

An aerial photograph of Senj, Croatia, taken during the golden hour. The Senj Fortress, a large stone structure with multiple towers, is the central focus in the foreground. To its right, the town of Senj is visible, characterized by its dense collection of buildings with red-tiled roofs. The town is situated on a hillside overlooking the Senj Bay. The bay is a large body of water with a prominent pier and several boats. In the background, the bay opens up to a wide expanse of water, with distant mountains visible on the horizon under a clear, light blue sky. The overall scene is peaceful and scenic, capturing the beauty of this coastal town.

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM SENJ  
ZA RAZDOBLJE 2026 – 2029

Autor fotografija: Dinko Brozičević

## Sadržaj

1. UVOD.....	5
1.1. Profil destinacije Senj .....	6
2. ANALIZA STANJA.....	10
2.1. TURISTIČKI PROIZVODI I USLUGE.....	11
2.1.1. Smještaj.....	11
2.1.2. Ugostiteljstvo .....	13
2.1.3. Turističke usluge.....	15
2.1.4. Obilježja turista u destinaciji - kvantitativni pokazatelji razvoja turizma .....	15
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.....	26
2.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE .....	27
2.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije.....	28
2.6.2. Sigurnost i privatnost .....	32
2.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDIDITETOM.....	34
2.7.1. Fizička pristupačnost .....	34
2.7.2. Komunikacijska pristupačnost.....	34
2.7.3. Pristupačnost usluga.....	35
2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost.....	35
2.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI .....	35
2.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA .....	38
2.9.1. Istraživanje trenutnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu .....	38
2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika.....	39
2.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI .....	40
2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala .....	40
2.10.2. Analiza digitalnog prisustva .....	41
2.10.3. Analiza offline aktivnosti.....	43

2.10.4. Analiza suradnji s trećim stranama .....	44
2.10.5. Analiza mogućnosti prikupljanja informacije za turiste .....	45
2.11. ANALIZA KONKURENCIJE .....	45
2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija .....	45
2.11.2. Direktna konkurencija.....	46
2.11.3. Indirektna konkurencija .....	46
2.11.4. Benchmarking.....	47
2.11.5. Analiza trendova na strani turističke potražnje.....	49
3. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA DESTINACIJE SENJ I PREPORUKE ZA DALJNI RAZVOJ .....	51
4. POTENCIJAL ZA RAZVOJ I PODIZANJE KVALITETE TURISTIČKIH PROIZVODA.	71
5. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI NA RAZINI DESTINACIJE .....	78
6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA.....	117
6.1. PESTLE I SWOT ANALIZA DESTINACIJE SENJ.....	121
6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma destinacije Senj.....	122
6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta .....	125
7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA .....	128
8. VREMENIK AKTIVNOSTI .....	139
9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA.....	143
10. POPIS TABLICA .....	152
11. POPIS GRAFIKONA .....	154
12. POPIS SHEMA.....	155



**UVOD**  
zakonska osnova  
metodologija izrade  
profil odredišta

## 1. UVOD

Plan upravljanja destinacijom je planski dokument za razvoj održive destinacije Senj 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 Senj 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 Senj usmjeren na postizanje ciljeva održivosti ali i zadovoljstva posjetitelja. Sastavni dio plana upravljanja je su 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 Senj 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 Gradom Senjom 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 Senj 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 Senj
- 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 intervjuja s ključnim dionicima turističkog razvoja destinacije kako bi se prikupile informacije i stavovi o problemima, izazovima i perspektivama razvoja destinacije Senj.

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

### **1.1. Profil destinacije Senj**

Senj je povijesni primorski grad smješten na sjevernoj obali Jadrana, u zagrljaju moćnog Velebita i bistrog mora. Ovaj grad s bogatom kulturno-povijesnom baštinom i zadivljujućim prirodnim krajolicima predstavlja savršen spoj planinskog i morskog svijeta. S više od tri tisuće godina povijesti, jedan je od najstarijih naselja na hrvatskoj obali.

Senj je osobito poznat po svojim Uskocima – odvažnim ratnicima iz 16. stoljeća koji su branili grad od Osmanskog Carstva i Mletačke Republike. Najprepoznatljiviji simboli Senja su tvrđava Nehaj, sagrađena 1558. godine, koja danas ima ulogu muzeja te bura, jak vjetar koji puše na istočnoj obali Jadrana, osobito kod Senja i gdje je najpoznatija i najizraženija po svojoj snazi i učestalosti. Bura ima nekoliko pozitivnih zdravstvenih učinaka, prvenstveno zbog svojeg učinka na kvalitetu zraka, koncentracije morskih aerosola i ionizacije atmosfere što u perspektivi Senju omogućava razvoj specifičnih oblika zdravstvenog turizma.

Grad se proteže duž slikovite Senjske rivijere, dugačke oko 70 kilometara, koju krasi brojne uvale, plaže i kristalno čisto more – idealno za kupanje i odmor sa gotovo 50,7 km prirodnih plaža. Ljubitelji prirode mogu istražiti obližnji Nacionalni park Sjeverni Velebit, poznat po bogatom biljnome i životinjskome svijetu, kao i po planinskim stazama koje pružaju očaravajuće poglede na more i otoke.

Zahvaljujući svom izuzetnom položaju između planina i mora, Senj nudi izvrsne uvjete za aktivnosti na otvorenom tijekom cijele godine – od biciklizma i pješaćenja do planinarenja. Ova destinacija nudi autentično iskustvo koje objedinjuje kulturnu tradiciju, prirodne ljepote i aktivan odmor.

