postavljanje pametnih info-tabli i interaktivnih totema na ključnim točkama (centar, riva, samostan), s digitalnim kartama, QR kodovima, višejezičnim sadržajem i info o događanjima.

Cilj: Osigurati jednostavno snalaženje i kvalitetniju informiranost turista.

Korist: Povećanje zadovoljstva gostiju, manji pritisak na fizičke info-punktove, moderan dojam destinacije.

4. Razvoj pristupačnih plaža za osobe s invaliditetom i obitelji

Aktivnost: Prilagodba barem jedne gradske plaže s rampama, mobilnim platformama i pristupom za kolica, uz dodatne sadržaje za obitelji s djecom (tuševi, sjenila, klupe).

Cilj: Učiniti turizam inkluzivnim za sve skupine gostiju.

Korist: Veća pristupačnost, društvena odgovornost, bolja reputacija destinacije.

5. Uvođenje besplatnog javnog Wi-Fi-a i digitalne platforme

Aktivnost: Instalacija besplatne Wi-Fi mreže na glavnim javnim lokacijama (riva, centar, plaža) i izrada mobilne aplikacije „Visit Karlobag“ s interaktivnim kartama, smještajem, događanjima i savjetima.

Cilj: Digitalna transformacija destinacije i bolja komunikacija s posjetiteljima.

Korist: Povećanje digitalne dostupnosti, bolja korisnička iskustva i dodatna promocija lokalne ponude.

5.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Kako bi se definirala vizija razvoja destinacije Karlobag potrebno je sagledati prednosti i ograničenja destinacije te definirati željeni razvojni smjer odgovorom na slijedeća pitanja:

- koje su konkurentske prednosti destinacije Karlobag?
- koje turističke proizvode destinacija Karlobag nudi?
- kako destinaciju Karlobag učiniti prepoznatljivom na tržištu uz istovremeno osiguravanje održivog razvoja?

Nastavno na navedeno vizija razvoja turizma u destinaciji Karlobag može se definirati na slijedeći način:

"Karlobag – autentična jadranska destinacija na dodiru mora i planine, prepoznatljiva po jedinstvenom prirodnom fenomenu - buri i poznata kao prva hrvatska moto destinacija gdje se tradicija i priroda stapaju u iskustvo zdravog i ispunjenog boravka."

Mjere i aktivnosti koje su utvrđene za ostvarivanje razvojnog smjera prikazane su u slijedećem poglavlju povezane su sa strateškim nacionalnim prioritetima primarno sa Strategijom održivog razvoja turizma do 2030 godine, sa strateškim prioritetima i izvorom financiranja, definiranim nositeljem provedbe i planiranim rokovima izvršenja.

A scenic landscape photograph showing a winding asphalt road on a rocky, green hillside. In the background, a large body of water (the sea) is visible, surrounded by distant, hazy mountains. The sky is a clear, vibrant blue. The foreground is a grassy field with yellow wildflowers and scattered rocks.

7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA

7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA

Da bi se ostvario razvojni smjer turizma u destinaciji Karlobag prema ključnim pokazateljima uspješnosti (KPI), potrebno je provesti niz konkretnih mjera i aktivnosti. Ove mjere usklađene su s ciljevima razvoja, a istovremeno mjerljive kroz definirane KPI-eve, poput broja posjetitelja, povećanja prihoda, povećanja broja zaposlenih u turizmu i povećan broj zadovoljnih gostiju

Tablica 71 Razvojni smjer turizma u destinaciji Karlobag prema KPI-jevima

KPI (EKONOMSKI)	JED.MJERE	AKTIVNOSTI
Broj noćenja	Broj noćenja godišnje	Produženje sezone kroz manifestacije i pakete izvan ljetnih mjeseci; suradnja s agencijama.
Prosječna potrošnja po gostu	EUR / gost / dan	Uvođenje dodatnih sadržaja (gastro ture, suveniri, izleti), promocija lokalnih proizvoda i usluga.
Broj aktivnih OPG-ova i obrta u turizmu	Broj registriranih subjekata	Edukacije i potpore za lokalne proizvođače, brendiranje, mini tržnice.
Udio smještaja višeg standarda	% smještaja s 4 i više zvjezdica	Subvencije za obnovu i kategorizaciju obiteljskog smještaja, edukacija iznajmljivača.
Povećanje prihoda od boravišne pristojbe	EUR godišnje	Veća popunjenost i dulji boravci kroz ciljane kampanje i kvalitetniju promociju, paušalni iznosi
Broj posjetitelja u pred/post sezoni	Broj dolazaka izvan srpnja i kolovoza	Razvoj outdoor i kulturnih sadržaja u proljeće i jesen, vikend paketi, ciljani marketing.
Broj novih turističkih poduzetnika godišnje	Broj novih obrta / OPG-ova	Poticanje poduzetništva kroz subvencije, edukacije i potporu za početnike (npr. info točke, savjetovništva).
Rast prosječne cijene noćenja	EUR / noćenje	Unapređenje kvalitete smještaja, edukacija za iznajmljivače, standardizacija i promocija ponude.
Udio ponude temeljen na lokalnim proizvodima i uslugama	% turističke ponude	Brendiranje lokalnih proizvoda
Povrat investicija u turističku infrastrukturu	EUR (uloženo vs. zarađeno)	Praćenje ROI-a projekata poput uređenja plaža, staza, centara – kroz broj korisnika i prihoda.
KPI (KULTUROLOŠKI)	JED.MJERE	AKTIVNOSTI
Broj kulturnih manifestacija godišnje	Broj događanja	Organizacija festivala, večeri baštine, tematskih tura, koncerata u starom gradu.
Broj posjetitelja kulturnih događanja	Broj posjetitelja	Promocija događanja online i putem TZ, partnerstvo s turističkim agencijama.
Broj obnovljenih kulturnih objekata	Broj objekata	Sanacija i obnova, kapela, stare jezgre uz pomoć Ministarstva kulture.
Broj vođenih kulturnih tura godišnje	Broj tura	Organizacija redovitih šetnji "Stari Karlobag" i "Karlobag pod zvjezdama" s lokalnim vodičima.
Broj izrađenih i distribuiranih edukativnih materijala	Broj brošura / eduk. setova	Izrada letaka, brošura, dječjih materijala o povijesti i baštini, dostupnih na više jezika.
Broj kulturnih sadržaja uključenih u turističke pakete	Broj paketa	Ugradnja lokalne povijesti, obrta i običaja u postojeće izlete i ture.
Uključenost lokalne zajednice u kulturne aktivnosti	Broj lokalnih sudionika	Uključivanje škola, udruga i starijih mještana u kulturne projekte i javne nastupe.
Stupanj očuvanosti kulturnih lokaliteta	% očuvanosti (kvalitativna procjena)	Redovito održavanje, čišćenje i zaštita kulturne baštine, vođenje registra stanja objekata.