Kada je u pitanju turistički identitet destinacije Senj, on još uvijek nema jasno određenje ali su vidljive određene specifičnosti. Destinacija Senj djelomično se percipira kao tranzitna točka, osobito za putnike koji prolaze magistralom prema popularnijim jadranskim destinacijama poput Krka, Zadra, Splita ili Dubrovnika. Blizina glavnih prometnica i ulaza na otoke čini ga logičnim mjestom za kratka zaustavljanja – primjerice za razgled Nehajske tvrđave ili pauzu za ručak. Dodatno, destinacija Senj je sve više prepoznata kao mirnija destinacija za kraći boravak, posebno među turistima koji žele: izbjegavati gužve, boraviti u prirodi (planinarenje na Velebitu, biciklizam), otkriti kulturno-povijesne znamenitosti ili imati autentičniji, lokalniji doživljaj. Senj nije klasična "sunce i more" destinacija poput Makarske ili Hvara, iako ima lijepih plaža. Nedostatak pješćanih plaža, povremena bura i manji broj luksuznih sadržaja znače da ga masovni

turizam zaobilazi – što neki turisti zapravo cijene (tiši ljetni odmor, bez masovnih gužvi, autentična atmosfera, blizina prirode i povijesti)

Tablica 1 Profil odredišta / baza osnovnih podataka o destinaciji

<b>Lokacija</b>	Ukupna površina 658 m <sup>2</sup> s urbanim područjem od oko 4,5 do 5 km <sup>2</sup> . Prosječna nadmorska visina grada Senja: oko 0 do 30 metara iznad razine mora (centar grada), povišeni dijelovi grada (rubovi, naselja na obroncima): do 50–70 metara n.v., planinski prijevoj iznad Senja nalazi se na oko 700 metara iznad razine mora.
<b>Prometna povezanost (zračni prijevoz, cestovne veze, željezničke veze, brodske veze i dr.)</b>	Prometna povezanost je dobra. Kroz Senj prolazi državna cesta DC8 (Matulji-Dubrovnik), prometno je povezan s Rijekom (oko 65 km), Karlobagom (60 km), Zadarom (130 km), Zagrebom (170 km preko prijevoja Vratnik), a najbliže morske luke su luka Senj (lokalna), luka Rijeka (65 km) i luka Zadar (130 km). Najbliži spoj grada Senja na autocestu A1 nalazi se kod čvora Žuta Lokva, udaljen oko 50 km od Senja, putem državne ceste D23 preko prijevoja Vratnik. Najbliža zračna luka gradu Senju je Zračna luka Rijeka (RJK), smještena na otoku Krku, udaljena otprilike 50 km cestovnim putem
<b>Udaljenost od glavnog grada i glavnih emitivnih tržišta:</b>	Senj je udaljen približno 170 km od Zagreba, 65 km od Rijeke, 130 km od Zadra, 630 km od Münchena (Njemačka), 900 km od Varšave (Poljska) i 580 km od Trsta (Italija).
<b>Geografska obilježja (reljef, planine, rijeke i dr.)</b>	Geografska obilježja: kombinacija mediteranskog obalnog pojasa i planinskih predjela. Senj se nalazi na obali Jadranskog mora podno planine Velebit, s reljefom koji je kombinacija strmih stijena, uvala i brežuljaka, dok u okolici nema većih rijeka, ali se nalaze manji potoci i izvori. Otprilike 40% površine Nacionalnog parka Sjeverni Velebit i 25% Parka prirode Velebit nalazi se unutar administrativnog područja Grada Senja.
<b>Klimatska obilježja (prosječni broj sunčanih dana, količina padalina, prosječne sezonske temperature)</b>	Senjska bura – poznat vjetar koji oblikuje i klimu i arhitekturu (zbog snage vjetra). Položaj između mora i planine daje mu specifičan mikroklimatski i pejzažni karakter. Pristup moru: 76 km obale (Senjska rivijera). Senj ima prosječno oko 250 do 270 sunčanih dana godišnje, što ga svrstava među sunčanije gradove na hrvatskoj obali.
<b>Broj stalnih stanovnika</b>	5.973 ( HZZS/ 2021)
<b>Broj turista (po zemlji porijekla, demografska obilježja i dr.)</b>	Dolasci ukupno ( 2024): 48.463 Noćenja ukupno (2024): 339.518 ( ostale karakteristike: vidjeti poglavlje 3.1. )
<b>Prosječna duljina boravka</b>	2024: 4,89
<b>Turistički kapaciteti (po vrstama, po kvaliteti)</b>	Vidjeti poglavlje 3.1.
<b>Ugostiteljski sadržaji</b>	Vidjeti poglavlje 3.1.2.
<b>Najpopularnije turističke atrakcije:</b>	Turističke atrakcije Senja uključuju tvrđavu Nehaj, povijesni stari grad, glagoljicu, Senjski karneval kao najstariji karneval u Hrvatskoj, mala mjesta s plažama i uvalama, Nacionalni park Sjeverni Velebit, Park prirode Velebit, te brojne kulturne manifestacije i tradicionalni festivali
<b>Glavni turistički proizvodi:</b>	Autentičan spoj povijesne baštine Uskoka i tvrđave Nehaj, prirodnih ljepota Senjske rivijere i aktivnog turizma u okolini Nacionalnog parka Sjeverni Velebit. Čisto more, prekrasne plaže, ljetni odmor bez gužvi, bura kao jedinstven fenomen karakterističan isključivo za ovo područje
<b>Prostor – turističke zone i površine</b>	Prema prostornom planu ( objavljeno na web stranici Grada Senja)
<b>Turistička infrastruktura (kongresni kapaciteti, pješačke/planinarske/biciklističke staze, plaže i dr.)</b>	Vidjeti poglavlje 3.3.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje, e-Visitor



## ANALIZA STANJA

turistički proizvodi i usluge

resursna osnova

javna turistička infrastruktura

komunalna infrastruktura

prometna infrastruktura

stanje digitalizacije

stanje pristupačnosti osobama s posebnim potrebama

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 Senj važno je utvrditi trendove na turističkom tržištu i analizirati konkurentsku poziciju destinacije. Analiza stanja destinacije Senj 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 Senj koje odgovara granicama Grada Senja odnosno destinacije Senj i uključuje slijedećih 27 samostalnih naselja:

**Tablica 2 Pregled naselja u destinaciji Senj**

Alan	Lukovo (Senj)	Starigrad (Senj)	Vrataruša
Biljevine	Melnice	Stinica	Vratnik (Senj)
Bunica (Senj)	Mrzli Dol	Stolac (Senj)	Vrzići
Crni Kal	Pijavica (Senj)	Sveta Jelena (Senj)	
Jablanac	Podbilo	Sveti Juraj (Senj)	
Klada (Senj)	Prizna	Velike Brisnice	
Krasno (Senj)	Senj	Veljun Primorski	
Krivi Put	Senjska Draga	Volarice	

Izvor: Grad Senj

### 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 kvantitativnih obilježja turizma u destinaciji Senj 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 Senj.