Raznolikost kulturne ponude kroz godinu	Broj različitih tipova sadržaja	Ravnomjerna raspodjela – glazba, povijest, stari zanati, vjera, likovna umjetnost, film, književnost.
KPI EKOLOŠKI	JED.MJERE	AKTIVNOSTI
Količina proizvedenog otpada po turistu	kg / turistu	Uvođenje sustava selektivnog prikupljanja otpada u smještajima i javnim prostorima
Postotak recikliranog otpada	% recikliranog otpada	Edukacija lokalnog stanovništva i turista o odvajanju otpada, dodatne kante i informativni materijali.
Udio smještaja s ekološkim certifikatom ili praksama	% objekata	Poticanje eko-certificiranja, uvođenje eko standarda kroz edukacije i subvencije.
Potrošnja vode po noćenju	litara / noćenje	Poticanje korištenja štednih slavina i tuševa, edukacija o racionalnom korištenju vode.
Potrošnja energije po noćenju	kWh / noćenje	Promicanje solarnih panela, LED rasvjete, senzora za rasvjetu u smještajima.
Kvaliteta zraka i mora na turističkim lokacijama	Index / ocjena kvalitete	Redovno mjerenje i javno objavljivanje rezultata; promocija lokacija s izvrsnim ocjenama.
Broj ekoturističkih tura i sadržaja	Broj tura / programa	Razvoj planinarskih i edukativnih tura po Velebitu, tematske ture o flori i fauni.
Broj edukacija o zaštiti okoliša za turiste i lokalce	Broj edukacija godišnje	Organizacija eko-radionica, interpretacijskih šetnji i kampanja o održivosti.
Broj "zelenih" javnih površina u destinaciji	Broj lokacija / m ² zelenih zona	Sadnja lokalnog bilja, uređenje parkova i zelenih pojasa uz plaže i šetnice.
Broj dana u godini bez prekomjernog zvučnog / svjetlosnog zagađenja	Broj dana	Regulacija glazbe u objektima, kontrola rasvjete, "tihe zone" u prirodnim područjima.
KPI SOCIJALNII)	JED.MJERE	AKTIVNOSTI
Broj lokalnih stanovnika uključenih u turističke aktivnosti	Broj osoba	Edukacije, radionice, podrška za male biznise, uključivanje vodiča, iznajmljivača, OPG-ova.
Broj održanih edukacija za lokalnu zajednicu godišnje	Broj edukacija	Tečajevi za strane jezike, digitalni marketing, storytelling, standarde usluge.
Zaposlenost lokalnog stanovništva u turizmu	% zaposlenih u turizmu	Razvoj novih radnih mjesta kroz kulturne i outdoor projekte, podrška samozapošljavanju
Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	. Postotak zadovoljnih (%)	Provođenje godišnjih anketa, javne rasprave, uvođenje kanala za prijedloge i žalbe.
Uključenost mladih u turističke i kulturne projekte	Broj mladih uključenih	Uključivanje škola, mladih vodiča, ambasadora baštine, volontiranje na događanjima.
Broj međugeneracijskih aktivnosti u turizmu	Broj događanja / programa	Radionice tradicije za djecu i turiste, turistički obilasci "upoznaj svoje mjesto"
Volonterska uključenost u turističke i javne aktivnosti	Broj aktivnih volontera	Akcije čišćenja, pomoći pri manifestacijama, vodičke aktivnosti, suradnja s udrugama.
Broj javnih tribina / sastanaka s lokalnim stanovništvom	Broj sastanaka godišnje	Redovita organizacija javnih rasprava o razvoju turizma i destinacijskom upravljanju.
Broj socijalnoosjetljivih grupauključenih u turizam	Broj uključenih pojedinaca / grupa	Suradnja s udrugama osoba s invaliditetom, umirovljenicima, dugotrajno nezaposlenima.
Pristupačnost destinacije osobama s invaliditetom	Broj pristupačnih objekata / zona	Uređenje plaža, rampi, sanitarnih čvorova, info-materijala na pristupačan način.
Broj turističkih sadržaja prilagođenih osobama s invaliditetom	Broj lokacija / objekata	Uređenje pristupačnih plaža, info-centara, šetnica i toaleta; uvođenje vodiča u pristupačnom formatu.
Broj edukacija o inkluziji za pružatelje turističkih usluga	Broj edukacija godišnje	Organizacija edukacija o pristupu osobama s invaliditetom i osjetljivim skupinama.

Broj sadržaja prilagođenih obiteljima s malom djecom	Broj sadržaja	Kreiranje dječjih tura, igrališta, prilagođenih smještaja i restorana
Broj aktivnosti dostupnih za niskobudžetne skupine	Broj besplatnih / subvencioniranih aktivnosti	Besplatne ture, kulturna događanja na otvorenom, povoljne ponude za domaće goste.
Zastupljenost različitih društvenih skupina među posjetiteljima	Postotak / profil posjetitelja	Praćenje i analiza profila gostiju (dob, mobilnost, prihodi), ciljane kampanje za raznolike grupe.
KPI INFRASTRUKTURNI	JED.MJERE	AKTIVNOSTI
Broj uređenih i označenih pješačkih i biciklističkih staza	km staza	Postavljanje signalizacije, mapa i info-tabli, uređenje ruta (Velebit, obala).
Broj pristupačnih plaža i javnih površina	Broj lokacija	Ugradnja rampi, tuševa, sanitarija i pristupnih staza za osobe s invaliditetom i obitelji.
Broj pametnih info točaka/digitalnih totema	Broj točaka	Postavljanje digitalnih interaktivnih panela s kartama, QR kodovima i sadržajem na više jezika.
Kvaliteta prometne povezanosti s okolicom	Broj linija / frekvencija	Uključivanje Lika Line linija za povećanje povezanosti sa Gospićem i okolicom
Broj objekata s besplatnim Wi-Fi pristupom zaposjetitelje	Broj javnih zona	Instalacija Wi-Fi mreže na rivi, plažama, trgu, oko kulturnih sadržaja.
Razina čistoće i uređenosti javnih površina	Ocjena / broj čišćenja	Uvođenje redovnog čišćenja, sadnja zelenila, postavljanje kanti i održavanje javnih sanitarija
Udio smještajnih objekata s parkiralištem i sanitarnim standardom	% objekata	Poticanje iznajmljivača da osiguraju parking i osnovne uvjete kroz edukacije i kategorizaciju.
Broj interpretacijskih punktova vezanih za prirodnu i kulturnu baštinu	Broj punktova	Postavljanje edukativnih ploča i minicentara na ključnim točkama (npr. uz samostan, šetnice, luke).
Broj sigurnosnih oznaka i HGSS signalizacije na stazama	Broj znakova / tabli	Suradnja s HGSS-om i planinarskim udrugama za označavanje staza, opasnih dijelova i točaka pomoći.
Broj novih ili obnovljenih javnih sadržaja (šetnice, trgovci, igrališta)	Broj lokacija	Ulaganja u obnovu rive, dječjih igrališta, sportskih terena i urbanog namještaja (klupe, rasvjeta).

U nastavku su razrađeni strateški ciljevi destinacije Karlobag temeljeni na strateškim ciljevima koji su definirani Strategijom održivog razvoja turizma do 2030. godine i KPI-jevima destinacije Karlobag.



6. VREMENIK AKTIVNOSTI

8. VREMENIK AKTIVNOSTI

Tablica 72 Mjere i aktivnosti za provedbu strateških i operativnih ciljeva

Strateški cilj iz nacionalne Strategije razvoja održivog turizma do 2030.	Strateški cilj iz plana upravljanja destinacijom	Operativni cilj	Aktivnost	Pokazatelj	Nositelj/izvor financiranja	Početna vrijednost	Ciljna vrijednost	Rok
SC 1: CJELOGODIŠNJI I URAVNOTEŽEN TURIZAM	SCP 1: Razvoj cjelogodišnjeg turizma	Produžiti turističku sezonu izvan glavnih ljetnih mjeseci	Organizacija kulturnih i eno-gastro manifestacija u proljeće i jesen	Broj održanih manifestacija; broj posjetitelja u pred/post sezoni	TZ Karlobag, Općina Karlobag / HTZ, Ministarstvo turizma, EU fondovi	0 / 2025	2 / 2027 150 / 2027	K
		Diversificirati ponudu u skladu s interesima različitih skupina turista	Razvoj tematskih tura (planinarenje, biciklizam, vjerski turizam)	Broj kreiranih tura i paket aranžmana	Turističke agencije, lokalne udruge / EU fondovi, privatni sektor	0 / 2025	2 / 2027	2027
		Povećati smještajne kapacitete tijekom cijele godine	Poticanje otvaranja obiteljskog smještaja s cjelogodišnjim radom	Broj novih kapaciteta otvorenih izvan sezone	privatni iznajmljivači	0 / 2025	10 / 2027	3+ god
		Odrediti se kao cjelogodišnja moto-destinacija	Osmisliti sadržaje koji će motoriste privući u pred/ pod sezoni	Broj motorista u destinaciji	TZ Karlobag, Općina	0 / 2025	250 / 2027	2-3-g
		Privući digitalne nomade i radne turiste	Uređenje coworking prostora, promocija destinacije kao "remote-friendly"	Broj dužih boravaka (30+ dana); broj korištenja coworking prostora	Općina, privatni sektor / EU fondovi, HTZ	0 / 2025	20 / 2027 5 / 2027	1-2-g
		Aktivirati kulturnu baštinu kroz interpretaciju	Postavljanje interaktivnih info-	Broj posjetitelja kulturnih točaka;	TZ, škole, muzeji / Ministarstvo kulture, donatori	2025	100 / 2027 2 / 2027	2-3-g