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

### 2.1.1. Smještaj

U gradu Senju i njegovoj okolini turizam se razvija i u primorskom i kontinentalnom dijelu destinacije, naravno, ne podjednako. Smještajni objekti nalaze se u sljedećim naseljima: Senj, Sveti Juraj, Jablanac, Bunica, Klada, Lukovo, Prizna, Stinica, Starigrad, Volarice, Pijavica, Sveta Jelena, Veljun Primorski, te još nekoliko manjih mjesta kao što su Podbilo i Krivi Put.

Posebno valja istaknuti naselja koja nisu uz more, već su smještena u planinskom ili zaleđu području: Krasno Polje, Alan, Vratnik, Vrataruša, Vrzići, Stolac, Mrzli Dol, Senjska Draga, Sveta Jelena, Crni Kal, Biljevine, Veljun Primorski, Podbilo i Krivi Put. Ova naselja karakterizira planinski teren i veća nadmorska visina te nude mirniji, kontinentalni ambijent u usporedbi s obalnim destinacijama.

Zanimljivo je da ako bi se promatrao samo broj naselja u kojima postoje registrirani turistički kapaciteti prednjače ona kontinentalna (14) naspram primorskih koja se nalaze neposredno uz obalu (11) iako je broj smještajnih objekata dominantniji u primorskom dijelu.

U promatranom razdoblju od 2020. do 2024. godine u Senju je došlo do umjerenog rasta ukupnih smještajnih kapaciteta i broja kreveta, s indeksom od 104,24 za kapacitet i 102,07 za broj kreveta. Najveći rast bilježi hotelski smještaj, gdje je kapacitet porastao za 36,41%, a broj kreveta čak za 43,26%. To ukazuje na značajna ulaganja u hotelski sektor i jačanje ponude formalnog smještaja više kategorije.

Privatni smještaj u domaćinstvima bilježi blagi pad – kapacitet je gotovo nepromijenjen (indeks 99,75), ali je broj kreveta pao na 94,01, što može značiti manju iskorištenost ili smanjenje ponude. To može značiti i stagnaciju ili čak manji interes vlasnika da iznajmljuju, ili pak strukturne promjene (npr. prenamjena u druge svrhe ili slabija potražnja u nekim sezonama). Ostali objekti za smještaj također pokazuju pad u kapacitetu (90,04), ali blagi rast u broju kreveta (101), što može ukazivati na bolje iskorištenje postojećih objekata. Ovdje je vidljiv pomalo kontradiktorni trend – kapacitet pada, ali broj kreveta raste, što može značiti da je manji broj objekata bolje iskorišten (više kreveta po jedinici)

### Analiza

Sveukupno gledano, tržište smještaja u Senju se stabiliziralo nakon pandemijskih godina, uz lagani rast i istovremenu promjenu strukture.

Tablica 3 Kvantitativna analiza smještajnih kapaciteta u Gradu Senju u razdoblju od 2020-2024

vrsta smještaja	2020		2021		2022		2023		2024		index 2024/2020	
	broj smještajnih kapaciteta	broj kreveta (sa dodatnim)	broj smještajnih kapaciteta	broj kreveta	broj smještajnih kapaciteta	broj kreveta	broj smještajnih kapaciteta	broj kreveta	broj smještajnih kapaciteta	broj kreveta	smještajni kapacitet	broj kreveta
<b>hoteli</b>	151	282	151	282	181	345	206	404	206	404	136,41	143,26
<b>kampovi</b>	288	864	288	864	242	726	242	726	242	726	84,02	84,02
<b>nekomercijalni smještaj</b>	1.587	6.889	1.652	7.159	1.696	7.407	1.720	7.477	1.749	7.593	110,20	110,21
<b>objekti u domaćinstvu</b>	1.622	6.383	1.573	6113	1.577	6.004	1.581	5.956	1.618	6.001	99,75	94,01
<b>ostali objekti za smještaj (planinarski domovi, sobe i apartmani)</b>	169	700	171	708	155	648	172	722	164	707	90,04	101
<b>ukupno</b>	3.817	15.118	3.853	15.126	3.851	15.130	3.921	15.285	3.979	15.431	104,24	102,07

Izvor: e-Visitor

U Senju prevladavaju objekti u domaćinstvu, što jasno pokazuje da je glavni oblik smještaja privatni sektor, odnosno apartmani, sobe i kuće za odmor koje nude fizičke osobe. Ovakva struktura upućuje na pretežito sezonski i individualizirani turizam, što je tipično za srednje i manje jadranske gradove.

Drugu značajnu skupinu čini nekomercijalni smještaj, koji uključuje smještaj kod rodbine, prijatelja ili u vlastitim vikendicama. Ova kategorija ne donosi izravne prihode iz turizma, ali pokazuje da je grad atraktivan i za nerezidente koji posjeduju nekretnine. Hoteli i kampovi su prisutni u manjem broju u odnosu na privatni smještaj. To upućuje na nedovoljno razvijen hotelski sektor, što može biti ograničenje za razvoj višeg turističkog standarda i ponude za zahtjevnije goste.

## Analiza

Struktura smještaja u Senju jasno pokazuje dominaciju privatnog i nekomercijalnog smještaja, uz relativno skroman udio hotelskog i kamping smještaja. To sugerira da je turizam u Senju orijentiran na obiteljski i sezonski turizam srednje kategorije, s prostorom za razvoj kvalitetnijeg hotelskog kapaciteta i dodatne komercijalne ponude.

### 2.1.2. Ugostiteljstvo

Analiza ugostiteljske ponude destinacije Senj prema objektima navedenim u tablici djeluje raznolika s određenim prostorom za usklađivanje s današnjim turističkim trendovima i tradicionalnom ponudom jela.

**Tablica 4 Analiza ugostiteljske ponude Grada Senja prema razdoblju poslovanja, profilu gostiju i prilagođenosti objekta**

VRSTA OBJEKTA	KAPACITET	RAZDOBLJE POSLOVANJA	PROFIL GOSTIJU	PRILAGOĐENOST OBJEKTA
Restoran Krešimir	120 sjedećih mjesta	Cjelogodišnje	domaći/strani	pristupačan/klimatiziran
Restoran Martina	100	C	D/S	P/K
Restoran Uskok	110	C	D/S	P/K
Restoran Jozefina	250	C	D/S	P/K
Restoran Zagreb	218	C	D/S	P/K
Restoran Hazienda	100	C	D/S	P/K
Restoran Bunica				
Konoba Gajeta		S	D/S	P/ nije klimatizirano
Konoba Lavlji Dvor	120	S	D/S	P/K
Konoba Stari Grad				
Konoba Stric Luka				
Konoba Tvrdava Nehaj				
Konoba Ivka	70	C	D/S	vanjski dio/K
Konoba Adria				
Konoba Jure				
Konoba Mul				
Konoba Kiko				
Konoba Gušti				
Bistro Tropicana	80	C	D/S	vanjski dio /K
Buffet Čempres	80	S	D/S	P/ nije klimatizirano
Bistro Riva	80	C	D/S	vanjski dio/K
Bistro Kiko	90	C	D/S	P/K
Bistro Libertas	70	C	S	P/nije klimatizirano
Bistro Kod tri mornara	100	S	D/S	vanjski dio/K
Pizzeria King	50	S	D/S	vanjski dio /K
Gostionica Jablan	90	C	D/S	P/K
Porat				
Kušaonica Kibela Wine and bar shop	40	S	D/S	P/K
Buffet kod Veska	80	S	D/S	vanjski dio/K

<b>Bistro Ad Astra</b>	60	s	D/S	vanjski dio/K
<b>Bistro Energy</b>	58	S	D/S	vanjski dio/K
<b>Grill Kod Moke</b>	-	C	D/S	P/K
<b>Buffet Grill 2B</b>				
<b>Pizzeria Adria</b>				
<b>Pod Gradinom</b>				
<b>Bistro Manjan</b>				
<b>Buffet Rizik</b>				
<b>Izletište Krasno</b>				
<b>Lux</b>				

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje, TZ Senj

Velik broj konoba ukazuje na naglasak na domaću, autentičnu kuhinju (riba, janjetina, plodovi mora), što je atraktivno za turiste koji traže lokalni doživljaj. Destinacija ima dobru ponudu bistroa i buffeta koji nude laganiju ponudu za brži obrok ili pristupačniju opciju. Destinacija ima dvije gostionice i kušaonicu Kibela Wine and bar shop koja ponudi dodaje element eno-gastronomskog doživljaja, što je pozitivno jer ide u korak s trendovima vinskog i iskustvenog turizma.

Neki od objekata, poput Gostionice Jablan ili konobe Stric Luka nalaze se u unutrašnjosti Senja, što pokazuje da ugostiteljska ponuda nije koncentrirana isključivo uz obalu. To je važno jer podržava ravnomjerniji razvoj lokalne zajednice i omogućuje distribuciju turista izvan glavnih zona.

Po pitanju usklađenosti ugostiteljske ponude destinacije Senj sa današnjim turističkim trendovima primjetno je slijedeće:

**Tablica 5 Analiza usklađenosti ugostiteljske ponude destinacije Senj sa aktualnim turističkim trendovima**

Trend u turizmu		Stanje u Senju
Autentična lokalna iskustva	✓	Konobe i tradicionalni restorani odgovaraju ovom trendu.
Brza, pristupačna ponuda	✓	Bistroi i buffet objekti su dobrodošli, postoji i ponuda <b>street fooda</b>
Eko i zdrava prehrana	✗	Nije uočena izražena prisutnost restorana koji se specijaliziraju za vegetarijansku/vegansku/hrvatsku eko kuhinju.
Fuzijska i moderna kuhinja	✗	Nema naznaka suvremenih kuhinja (azijska, mediteranska reinterpretacija itd.).
Eno-gastronomija / wine tourism	✓	Kušaonica Kibela je dobar početak, ali <b>nema drugih sličnih objekata</b> .
Digitalna prisutnost i booking	✓	Nije poznato – nužno je osigurati vidljivost na TripAdvisoru, Google Mapsu, društvenim mrežama.

Izvor trendova: UNWTO, Report linker

Senj ima čvrstu temeljnu ponudu – klasični restorani, autentične konobe, nekoliko bistroa i dodatak u vidu vinske kušaonice. Međutim, ponuda još nije u potpunosti usklađena s novim profilima turista, koji traže:

- raznolikost prehrane (vege/vegan/bez glutena),
- iskustvenu gastronomiju (kušanje, radionice, storytelling),
- moderne prezentacije i društvenu relevantnost

Istraživanjem je uočen nedostatak autohtone kuhinje zbog prilagodbe destinacije strukturi turista koji istu posjećuju.

### 2.1.3. Turističke usluge

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

**Tablica 6 Pregled vrsta turističkih usluga u destinaciji Senj**

vrsta usluge	
Prijevoz	DA (izuzetna prometna povezanost putem autobusa, taxi)
Organizacija putovanja i aranžmana	NE
Vođenje i informiranje	U sklopu organiziranih posjeta i u NP Sjeverni Velebit (stručna vođenja)
Suveniri i rukotvorine	DA
Informativni centri i karte	DA
Ekološke ture, sudjelovanje u lokalnim projektima zaštite okoliša	DA
Turističke usluge na poljoprivrednom gospodarstvu, uzgajalištu vodenih organizama, lovištu, u šumi šumoposjednika i u ribolovnom turizmu	DA
Najam opreme	NE

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Turistička ponuda Senja obuhvaća širok spektar usluga definiranih Zakonom o pružanju usluga u turizmu. Prisutnost različitih oblika smještaja, organiziranih turističkih aktivnosti, posebnih oblika turizma te razvijene ugostiteljske ponude ukazuju na raznovrsnost i prilagodljivost turističkih usluga potrebama posjetitelja. Međutim, za daljnji razvoj i konkurentnost, preporučuje se kontinuirano unapređivanje kvalitete usluga, diversifikacija ponude te usklađivanje s trendovima održivog i odgovornog turizma.