			tabli, vođene ture, virtualna stvarnost	broj edukativnih sadržaja				
		Privući moto turiste u predsezoni i posezoni	Organizacija moto susreta, kreiranje „bure route“ (tematska ruta kroz Velebit)	Broj moto-turista u 4. i 10. mjesecu; broj registriranih sudionika	Moto klubovi, TZ Karlobag, lokalna zajednica / HTZ, sponzori, privatni sektor	2025	100/2026 100/2026	K
		Promocija Karlobaga kao destinacije za moto avanture	Izrada promotivnog materijala, online karata, sigurnosne info točke za motoriste	Posjećenost web stranica; broj preuzimanja karata i vodiča	TZ Karlobag, moto udruge / Ministarstvo turizma, lokalni proračun	2025	1500/2026 150/2026	1-2g
		Aktivirati Karlobag izvan glavne sezone	Festival bure – kulturno događanje	Broj posjetitelja izvan sezone; broj održanih programa	TZ Karlobag, Muzej bure, Općina/Ministarstvoturizma, EU fondovi	2026	70/2027 1/2027	2-3-g
		Razviti mirni, wellness turizam za pred/podsezonu	Tišina pod Velebitom – vikend detox i mindfulness program	Broj gostiju u predsezoni; broj noćenja; zadovoljstvo korisnika	Privatni smještaj, vodiči / Ministarstvo turizma, ruralni razvoj	2026	200/2027 350/2027	K
		Povezati prirodnu i kulturnu baštinu u integriranu ponudu	Bura experience paket – Muzej bure + prirodne ture + lokalni obrok	Broj prodanih paketa; posjećenost muzeja izvan sezone	TZ, Muzej bure, vodiči / EU fondovi, HTZ	2026	200/2027	2-3-g
		Promocija aktivnog i avanturističkog turizma	Razviti dvodnevne tematske pakete	More i planina: 2 dana – 2 svijeta – kajak + planinarenje + večera	Broj rezervacija; duljina boravka; recenzije, Turističke agencije, OPG-ovi / HTZ, lokalni proračun	2026	35/2027	K
		Diversifikacija turističkog prometa	Privući motoriste u predsezoni i posezoni	Moto ruta Vjetrova – tematska panoramska vožnja i moto susreti	Broj motorista; broj sudionika susreta; prodani vodiči i suveniri, Moto klubovi, TZ, ugostitelji / HTZ, sponzori, Ministarstvo turizma	2026	350/2027	K

	SCP 2:Aktivacija kulture infrastrukture	Uključiti Muzej bure u turizam van glavne sezone	Organizacija radionica, edukacija i tematskih izložbi vezanih uz buru	Broj događanja; broj posjetitelja izvan srpnja i kolovoza	Muzej bure, TZ, škole / Ministarstvo kulture, EU fondovi	2026	1/2027 45/2027	2-3-g
		Povezati muzej s outdoor turizmom i edukacijom	Kreiranje paketa „Bura experience“ (muzej + planinarenje + lokalni doživljaji)	Broj posjetitelja, zadovoljstvo posjetitelja	TZ Karlobag, muzejski djelatnici, vodiči / HTZ, EU fondovi	0/2025	60/2027	
	SCP 3: Razvoj održivog i ravnomjerno raspoređenog turizma	Smanjiti opterećenje na obalni dio i uključiti zaleđe	Uključivanje zaleđa u turističku ponudu kroz agroturizam i eko-turizam	Broj turističkih sadržaja u zaleđu; broj noćenja u unutrašnjosti	Poljoprivredna gospodarstva, TZ, LAG / EU fondovi, Ministarstvo turizma	0/2025	90/2027	3+g
		Povećati svijest o održivom turizmu kod lokalnog stanovništva	Edukativne radionice za građane i turističke djelatnike	Broj provedenih edukacija; broj sudionika	TZ Karlobag, škole, udruge / Ministarstvo turizma, donatori	0/2025	6/2027 80/2027	K
		Uvesti digitalne alate za upravljanje turizmom	Razvoj aplikacije za upravljanje posjetama i promociju manje poznatih lokacija	Broj korisnika aplikacije; broj posjeta manje poznatim lokacijama	Općina Karlobag / EU fondovi, nacionalni programi digitalizacije	0/2026	50/2027 50/2027	1-2 g
		Oživjeti lokalne obrte i tradiciju	Radionice starih zanata (npr. izrada suvenira, ribarskih mreža, lokalna kuhinja)	Broj održanih radionica; broj uključenih lokalnih obrtnika	Udruge, OPG-ovi, škole / Ministarstvo gospodarstva, EU fondovi	2025	2/2027 5/2027	K
		Povezati planinski i morski turizam u jedinstvenu ponudu	Kreiranje paketa “od mora do planine” – jednodnevni i višednevni izleti	Broj prodanih paketa; zadovoljstvo korisnika	Turističke agencije, vodiči / TZ, EU fondovi	2025	2/2028	K
		Razvijati edukativni turizam za djecu i mlade u suradnji s PP Velebit	Organizacija kampova u prirodi, škola u prirodi, edukacija o ekologiji	Broj održanih kampova; broj djece iz RH i inozemstva	Škole, udruge, parkovi prirode / Ministarstva obrazovanja i turizma/ PP Velebit	2025	2/2028 50/2028	K

SC 2: TURIZAM UZ OČUVAN OKOLIŠ, PROSTOR I KLIMU	1. Očuvanje prirodnih resursa	Smanjiti pritisak turista na zaštićena područja	Uvođenje limita za broj posjetitelja na osjetljivim lokacijama	Broj posjetitelja po lokaciji	TZ Karlobag, JU Park prirode Velebit / Ministarstvo turizma, EU fondovi	2026	100/2028	K
	2. Promicanje zelenog smještaja	Povećati broj ekološki certificiranih objekata	Subvencije za energetske obnove i eco certifikate	Broj certificiranih objekata	Općina, HBOR / Nacionalni plan oporavka, EU fondovi	2026	10/2028	3+g
	3. Održiv prijevoz	Poticanje korištenja bicikala i električnih vozila	Postavljanje stanica za e-bicikle i punionica	Broj postavljenih stanica i punionica	Općina Karlobag, TZ / Fond za zaštitu okoliša, EU fondovi	1/2025	2/2028	3+g
	4. Korištenje obnovljivih izvora energije	Povećati broj solarnih sustava u turizmu	Potpore za ugradnju solarnih panela u smještajnim objektima	Broj ugrađenih sustava	Privatni sektor / Nacionalni fondovi, EU projekti	0/2025	1/2028	3+g
	5. Održivo upravljanje otpadom	Smanjiti količinu otpada iz turizma	Edukativne kampanje + povećanje reciklažnih punktova	Udio razvrstanog otpada	Komunalno poduzeće, TZ / Ministarstvo zaštite okoliša	0/2025	2/2027	3+g
	6. Lokalna gastronomija	Potaknuti korištenje lokalnih namirnica	Uvođenje oznake "lokalno na tanjuru" u ugostiteljstvu	Broj ugostiteljskih objekata s oznakom	Udruge, ugostitelji / Ministarstvo poljoprivrede, lokalni fondovi	0/2025	2/2028	3+g
	7. Edukacija posjetitelja	Povećati svijest o okolišu i klimi	Postavljanje edukativnih panoa i vođene eko-ture	Broj postavljenih sadržaja; broj tura	TZ, škole, udruge / Ministarstvo obrazovanja, donatori	0/2025	2/2028 2/2028	3+g
	8. Očuvanje krajolika	Spriječiti prenamjenu prirodnog zemljišta u građevinsko	Izrada prostorno-planske zaštite obale i zaleđa	Broj zaštićenih zona	Općina Karlobag / Ministarstvo prostornog uređenja	0/2025	1/2028	3+g
	9. Tihi i mirni turizam	Razvijati tihe zone (slowtourism)	Označavanje zona bez buke i prometa	Broj označenih zona	TZ, Općina / EU fondovi za održivi turizam	0/2025	1/2028	3+g
	10. Očuvanje morskog okoliša	Spriječiti onečišćenje mora od plovila	Uređenje ekoloških sidrišta	Broj postavljenih sidrišta	Lučka uprava, TZ / Ministarstvo mora, EU fondovi	0/2025	1/2028	3+g