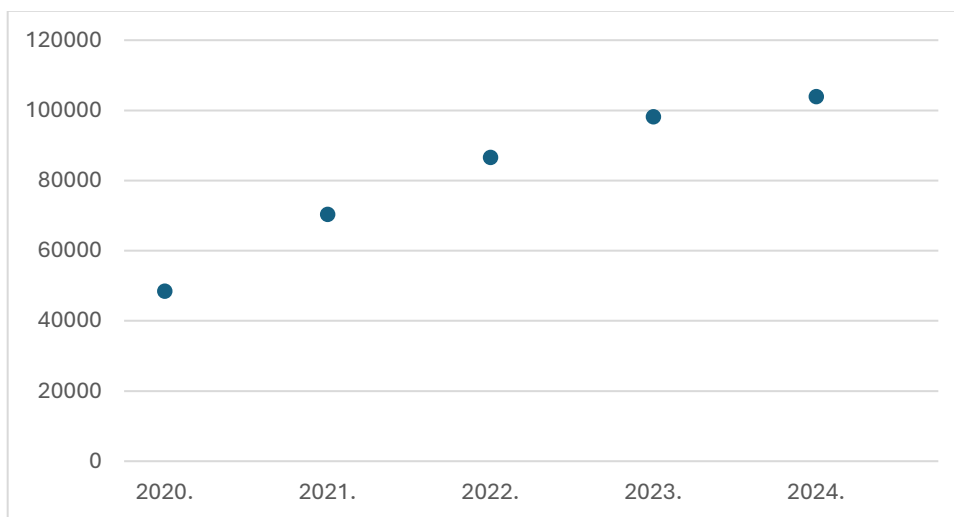
Usluge turističkih vodiča također su prisutne, posebno u vođenju posjetitelja kroz kulturne i prirodne znamenitosti, kao što su Tvrđava Nehaj i Nacionalni park Sjeverni Velebit, međutim primjećuje se nedostatak usluge organiziranog turističkog vođenja za druge atrakcije osim navedenih.

S obzirom na geografski položaj Senja, koji obuhvaća i priobalna i planinska područja, prisutne su usluge aktivnog i pustolovnog turizma. To uključuje planinarenje, biciklizam, ronjenje i druge aktivnosti na otvorenom, koje se odvijaju u prirodnom okruženju i zahtijevaju posebnu opremu i stručnost pružatelja usluga. Senj i okolna područja, poput Krasna i Velebita, nude usluge u posebnim oblicima turističke ponude.

### 2.1.4. Obilježja turista u destinaciji - kvantitativni pokazatelji razvoja turizma

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

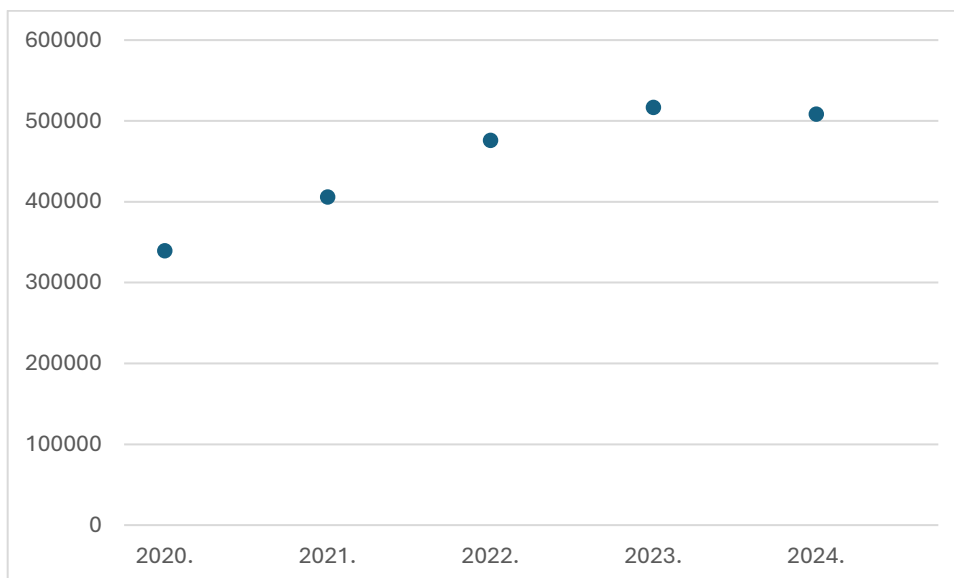
**Graf 1 Trend dolazaka turista u destinaciju Senj ( 2020-2024)**



Izvor: e-Visitor

Broj dolazaka turista u destinaciju Senj pokazuje stalni rast: U razdoblju od 2020. do 2024. broj dolazaka više nego se udvostručio. Oporavak nakon pandemije (2020.) je jasan, a pozitivni trend ukazuje na jačanje turističke privlačnosti destinacije.