SC 3: KONKURENTAN I INOVATIVAN TURIZAM	11. Ekoturizam u zaleđu	Diversificirati turizam prema Velebitu	Uređenje eko-sela, planinskih ruta	Broj sadržaja u zaleđu	LAG, TZ, OPG-ovi / Ministarstvo turizma, EU fondovi	0/2025	1/2028	3+g
	12. Ublažavanje klimatskih rizika	Pratiti klimatske promjene u destinaciji	Postavljanje senzora i lokalnih klimatskih stanica	Broj instaliranih mjernih točaka	TZ, općina / Ministarstvo zaštite okoliša	0/2025	1/2028	3+g
	14. Promocija izvan sezone	Usmjeriti turizam na razdoblja nižeg opterećenja	Kampanja "Zeleni mjeseci" – travanj, svibanj, listopad	Broj gostiju u navedenim mjesecima	TZ, HTZ / Nacionalna promotivna sredstva	0/2025/	2/2027 500/2027	K
	15. Aktivno uključivanje lokalne zajednice	Povećati broj lokalnih eko-inicijativa	Pokretanje godišnjih "eko natječaja" za mještane	Broj prijava i realiziranih projekata	Općina, udruge / Zaklade, EU fondovi	0/2025	2/2028 50/2028 2/2028	3+g
	1. Razviti inovativnu i prepoznatljivu zimsku turističku ponudu	Turistički valorizirati Baške Oštarije kao zimski centar	Uređenje zimskog parka: sanjkanje, skijaško trčanje, snježni park za djecu	Broj zimskih posjetitelja; broj dana s aktivnostima	Općina Karlobag, TZ, PP Velebit / Ministarstvo turizma, EU fondovi	1/2025 100/2025	1/2028 300/2028	K
		Uvesti sezonske tematske pakete "Zimski doživljaji pod Velebitom"	Izrada i promocija paketa s uključenim smještajem, hranom i aktivnostima	Broj prodanih paketa; broj noćenja u zimskoj sezoni	TZ, agencije, smještajni kapaciteti / HTZ, lokalne potpore	0/2025	50/2027 500/2027	2-3-g
	2. Digitalizirati turističku ponudu i pristup informacijama	Razviti digitalnu platformu za rezervacije i vodiče	Izrada aplikacije "Karlobag365" – rute, karte, gastro, smještaj	Broj korisnika i rezervacija putem aplikacije	TZ, IT sektor / EU fondovi za digitalnu tranziciju	0/2025	1/2028 50/2028 75/2028	2-3-g
		Uvesti pametne info-punktove i digitalne vodiče na terenu	Postavljanje interaktivnih točaka na ključnim lokacijama	Broj postavljenih punktova; korištenje vodiča	TZ, Općina / Ministarstvo turizma, pametna rješenja	0/2025	1/2026	K
	3. Povećati konkurentnost kroz specijalizirane	Razviti obiteljski aktivni turizam po uzoru na Kranjsku Goru	Uređenje multifunkcionalnih staza i sadržaja za djecu i roditelje	Broj obiteljskih dolazaka; zadovoljstvo korisnika	TZ, sportske udruge, privatni sektor / Ministarstvo sporta i turizma	0/2025	1/2028	3+g

	oblike turizma (zimi i ljeti)	Stvoriti outdoor event "Karlobag Challenge" (trčanje, MTB, hike)	Organizacija godišnjeg outdoor festivala s više disciplina	Broj sudionika; medijska prisutnost	Udruge, TZ, sportski klubovi / sponzori, EU fondovi	0/2025	1/2027	2-3-g
	4. Jačati lokalni identitet kroz inovativne proizvode i iskustva	Brendirati restoran na Baškim Oštarijama kao destinacijski gastro punkt	Tematski jelovnici, zimske večere uz priče o buri i Velebitu	Broj gostiju u restoranu izvan ljetne sezone	Restoran, TZ / Ministarstvo poljoprivrede, ruralni razvoj	2026	250/2027	2-3-g
		Pozicionirati restoran Baške Oštarije kao zimsko-gastro doživljaj	Uvođenje jelovnika „Zima pod Velebitom“ s lokalnim namirnicama i pričama	Broj gostiju restorana zimi; ocjene korisnika	Restoran, TZ, lokalni proizvođači / Ministarstvo poljoprivrede, ruralni razvoj	2026	1/2028 200/2028 4/2028	2-3-g
		Uvesti brend "Okusi Karlobaga" za cijelu destinaciju	Brendiranje i promocija lokalnih jela kroz gastro rute i degustacije	Broj uključenih ugostitelja; broj ruta	TZ Karlobag, ugostitelji / lokalni fondovi, HTZ	0/2025	4/2028	3+g
		Razviti "Karlobag doživljaj" – storytelling ture kroz mjesto i zaleđe	Treninzi vodiča + razvoj tematskih tura (bura, ribari, planina)	Broj tura; broj vodiča i korisnika	TZ, vodiči / Ministarstvo kulture, EU fondovi	0/2025	2/2028	3+g
	5. Potaknuti inovacije u smještaju i turističkoj infrastrukturi	Poticati tematski i specijalizirani smještaj (npr. zimski glamping)	Potpora za uređenje eko-kućica, zimskih brvnara na Oštarijama	Broj novih jedinica; duljina boravka zimi	Privatni sektor / HBOR, EU fondovi, lokalni poticaji	0/2025	4/2028 5-10/2028	3+g
		Uspostaviti coworking i "remotefriendly" prostore za digitalne nomade	Adaptacija prostora za rad, promocija boravka izvan sezone	Broj korisnika; broj noćenja nomada	Općina, privatni sektor / Digitalna Hrvatska, EU poticaji	0/2025	1/2028 10/2028 70/2028	3+g

	Razviti cjelogodišnju outdoor destinaciju visoke dodane vrijednosti	Aktivirati Baške Oštarije kao zimsko-rekreacijski centar	Uvođenje zimskih sadržaja (snježni park, najam opreme, vođene ture na krpljama)	Broj zimskih posjeta; broj najмова opreme	TZ Karlobag, PP Velebit, privatni sektor / Ministarstvo turizma, EU fondovi	2026	150;50/2028	3+g
		Povezati more i planinu u zimsko-ljetni koncept "dva svijeta – jedna destinacija"	Razvoj dvodnevni paketa: dan 1 planine, dan 2 more (terme, gastronomski doživljaji)	Broj prodanih paketa; duljina boravka	TZ, agencije, OPG-ovi / HTZ, EU fondovi	2026	15;40/2028	3+g
	3. Razviti edukacijski i znanstveni turizam temeljen na prirodi	Uključiti PP Velebit u program škola u prirodi	Edukativni kampovi u prirodi (zima i ljetno): flora, fauna, meteorologija bure	Broj edukacija i učenika; suradnje sa školama	PP Velebit, škole, TZ / Ministarstvo obrazovanja, donatori	0/2025	2/2027	2-3-g
		Stvoriti tematski centar "Planina znanja" na Baškim Oštarijama	Adaptacija objekta za radionice i edukativne boravke	Broj organiziranih događanja	Općina, TZ, udruge / EU fondovi, javno-privatna partnerstva	0/2025	1/2028 2/2028	3+g
	4. Uvesti inovacije u digitalni i održivi turizam	Uključiti posjetitelje u očuvanje prirode kroz "ecochallenge" aplikaciju	Aplikacija koja potiče odgovorno ponašanje i nagrađuje ekološke aktivnosti	Broj korisnika; broj evidentiranih akcija	TZ, PP Velebit, udruge / Fond za zaštitu okoliša, EU fondovi	0/2025	1/2028 40/2028 10/2028	3+g/ K
	5. Razviti nišne oblike turizma za specifične ciljne skupine	Razviti sportsku infrastrukturu za outdoor entuzijaste	Uređenje multifunkcionalne staze (za biciklizam, trčanje, skijaško trčanje)	Duljina uređene staze; broj korisnika	Općina, sportske udruge / EU fondovi za sport i ruralni razvoj	0/2025	1/2027 5km/2027	K
	Unaprijediti turističku infrastrukturu	Unaprijediti turističku infrastrukturu kroz uređenje plaža, šetnica i signalizacije do 2026.	- Rekonstrukcija šetnice uz obalu i vidikovaca - Ugradnja interpretacijskih ploča (povijest, priroda) - Uređenje plaža sa	Broj novih/obnovljenih sadržaja (plaže, šetnice, info-panoi)	Općina Karlobag, TZ Karlobag, Ministarstvo turizma, EU fondovi, lokalni proračun	0/2025	2/2027 1/2027 4/2027	K