**Graf 2 Broj ostvarenih noćenja u destinaciji Senj (2020- 2024)**



Izvor: e-Visitor

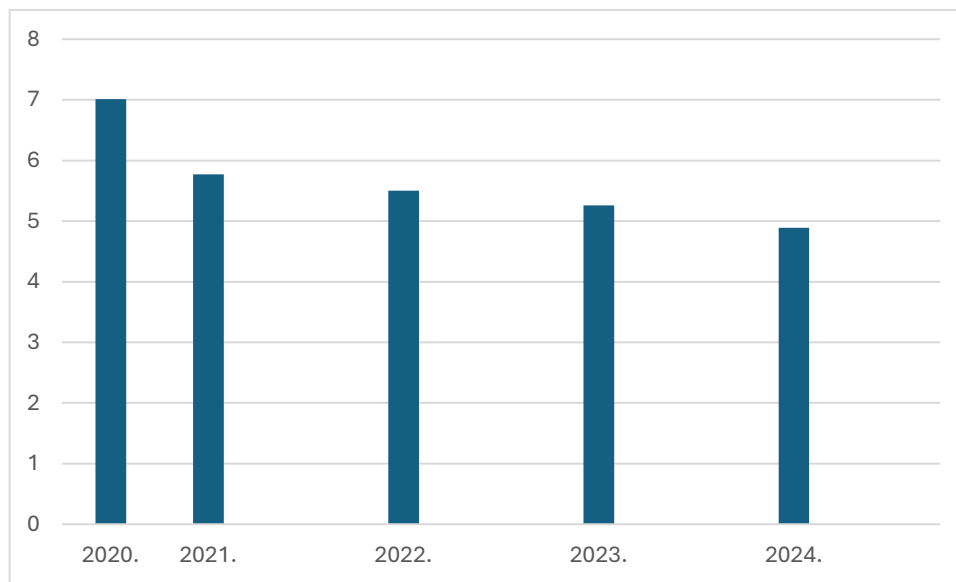
Broj noćenja također raste, ali sporijim tempom: vrhunac je postignut 2023. godine, ali 2024. bilježi blagi pad noćenja unatoč većem broju dolazaka. To sugerira kraći boravak turista. Prosječan broj noćenja kontinuirano opada - turisti dolaze češće, ali ostaju kraće. Ovo može ukazivati na promjenu u obrascima

ponašanja – npr. kraća vikend putovanja, više destinacija u jednoj sezoni, ili veću orijentaciju na prolazne goste.

Senj bilježi pozitivan trend rasta turističkog prometa, osobito u dolascima, no uz smanjenje prosječnog trajanja boravka. To može značiti da se Senj sve više doživljava kao kraća destinacija ili etapa na putovanju, a ne kao primarno mjesto za duži odmor. Ovo otvara prostor za: razvoj ponude za kraće boravke (aktivnosti, izleti, evenata), ali i potrebu za strategijama koje bi potaknule duži ostanak (paket aranžmani, sadržaji, promocije).

Optimalna turistička strategija trebala bi balansirati između privlačenja većeg broja posjetitelja i povećanja njihove potrošnje i duljine boravka.

**Graf 3 Prosječno trajanje boravka turista u destinaciji Senj (2020-2024)**



Izvor: e-Visitor

Analiza prosječne duljine boravka turista u Senju od 2020. do 2024. pokazuje kontinuirani pad prosječnog broja noćenja, što je važan pokazatelj turističkog ponašanja i strukture ponude. Isti je rezultat promjene navika turista posebno jer je prva promatrana godina obilježena pandemijom COVID-19.

Pad s 7,01 (2020.) na 4,89 noćenja (2024.) znači da su turisti u prosjeku kraće boravili u destinaciji – skoro dvije noći kraće u četiri godine. 2020. godina, obilježena pandemijom COVID-19, imala je najduži boravak jer su tada gosti najčešće boravili u nekomercijalnom smještaju (vikendice, kuće za odmor), izbjegavali su česte promjene lokacija i ostajali dulje na jednoj destinaciji.

Od 2021. nadalje, dolazi do normalizacije putovanja i povratka trendovima kraćih, češćih i raznovrsnijih odmora. Time se skraćuje prosječno zadržavanje, osobito u urbanim i tranzitnim destinacijama poput Senja. Godine 2023. i 2024. pokazuju najkraći prosjek boravka, što može ukazivati na:

- dominaciju kraćih, vikend-aranžmana
- slabu ponudu dodatnih sadržaja koji bi motivirali goste da ostanu duže
- tranzitni karakter destinacije (gosti borave u Senju u prolazu prema drugim dijelovima Jadrana ili planinama)
- nedostatak raznovrsnih turističkih proizvoda (npr. wellness, obiteljski, aktivni turizam)

Ovaj pokazatelj ne znači nužno pad kvalitete, ali jasno govori da Senj sve više postaje kratkoročna ili prolazna destinacija, što dugoročno ograničava ekonomski učinak turizma po gostu.

Senj bilježi smanjenje prosječnog boravka turista, što ukazuje na potrebu:

- obogaćivanja turističke ponude
- razvoja dodatnih sadržaja i atrakcija
- ulaganja u tematski turizam (aktivni, gastro, kulturni, planinski, cikloturizam itd.)
- jačanja destinacijske promocije kako bi se gosti zadržali dulje.

**Tablica 7 Analiza obilježja posjetitelja destinacije Senj prema dobi u 2024. godini**

Dobna skupina	Broj turista	Broj noćenja	Prosjek noćenja po osobi
0–5	3.648	20.557	5,63
6–11	6.683	38.319	5,73
12–17	7.498	44.966	5,99
18–24	8.368	39.847	4,76
25–34	15.809	63.574	4,02
35–44	18.706	86.167	4,61
45–54	19.859	92.856	4,68
55–64	14.818	68.256	4,61
65+	8.563	53.916	6,29

Izvor: e-Visitor

### Analiza

Analizom podataka za 2024 godinu vidljivo je da destinaciju podjednako posjećuju i muškarci i žene odnosno da je razlika blaga – muškarci čine oko 53%, žene 47% svih gostiju.

Oko 17% svih turista su mlađi od 18 godina koji pokazuju relativno visok prosjek noćenja (5,6 – 6 dana), što ukazuje da dolaze s obitelji i ostaju dulje. Ovaj podatak pokazuje da destinacija Senj ima obilježje obiteljskog turizma – pogotovo u ljetnim mjesecima.

Značajnu skupinu čine osobe u rasponu od 25–34. Ova dobna skupina ima kraći boravku destinaciji (oko 4 dana) – često preferiraju kratke city-breakove, aktivni i dinamični turizam, tranzitne destinacije.

Srednja dob (35–54) najzastupljenija je populacija koja čini skoro 38% svih turista. Ova dobna skupina turista u destinaciji boravi prosječno oko 4,6 dana što pokazuje da se radi o stabilnoj potrošačkoj skupini, koja često putuje obiteljski i traži smještaj srednje do više kvalitete.

Destinacija bilježi ukupno više od 23.000 turista starijih od 55 dok je posebno zanimljiva skupina 65+ s najdužim boravkom (6,29 dana) što ukazuje na potencijal za razvoj obiteljskog turizma.

Iz navedenog se može zaključiti slijedeće:

- Senj je obiteljska i tranzitna destinacija: visoka prisutnost djece i mladih te kratki boravci mlađih odraslih osoba
- Potencijal za razvoj sadržaja za starije goste (65+), jer oni već sada ostvaruju najduži boravak.
- Najveći broj dolazaka bilježe osobe 35–54 godine, što je korisno za ciljanje ponude u marketinškom smislu (kvalitetan, ali ne luksuzan smještaj, gastronomske i kulturne aktivnosti).
- Trend kraćeg boravka potvrđuje se kroz gotovo sve dobne skupine – treba raditi na razvoju dodatnih sadržaja kako bi se turisti zadržali dulje.

## 2.2. RESURSNA OSNOVA

Analiza resursne osnove destinacije Senj uključuje prirodne, kulturne, društvene, prometne i smještajne resurse koji su temelj za razvoj turizma. Ova analiza omogućuje procjenu potencijala i ograničenja razvoja održivog, konkurentnog i atraktivnog turizma.

**Tablica 8 Resursna osnova destinacije Senj**

VRSTA	PREDNOSTI	OGRANIČENJA
<b>Prirodna resursna osnova</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ More i obala – čistoća mora, brojne plaže (Điga, Prva draga), jadranska klima.</li> <li>○ Planinski masiv Velebita – neposredna blizina Nacionalnog parka Sjeverni Velebit, Park prirode Velebit, što nudi izvanredne mogućnosti za planinarenje, šetnje, biciklizam, zimski turizam.</li> <li>○ Krasno – šumsko-poljoprivredno područje idealno za razvoj ruralnog, eko- i agro-turizma.</li> <li>○ Bioraznolikost i pejzažna raznolikost – kombinacija mora, planine, šume i mediteranskog krša.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Snažni vjetrovi (bura) – može ograničiti aktivnosti na moru.</li> <li>○ Relativno nerazvijena turistička infrastruktura u nekim dijelovima destinacije.</li> <li>○ Ograničen pristup nekim atraktivnim lokalitetima (npr. visoke nadmorske visine bez pristupačne infrastrukture).</li> </ul>
<b>Kulturna i povijesna resursna osnova</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tvrđava Nehaj – simbol grada, snažna povijesna i vizualna atrakcija.</li> <li>○ Senjska glagoljaška baština – značajan dio kulturnog identiteta (Senjska tiskara).</li> <li>○ Tradicija uskoka – potencijal za kulturne ture, manifestacije, muzejski sadržaj.</li> <li>○ Crkve, stara gradska jezgra, kamene kuće – autentičan doživljaj za turiste.</li> <li>○ Manifestacije (Uskoci vs. Mlečani, Senjski ljetni karneval) – dodatna ponuda u sezoni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nedovoljno interpretirane i valorizirane kulturne rute.</li> <li>○ Ograničena digitalna prezentacija kulturne baštine.</li> </ul>
<b>Prometna resursna osnova</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Povezanost Jadranskom magistralom (D8), blizina autoceste A1 (izlaz Žuta Lokva).</li> <li>○ Blizina Zračne luke Rijeka i Zračne luke Zadar (u krugu do 2 sata).</li> <li>○ Pomorska luka – može se razvijati manji nautički turizam i dnevne izletničke linije.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Nedostatak direktnih željezničkih veza.</li> <li>○ Infrastruktura za bicikliste i pješake još uvijek nedovoljno razvijena.</li> </ul>
<b>Smještajna i ugostiteljska osnova</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dominantno smještaj u domaćinstvu – fleksibilan i autentičan.</li> <li>○ Pojava nekomercijalnog smještaja – potencijal za privatna ulaganja.</li> <li>○ Postojanje kampova i nekoliko hotela – osnova za daljnje širenje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Malobrojni hoteli i nedostatak luksuznog smještaja.</li> <li>○ Ugostiteljska ponuda je koncentrirana uz obalu</li> <li>○ Nedostatak sadržaja visoke dodane vrijednosti (wellness, fine dining, tematski resorti).</li> </ul>
<b>Društveni i institucionalni resursi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lokalna zajednica sve više uključena u razvoj turizma (OPG-ovi, iznajmljivači).</li> <li>○ Udruga „Senjski uskoci“ i kulturne institucije koje organiziraju događanja u sklopu aktivnosti turističke zajednice ili Muzeja</li> <li>○ Aktivnosti turističke zajednice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Potrebna jača profesionalizacija u turizmu (turistički vodiči, specijalizirane ture).</li> <li>○ Nedovoljna digitalna i brendirana promocija destinacije na europskoj razini</li> </ul>

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### **Analiza**

Senj ima izuzetno bogatu i raznoliku resursnu osnovu, ali ona je djelomično iskorištena i neravnomjerno razvijena. Najveći potencijal leži u spajanju obalnog i kontinentalnog turizma (more + planina) kroz:

- održivi razvoj smještaja (eko, ruralni, mali hoteli),
- kulturno-turističke proizvode,
- outdoor i sportski turizam,
- revitalizaciju zaleđa (Krasno, Velebit),
- snažniju digitalnu i institucionalnu promociju.

S pravim ulaganjima i održivim pristupom, Senj može postati jedinstvena cjelogodišnja destinacija s atraktivnom kombinacijom mora, kulture i planina.