			sadržajima za osobe s invaliditetom					
	Osigurati preduvijete za stvaranje radnih mjesta u turizmu	Stvoriti preduvijete za generiranje lokalnih radnih mjesta u turizmu kroz poticanje malih poduzetnika i OPG-ova do 2026.	- Potpora za otvaranje lokalnih suvenirnica i ugostiteljskih objekata - Edukacije za vođenje smještaja i outdoor aktivnosti - Poticanje ženskog poduzetništva u turizmu	Broj novootvorenih obrta/OPG-ova, broj zaposlenih	LAG Lika, Općina Karlobag, HGK EU fondovi za ruralni razvoj, nacionalni plan oporavka	1/2025	4/2028 12-14/2028	K
	Povećati ulaganja u ekološki prihvatljivu infrastrukturu	Povećati ulaganja u ekološki prihvatljivu infrastrukturu do 2027.	- Postavljanje solarne rasvjete na šetnice i parkirališta - Gradnja E-punionica - Ugradnja sustava za prikupljanje kišnice i odvajanje otpada u turističkim zonama	Broj postavljenih ekoloških rješenja (solari, punionice, sustavi)	Općina Karlobag, Fond za zaštitu okoliša NPOO, FZOEU, EU fondovi	1/2025 1/2025 0/2025	1/2027 1/2028 1/2028	3+g
	prilagodba za osobe s invaliditetom	Prilagoditi javne turističke prostore osobama s invaliditetom do 2026.	Ugradnja rampi i pristupnih staza na šetnice, plaže i javne zgrade	Broj objekata sa pristupom za osobe s invaliditetom	Općina Karlobag Ministarstvo turizma, EU fondovi	0/2025	1/2027	2-3-g
		2. Osigurati pristupačne plaže do 2026.	Ugradnja pomagala za ulaz u more (npr. lifteri), tuševa i sanitarija za osobe s invaliditetom	Broj pristupačnih plaža	Općina Karlobag, TZ Karlobag Fond za zaštitu okoliša, NPOO	0/2025	1/2028	3+g
		3. Prilagoditi internetske stranice i info	Uvođenje web pristupačnosti (WCAG standardi), audio vodiči, QR kodovi	Broj pristupačnih digitalnih sadržaja	TZ Karlobag Ministarstvo turizma, EU fondovi	0/2025	1/2027	2-3-g

		materijale za osobe s oštećenjem vida i sluha do 2025.						
		4. Edukacija turističkih djelatnika o inkluzivnosti i pristupu osobama s invaliditetom	Održavanje radionica i online edukacija	Broj educiranih osoba	TZ Karlobag, HGK – županijska komora Ministarstvo rada, ESF fond	0/2025	2/2026	1+g
		6. Organizacija inkluzivnih kulturnih i sportskih događanja	Uključivanje udruga osoba s invaliditetom u organizaciju manifestacija	Broj inkluzivnih događanja	Kulturne udruge, Općina, TZ, Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva	0/2025	4/2027	2-3-g
		7. Postavljanje inkluzivne turističke signalizacije do 2026.	Postavljanje piktograma, info-tabli na Brailleovom pismu i govorne signalizacije	Broj postavljenih pristupačnih signalizacija	TZ Karlobag, Općin Ministarstvo turizma, EU fondovi, FZOEU a	0/2025	1/2028	3+g
		Kreirati "Turistički vodič za sve" s naglaskom na pristupačne sadržaje	Izdavanje tiskanog i digitalnog vodiča sa simbolima pristupačnosti, mapama i informacijama	Broj distribuiranih vodiča i online pregleda	TZ Karlobag, udruge osoba s invaliditetom Ministarstvo turizma, Nacionalna zaklada	0/2025	1/2028	3+g
		10. Uključiti osobe s invaliditetom u pružanje turističkih usluga i interpretaciju baštine	Osposobljavanje osoba s invaliditetom za vodiče, prezentatore lokalne baštine	Broj uključenih osoba, broj tura koje vode	Udruga osoba s invaliditetom, LAG Lika, TZ ESF fond, Ministarstvo rada	0/2025	1/2027	2-3-g
		11. Postaviti javne toalete prilagođene osobama s invaliditetom na	Izgradnja ili adaptacija sanitarnih čvorova (plaže, centar, vidikovci)	Broj dostupnih sanitarnih čvorova	Općina Karlobag Ministarstvo turizma, NPOO, lokalni proračun	1/2025	3/2028	3+g

		ključnim turističkim točkama						
		12. Poticati dostupnost ugostiteljskih objekata osobama s invaliditetom	Kroz certifikaciju i promociju inkluzivnih restorana i kafića	Broj certificiranih objekata	TZ Karlobag, ugostitelji Ministarstvo turizma, vlastita sredstva objekata	0/2025	4/2028	3+g
SC 4: Otporan turizam	SCP povećanje prihoda od turizma	Produljiti turističku sezonu na predsezonu i posezonu do 2026.	Razvoj tematskih vikenda (outdoor, eno-gastro, kulturni događaji) u travnju, svibnju, listopadu	Broj dolazaka i noćenja izvan glavne sezone	TZ Karlobag, lokalne udruge, ugostitelji Ministarstvo turizma, EU fondovi, lokalni proračun	2026	250/2028 1000/2028	3+g
		2. Povećati potrošnju po gostu kroz razvoj dodatnih turističkih sadržaja	Razvoj ponude izleta, suvenirnica, vođenih tura, lokalnih proizvoda	Prosječna dnevna potrošnja po gostu	TZ Karlobag, OPG-ovi, iznajmljivači,	2026	50€/2027	2-3-g
		4. Povećati udio gostiju više platežne moći kroz ciljani marketing	Oglašavanje u specijaliziranim magazinima i online platformama za selektivni turizam (npr. planinarenje, wellness, kulturni turizam)	Broj novih tržišta i rast prosječne cijene noćenja	TZ Karlobag, EU fondovi, HTZ, vlastita sredstva	2026	1/2028	3+g
		5. Unaprijediti kvalitetu smještajnih kapaciteta	Subvencije i edukacija za modernizaciju privatnog smještaja i prijelaz u više kategorije	Broj objekata s 4* i 5*, rast prosječne cijene po noćenju	TZ Karlobag, privatni iznajmljivač, Ministarstvo turizma, HBOR krediti i	2/2025-obj 100€noć/20 25	7/2027 150€noć/20 27	2-3-g
		6. Poticanje ulaganja u nove turističke	Podrška za otvaranje malih hostela, kampova, turističkih obrta	Broj novih investicija i poslovnih subjekata	Općina Karlobag, LAG Lika, EU fondovi za poduzetništvo, HAMAG-BICRO	2026	2/2028	K

		proizvode i poduzetništvo						
	generiranje lokalnih radnih mjesta	Povećati broj lokalnih poduzetnika u turizmu do 2026.	Poticanje otvaranja OPG-ova, suvenirnica, vođenih tura, obiteljskih restorana putem edukacija i mikro-potpota	Broj novootvorenih poslovnih subjekata i radnih mjesta	Općina Karlobag, LAG Lika, HGK, EU fondovi (ruralni razvoj, ESF+), Ministarstvo gospodarstva	2026	2/2028	K
		2. Osposobiti lokalno stanovništvo za turistička zanimanja do 2025.	Organizacija besplatnih edukacija i certificiranih tečajeva za turističke vodiče, domaćine u ruralnom turizmu, kuhare, planinske vodiče	Broj polaznika i novozaposlenih u turizmu	TZ Karlobag, Pučka otvorena učilišta, partneri, Veleučilište Nikola Tesla ESF+, Ministarstvo turizma, lokalni proračun	0/2025	5/2028-p 2/2028-zap	K
		3. Stvoriti preduvjete za zapošljavanje mladih u turizmu	Provedba programa sezonskog zapošljavanja mladih (npr. asistenata u info centrima, animatora, vodiča)	Broj zaposlenih mladih osoba (15–29 godina)	TZ Karlobag, Općina, lokalne udruge mladih, HZZ – mjere aktivne politike zapošljavanja, EU fondovi	2/2025	6/2028	K
	poboljšanje života lokalne zajednice	2. Povećati dostupnost i kvalitetu javnog prijevoza za lokalno stanovništvo	Uspostava lokalnih autobusnih linija koje povezuju naselja i atrakcije	Broj polazaka/tjedno i broj korisnika	Općina Karlobag, lokalni prijevoznici.	24polT/2025 40korT/2025	30polT/2028 55korT/2028	3+g
		Razviti sadržaje koji koriste i lokalnom	Uređenje dječjih igrališta, otvorenih sportskih terena i javnih prostora	Broj novoizgrađenih ili obnovljenih javnih sadržaja	Općina Karlobag, komunalno poduzeće. EU fondovi, Ministarstvo regionalnog razvoja, lokalni proračun	1/2025	3/2028	K

		stanovništvu i turistima						
		3. Potaknuti kulturna i društvena događanja kroz suradnju s lokalnim udrugama	Organizacija festivala, večeri lokalne glazbe, izložbi i radionica	Broj održanih događanja i broj posjetitelja	TZ Karlobag, kulturne udruge, Ministarstvo kulture, lokalni proračun, Nacionalna zaklada	3/2025	6/2027	K
		4. Povećati razinu ekološke svijesti i očuvanosti prostora	Provođenje eko-kampanja, volonterskih akcija čišćenja, edukacija u školama	Broj provedenih kampanja i sudionika	Udruge građana, škole, TZ Karlobag Fond za zaštitu okoliša, EU fondovi, Županija	0/2025	2/2028	K
		5. Osigurati bolju digitalnu povezanost i informiranost mještana	Postavljanje Wi-Fi točaka, digitalnih info panoa i lokalne aplikacije	Broj digitalnih rješenja i korisnika	Općina Karlobag, IT partneri, knjižnica, NPOO, Ministarstvo digitalnog društva	0/2025	1/2028 15/2028	3+g
	. Socijalna uključenost	Uključiti osobe s invaliditetom i ranjive skupine u turizam	Organizacija inkluzivnih radionica i izrada pristupačnih info materijala	Broj sudionika iz ranjivih skupina	Općina, TZ, udruge EU socijalni fond, Ministarstvo rada	0/2025	2/2027 15/2027	2-3-g
		Poticati međugeneracijske aktivnosti	Pokretanje programa "Mladi za starije" i zajedničkih lokalnih evenata	Broj aktivnosti i korisnika	Udruge građana, škola, dom za starije	0/2025	2/2028 15/2028	3+g
	2. Jačanje društvene kohezije	Jačati suradnju lokalnih dionika kroz zajedničke projekte	Organizacija okruglih stolova i partnerstava (turizam, civilno društvo, obrazovanje)	Broj partnerstava i zajedničkih inicijativa	Općina, TZ, škole, Ministarstvo regionalnog razvoja	0/2025	2/2028	3+g
	3. Promicanje kulture razmjene	Potaknuti dolazak i razmjenu mladih iz drugih regija/EU	Organizacija ljetnih kampova i razmjena kroz Erasmus+	Broj razmjena i sudionika	Škola, udruge mladih, Erasmus+, Agencija za mobilnost	0/2025	1/2027 10/2027	2-3-g

		Uključiti turiste u lokalnu zajednicu	Programi „Živi kao lokalac“ (volontiranje turista, zajedničke radionice)	Broj turista i lokalaca u zajedničkim aktivnostima	TZ, udruge, Ministarstvo turizma, EU fondovi	0/2025	1/2028-R 10/2028-t	3+g
4. Edukacija i razvoj lokalnih kapaciteta		Unaprijediti znanja lokalnog stanovništva u turizmu	Organizacija tečajeva o digitalnom marketingu, jezicima, vodičkim vještinama	Broj edukacija i polaznika	TZ Karlobag, HGK, učilišta ESF, Ministarstvo turizma	1/2025	2/2027	2-3-g
		Poduprijeti razvoj lokalnog liderstva i poduzetništva	Mentorski programi i podrška ženama i mladima u turizmu	Broj mentorskih programa i korisnika	LAG Lika, lokalne udruge, HBOR, ESF, NPOO	0/2025	1/2027	2-3-g
5. Očuvanje socijalne ravnoteže		Spriječiti prenamjenu ključnih resursa isključivo za turizam	Definiranje zona za lokalnu namjenu i kontrola cijena najma	Očuvanje udjela prostora za lokalnu zajednicu	Općina Karlobag, prostorni planeri Ministarstvo graditeljstva	0/2025	1/2028	3+g
		Poticati kombinaciju lokalnog i turističkog identiteta	Podrška lokalnim manifestacijama koje uključuju goste	Broj događanja i broj lokalnih izvođača	TZ, kulturne udruge Ministarstvo kulture, HTZ	5/2025	10/2027 3/2027	2-3-g
6. Jačanje sigurnosti i dobrobiti		Uvesti dodatne mjere sigurnosti u turističkoj sezoni	Pojačanje komunalnog i prometnog reda, turistička ophodnja	Broj incidenata, broj djelatnika	Općina, MUP, turistički inspektori Ministarstvo unutarnjih poslova	1/2025	3/2027	2-3-g
		Osigurati zdravstvenu dostupnost i hitne službe u sezoni	Privremeni punkt hitne pomoći u ljetnim mjesecima	Broj intervencija i brzina odgovora	Dom zdravlja, Općina, Ministarstvo zdravstva, županija	1/2025	5/2027	2-3-g
razvoj prometne infrastrukture		Unaprijediti lokalne prometnice i pristupne ceste do turističkih zona do 2026.	Rekonstrukcija i proširenje cesta prema naseljima i prirodnim atrakcijama (npr.	Duljina obnovljenih cesta (km)	Općina Karlobag, ŽUC, Ministarstvo mora i prometa, EU fondovi	0/2025	5km/2028	3+g

			put prema Velebitu)					
		Uvesti sigurnije i održivije opcije mobilnosti	Postavljanje biciklističkih staza i pješačkih koridora, sustav dijeljenih bicikala	Broj km biciklističkih staza, broj korisnika	Općina, TZ, udruge, NPOO, FZOEU, EU fondovi	0/2025	10km/2027 30/2027	2-3-g
	Razvoj energetske i vodne infrastrukture	Povećati energetska kapacitet i učinkovitost komunalne mreže	Instalacija solarnih panela na javne zgrade i rasvjetu	Broj objekata sa solarnom energijom, kWh proizvedeno	Općina, komunalna poduzeća, FZOEU, EU fondovi, Ministarstvo gospodarstva	2026	2/2028	3+g
		Modernizirati i proširiti vodovodnu i kanalizacijsku mrežu do 2027.	Ulaganja u novu mrežu za rubna naselja i turističke zone	Broj priključaka i duljina mreže (km)	Vodoopskrba i odvodnja, Općina, Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, EU Kohezijski fond	2026	15/2028 15/2028	3+g
	Digitalizacija i tehnološka infrastruktura	Uvesti besplatan Wi-Fi na javnim lokacijama do 2025.	Postavljanje Wi-Fi točaka na šetnicama, plažama, trgu	Broj dostupnih točaka i korisnika	Općina, TZ, IT partneri, NPOO, EU fondovi, Ministarstvo digitalne transformacije	3/2025	5/2027	2-3-g
		Razviti digitalne alate za promociju i upravljanje turizmom	Izrada mobilne aplikacije i interaktivne web platforme za turiste i lokalce	Broj korisnika aplikacije i pregled stranice	TZ Karlobag, vanjski izvođač, Ministarstvo turizma, HTZ, EU fondovi	0/2025	1/2027 20/2027 400/2027	2-3-g



**7. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ
DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA**

9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA

Tablica 73 Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije i ostalih projekata

r.br	naziv projekta	kratak opis	procijenjena vrijednost
1	Opremanje i uređenje Muzeja / Kuće vjetrova	Opremanje i uređenje Interpretacijskog centra kojim će se prikazati vjetrovi koji su karakteristični za područje Karlobaga. Projekt opremanja i uređenja Muzeja / Kuće vjetrova podiže kvalitetu društvenog života lokalne zajednice i obogaćuje turističku ponudu stvaranjem nove atrakcije, očuvanjem tradicije i edukacijom posjetitelja	800.000,00 eur
2	Uređenje morskih plaža	Projekt uređenja plaža u Općini Karlobag predstavlja investiciju u ključnu turističku infrastrukturu s ciljem povećanja standarda ponude i privlačnosti destinacije. U društvenom kontekstu, opremanje plaža tuševima, rukohvatima, kabinama za presvlačenje i ostalom opremom osigurava kvalitetne uvjete za odmor i rekreaciju lokalnog stanovništva te poboljšava pristupačnost za sve korisnike. U turističkom smislu, ovakva investicija pozicionira Karlobag kao suvremenu destinaciju koja vodi računa o potrebama gostiju, produljuje turističku sezonu kroz pružanje kvalitetnih sadržaja i doprinosi ukupnom zadovoljstvu turista, što izravno rezultira povećanjem broja posjetitelja i prihoda od turizma.	10.000,00 eur godišnje
3	Tematske / poučne staze	Tematske, odnosno poučne staze na području općine Karlobag intenzivno se razvijaju zadnjih godina. Neizostavna je i prateća oprema u obliku manjih odmorišta s klupama, kantama za otpad i sl.	70.000,00 eur godišnje
4	Karlobag moto destinacija (Moto Karlobag)	Karlobag će već dugo destinacija kojom prolaze motoristi, te je cilj postojee motoriste zaustaviti u Karlobagu kroz posebnu ponudu namijenjenu upravo motoristima.	10.000,00 eur godišnje
5	Postavljanje turističke signalizacije	Turistička signalizacija se postavlja radi obavješćavanja o kulturnim, povijesnim, prirodnim i turističkim znamenitostima te ostalim objektima i sadržajima u destinaciji. S uređenjem novih turističkih atrakcija pojavit će se potreba za izradom nove turističke signalizacije.	5.000,00 eur godišnje
6	Povećanje pristupačnosti u Općini Karlobag	Uređenje javnih površina i atrakcija na načina da su dostupne i stanovnicima i turistima, a također i osobama s poteškoćama u razvoju je nužno u današnje doba.	10.000,00 eur godišnje

7	Organizacija manifestacija tijekom godine u Karlobagu	Tijekom godine, na području Općine Karlobag organizirana su događanja: Uskrs u Karlobagu, Ljeto u Karlobagu, Dan Općine, Božić u Karlobagu i druga događanja. U planu je organizacija i dodatnih događanja kao što su sportska događanja, moto susreti, gastro događanja i sl.	40.000,00 eur godišnje
8	Izrada aplikacije Karlobag 365	Aplikacija Karlobag 365 je zamišljena kao turistički vodič na mobilnim uređajima za područje Općine Karlobag. Aplikacija će sadržavati sve važne informacije o ponudi i atrakcijama Karlobaga, te će uključivati i audio vodič za svaku od znamenitosti.	20.000,00 eur
9	Izrada brošura i karti Karlobaga	Izrada novih promidžbenih materijala, koji će se koristiti za offline promociju na domaćem i inozemnom tržištu.	15.000,00 eur
10	Izgradnja vodoopprskbnog sustava naselja Baške Oštarije	Izgradnja vodovodne mreže za dijelove naselja Baške Oštarije u kojima ne postoji vodovodna mreža uključujući i vodospremu zapremnine 100m ³	3.000.000,00 eur
11	Izgradnja magistralnog vodovoda s vodospremom Lukovo Šugarje + sekundarna mreža	cjevovod, vodosprema	20.000.000,00 eur
12	Kanalizacija Cesarica	kanalizacijska mreža, cca 350 priključaka	1.600.000,00 eur
13	Izgradnja prometnice sa vodovodom i kanalizacijom Karlobag-Kučeljak i Kalvarija	Izgradnja prometnice, te vodovod i kanalizacija, cca. 50 priključaka	750.000,00 eur
14	Vodovod Plitka Draga Ribarica	vodovod, cca. 30 priključaka	650.000,00 eur
15	Zamjena javne rasvjete	Projekt podrazumijeva zamjenu postojećih žarulja javne rasvjete na području Općine Karlobag	125.000,00 eur
16	Vodovod Plitka Draga Ribarica	vodovod, cca. 30 priključaka	650.000,00 eur
17	Zamjena javne rasvjete	Projekt podrazumijeva zamjenu postojećih žarulja javne rasvjete na području Općine Karlobag	125.000,00 eur
18	Uređenje, održavanje i opremanje pješačkih staza i šetnica	Staze trebaju biti umrežene, obilježene i promovirane kako bi korisnici upoznali prirodne specifičnosti i lokalne zanimljivosti Karlobaga. Neizostavna je i prateća oprema u obliku manjih odmorišta s klupama i kantama za otpad, kao i rasvjete na šetnicama.	5.000,00 eur godišnje
19	Izgradnja višestambene zgrade	Izgradnja višestambene zgrade planirana je na području Kučeljka i Kalvarije. Predviđena su dva zemljišta za izradnju zgrada.	3.000.000,00 eur
20	Proširenje luke Karlobag	Izrada projektne dokumentacije i ishodovanje građevinske dozvole za proširenje luke Karlobag	3.000.000,00 eur

21	Izgradnja vatrogasnog doma	Izgradnja nove zgrade vatrogasnog doma sa dodatnim sadržajima	3.000.000,00 eur
22	Završetak sanacije plaže i izgradnja ugostiteljskog objekta na hotelskoj plaži	Završetak započete sanacije hotelske plaže sa izgradnjom dodatnog objekta za ugostiteljske namjene	2.000.000,00 eur
23	Sanacija obale na autobusnom parkiralištu	Sanacija obale i uređenje autobusnog parkirališta sa sanitarnim čvorom	500.000,00 eur
24	Uređenje javne površine ispred Studenca u Karlobagu	Uređenje javne površine, izgradnja nadstrešnice, postavljanje pametnih klupa i info kioska	200.000,00 eur
25	Izgradnja vidikovca na Laktinovoj glavici	Uređenje vidikovca	300.000,00 eur
26	Izgradnja zelenih otoka za otpad	Uređenje zelenih otoka za bolje upravljanje otpadom na području Općine Karlobag	150.000,00 eur
27	Uređenje trga u Karlobagu	Uređenje postojećeg trga ispred zgrade Općine i Turističke zajednice Karlobag	300.000,00 eur
28	Sanacija zgrade kino sale	Uređenje postojeće zgrade	200.000,00 eur
29	Sanacija Depadansa	Uređenje postojeće zgrade	200.000,00 eur
30	Ishodjenje projektne dokumentacije i ishodovanje građevinske dozvole za zdravstvenu ustanovu	Izgradnja nove zgrade u kojoj bi bila ordinacija opće prakse, stomatološka ordinacija i hitna medicinska pomoć	1.000.000,00 eur
31	Uređenje ureda turističke zajednice	Uređenje postojećeg prostora (bivše banke) na trgu, sa povećanjem digitalizacije. Uređenje prostora u skladu sa autohtonim materijalima, te kao nastavak muzeja vjetrova.	100.000,00 eur
32	Sanacija staze Terezijane u Baškoj Dragi	Sanacija postojeće staze koja ima vrlo veliku važnost za Karlobag	70.000,00 eur
33	Uređenje odmorišta kod fontane na Baškim Oštarijama	Uređenje odmorišta sa klupama i dodatnim sadržajima uz fontanu sa pitkom vodom	50.000,00 eur
34	Uređenje ugibališta kod planinarske staze za Sadikovac na Baškim Oštarijama	Uređenje ugibališta	50.000,00 eur
35	Sanacija Kubusa	Sanacija Kubusa	50.000,00 eur
36	Obnova stare škole u Šušnju	Obnova stare škole u Šušnju za turističke namjene	150.000,00 eur
37	Uređenje šetnice Porat-Rudelinka	Uređenje šetnice kao povećanje turističke ponude	70.000,00 eur
38	Uređenje prostora za opremu ribara u Portu	Uređenje prostora za opremu ribara u Portu	50.000,00 eur
39	Sanacija luke Cesarica	Sanacija luke Cesarica	150.000,00 eur
40	Sanacija plaže Ribarica	Sanacija plaže Ribarica	50.000,00 eur
41	Izrada projektne dokumentacije i ishodovanje građevinske dozvole za lovački doma	Izgradnja lovačkog doma	200.000,00 eur
42	Izgradnja šetnice Ribarica - Cesarica	Izgradnja šetnice Ribarica - Cesarica	150.000,00 eur

43	Izgradnja dječjeg igrališta na ulazu u Orlovaču	Izgradnja dječjeg igrališta	50.000,00 eur
44	Proširenje luke Barić Draga	Izrada projektne dokumentacije i ishodovanje građevinske dozvole za proširenje luke Barić Draga sa nabavom dizalice za brodove	500.000,00 eur
45	Izrada promotivnih materijala	Snimanje promotivnog videa Općine Karlobag	20.000,00 eur
46	Edukacija za turističke subjekte	U razvoj turističke destinacije potrebno je uključiti i stjecanje i usavršavanje novih znanja i vještina svih dionika turizma i njihovu primjenu u turističkoj ponudi.	3.000,00 eur / godišnje

10. POPIS TABLICA

Tablica 1	Profil odredišta/baza osnovnih podataka o destinaciji.....	4
Tablica 2	Pregled smještajnih kapaciteta u destinaciji Karlobag u 2024. godini	7
Tablica 3	Analiza ugostiteljske ponude destinacije Karlobag prema razdoblju poslovanja, profilu gostiju i prilagođenosti objekta.....	8
Tablica 4	Prirodne atrakcije destinacije Karlobag	9
Tablica 5	Antropogene atrakcije destinacije Karlobag	10
Tablica 6	Manifestacije i turistička infrastruktura destinacije Karlobag	14
Tablica 7	Pregled vrsta turističkih usluga u destinaciji Karlobag	15
Tablica 8	Prirodni i kulturni resursi koji trenutno nisu ili su djelomično u turističkoj funkciji a predstavljaju turistički potencijal destinacije Karlobag	19
Tablica 9	Pregled primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture destinacije Karlobag	21
Tablica 10	Glavni elementi koji čine prometnu povezanost destinacije Karlobag.....	25
Tablica 11	Izazovi i mogućnosti u razvoju digitalne infrastrukture za destinaciju Karlobag	26
Tablica 12	Ključni aspekti digitalne povezanosti destinacije Karlobag	27
Tablica 13	Prednosti i izazovi digitalne integracije u destinaciji Karlobag	29
Tablica 14	Analiza organiziranosti turističkih usluga u destinaciji Karlobag.....	33
Tablica 15	Pregled komunikacijskih kanala koji se koriste u destinaciji Karlobag	35
Tablica 16	Analiza digitalnog prisustva destinacije Karlobag	36
Tablica 17	Analiza offline aktivnosti destinacije Karlobag	38
Tablica 18	Identifikacija direktne konkurencije destinaciji Karlobag	39
Tablica 19	Identifikacija indirektna konkurencije destinaciji Karlobag	40
Tablica 20	Rekapitulacija i preporuke za poboljšanje konkurentne aktivnosti destinacije Karlobag	42
Tablica 21	Usporedba trenutnih svjetskih i hrvatskih turističkih trendova sa destinacijom Karlobag	43
Tablica 22	Kumulativna ocjena resursne osnove destinacije Karlobag.....	46
Tablica 23	Ciljna skupina: tko su moto turisti?	47
Tablica 24	Analiza potencijala destinacije Karlobag kao moto destinacije	47
Tablica 25	Potencijal za razvoj moto turizma u Karlobagu	47
Tablica 26	Strateške preporuke za razvoj moto turizma u destinaciji Karlobag	48
Tablica 27	Preporuke za razvoj oblika turizma koji će razviti postojeće turističke atrakcije destinacije Karlobag.....	50
Tablica 28	Preporuke za kvantitativne pokazatelje razvoja turizma u destinaciji Karlobag.....	51

Tablica 29 Preporuke za poboljšanje javne turističke infrastrukture u destinaciji Karlobag	53
Tablica 30 Koristi CRM-a za destinaciju Karlobag.....	58
Tablica 31 Pregled CRM verzija prikladnih za manje destinacije poput Karlobaga	58
Tablica 32 Preporuke za upotrebu online rezervacijskih sustava za destinaciju Karlobag	59
Tablica 33 Prijedlog aktivnosti za podizanje stupnja digitalnih vještina na razini destinacije Karlobag	60
Tablica 34 Preporuke za kibernetičku sigurnost destinacije Karlobag	61
Tablica 35 Kako se destinacija Karlobag može uskladiti sa GDPR-om?	62
Tablica 36 Preporuke za poboljšavanje fizičke pristupačnosti destinacije Karlobag	64
Tablica 37 Preporuke za unaprjeđenje društvene i kognitivne pristupačnosti destinacije Karlobag	65
Tablica 38 Preporuke za povećanje organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji Karlobag	67
Tablica 39 Preporuke vezane uz stanje i potrebe ljudskih potencijala.....	68
Tablica 40 Prijedlozi suradnje sa trećim stranama za destinaciju Karlobag	70
Tablica 41 Atrakcije destinacije Karlobag koje imaju tržišni potencijal	72
Tablica 42 Ocjena razvojnog i marketinškog potencijala postojećih turističkih proizvoda destinacije Karlobag.....	74
Tablica 43 Gantt vremenska tablica razvoja turizma u Karlobagu	76
Tablica 44 Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti	78
Tablica 45 Motivi dolazaka turista u Hrvatsku.....	110
Tablica 46 Zaključna analiza odnosa atrakcija destinacije Karlobag i tržišnog potencijala iste.....	111
Tablica 47 Prijedlog emitivnih tržišta čija potražnja odgovara resursnoj osnovi destinacije Karlobag	111
Tablica 48 Ciljna tržišta destinacije Karlobag prema ciljnim skupinama.....	112
Tablica 49 Pregled trenutnih posjetitelja destinacije Karlobag i njihove usklađenosti sa resursima destinacije Karlobag.....	113
Tablica 50 Hodogram aktivnosti za privlačenje turista – Karlobag	115
Tablica 51 PESTLE analiza destinacije Karlobag	116
Tablica 52 SWOT analiza destinacije Karlobag	117
Tablica 53 Prijedlog akcijskog plana razvoja turizma u destinaciji Karlobag	117
Tablica 54 Identifikacija općih načela destinacije Karlobag.....	119
Tablica 55 Identifikacija općih ciljeva destinacije Karlobag	120
Tablica 56 Razvojni smjer turizma u destinaciji Karlobag prema KPI-jevima.....	126
Tablica 57 Mjere i aktivnosti za provedbu strateških i operativnih ciljeva.....	131
Tablica 58 Popis projekata od posebnog značaja za razvoj destinacije i ostalih projekata.....	146

11. POPIS GRAFIKONA

Graf 1 Trend dolazaka turista u destinaciju Karlobag (2019. – 2024.).....	16
Graf 2 Broj ostvarenih noćenja u destinaciji Karlobag (2019- 2024).....	17
Graf 3 Prosječno trajanje boravka turista u destinaciji Karlobag (2019-2024).....	17

12. POPIS SHEMA

Shema 1 Specifičnosti obilježja destinacije Karlobag u odnosu na okruženje i destinacije koje nude slične turističke proizvode	72
--	----