## 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 9 Pregled primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture destinacije Senj**

PRIMARNA	SEKUNDARNA
<p><b>Biciklističke rute i popratna infrastruktura (stanice za servis bicikala, brojila biciklističkog prometa, parkirališta za bicikle i sl.):</b> Destinacija nudi 200,65 km uređenih biciklističkih staza sa detaljno razrađenim kartama, QR kodovima i pojašnjenjima ruta</p>	<p><b>Arheološka nalazišta</b> Antički Senia ( rimski municipij), ranokršćanski kompleks sv. Marije, nekropole i grobišta, gradina Vratnik i prapovijesna naselja, nalazi Tvrđave Nehaj, podmorska arheologija ( senjski akvatorij), trg Cilnica, ostaci iz antike i srednjeg vijeka, područja ispod katedrale Uznesenja BDM</p>
<p><b>Dvorci, utvrde i kurije</b> značajne povijesne utvrde i obrambene građevine: Tvrđava Nehaj, gradske zidine i kule Senja, palace i plemićke kuće ( Palača Vukasović ( "kuća Marije Terezije"), Palača Brlić, zgrada senjske biskupije, senjska tiskara)</p>	<p><b>Speleološki objekti</b> speleološki potencijal Velebita, špilje senjskih Uskoka, bunker i u parku Nehaj</p>
<p><b>Kongresni centri</b> - dvorana u Boutique Hotel Bura</p>	<p><b>Povijesni spomenici i popratna infrastruktura</b> Tvrđava Nehaj, Gradske zidine, Katedrala Uznesenja Blažene Djevice Marije, Biskupski dvor, Gradska vrata – Velika i Mala vrata, Starokršćanski kompleks na Sv. Jurju, Kuća senjskih književnika, glagoljaški lapidarij, Spomenik senjskim uskocima, Kapucinski samostan i crkva sv. Franje, Crkva sv. Marije od Arta, Crkva sv. Nikole, spomenik Pavlu Ritteru Vitezoviću, gradski muzej Senj (smješten u palači Vukasović) Spomen-kosturnica žrtvama fašizma</p>
<p><b>Odmorišta i vidikovci</b> Vidikovci: Senj, Liskovac, Vratnik, Slipica, Jablanac, Tvrđava Nehaj, Lukovo Odmorišta: cikloturistička odmorišta, park Nehaj, kamp odmorišta u regiji</p>	<p><b>Parkirališta i pristupne ceste u funkciji turističke infrastrukture koje nisu kategorizirane kao javne ceste</b> postoje i određene su Odlukom o komunalnom redu Grada Senja</p>
<p><b>Kamp</b> Kamp Škver, kampiralište Bunica I, Bunica V, Rača, Kamp Ujča</p>	<p><b>Javni sanitarni čvorovi</b> Plaža Škver, Luka Stinica,</p>
<p><b>Planinarska infrastruktura: planinarski putovi i planinarski objekti (domovi, kuće, skloništa)</b> Uredene planinarske staze i šetnice na području Senja 1. Senjska obilaznica: Sibinj -Malić-Alino bilo-Krivi Put -Orlovo gnijezdo- Vratnik - Krajačeva kuća- Jadićeva plan – Sijaset – Kula Nehaj 2. Starigrad-Donja Klada: uređena šetnica uz more s poučnim tablama 3. Oltari – Zavižan: označena planinarska staza</p>	<p><b>Sportski objekti i ostala sportska infrastruktura na otvorenom prostoru u funkciji aktivnog turizma</b> Gradski stadion "NK Nehaj" Sportska dvorana Senj ŠRC Tenis Malonogometno igralište s umjetnom travom Teniski tereni Dvorana za borilačke sportove (taekwondo, boks) Vanjsko vježbalište – street workout park Školska sportska igrališta (OŠ i SŠ Senj) Sportsko-rekreacijski centar uz more Igrališta za košarku i odbojku na otvorenom</p>

<p>4. Gornja Klada- Zavižan: označena planinarska staza  5. Jablanac-Turska vrata-Strogir-Alan: označena planinarska staza  6. Siča-Plančice-Alan: označena planinarska staza  7. Velike Brisnice-Plančice-Rossijeva koliba: označena planinarska staza  8. Premužićeva staza:</p>	<p>Biciklističke i planinarske staze  Ljetni sportski kampovi i igrališta  Sportski ribolovni molovi i pontoni  Jedriličarski vezovi i infrastruktura uz rivu  Paintball i streličarski poligon (povremeni)  Prostorije za šah i društvene igre (Šahovski klub Velebit)</p>
<p><b>Pješačke trekking staze i staze dugog hodanja</b>  Senjska obilaznica – Vezna staza s 10 kontrolnih točaka: Sibinj – Malić – Alino bilo – Krivi Put – Orlovo gnijezdo – Vratnik – Krajačeva kuća – Jadićeva plan – Sijaset – Kula Nehaj;  Starigrad – Donja Klada – Uređena šetnica uz more s poučnim tablama;  Oltari – Zavižan – Označena planinarska staza  Gornja Klada – Zavižan – Označena planinarska staza  Jablanac – Turska vrata – Stogir – Alan – Označena planinarska staza;  Staza Zviri – Staza dužine 7,2 km;  Senj – Planinarska kuća Sijaset – Kula Nehaj – dužina 12 km  Premužićeva staza – pristup iz smjera Senja preko Oltara Planinarski dom Zavižan – Planinarski dom Alan – Staza dužine 26,5 km</p>	<p><b>Rodne kuće poznatih osoba</b>  Silvije Strahimir Kranjčević – Rodna kuća ovog istaknutog hrvatskog pjesnika  Vladimir Čopić – Rodna kuća ovog revolucionara smještena je u senjskoj četvrti Varoš, danas poznatoj kao naselje Vladimira Čopića.  Mateša Antun Kuhačević – Hrvatski pjesnik i političar iz 18. stoljeća  Milutin Cihlar Nehajev – Hrvatski književnik i kemičar,</p>
<p><b>Poučne, hodočasničke, konjičke, zipline i druge tematske staze</b>  poučne staze u NP Sjeverni Velebit i PP Velebit</p>	
<p><b>Staze, šetnice, stajališta uz more, jezera i rijeke</b>  Park Nehaj, Starigrad- Klada, Zavrtnica, Premužićeva staza</p>	
<p><b>Info ploče i turistička signalizacija</b>  Turistička signalizacija i info ploče – postavljena turistička signalizacija na području destinacije za glavne atrakcije</p>	
<p><b>Interpretacijski centri/ centri za posjetitelje - /</b>  Kuća Velebita - interpretacijski centar  Muzej grada Senja – s interpretacijskim postavom o povijesti, kulturi i tradiciji Senja.  Muzej Kula Nehaj – dio tvrđave, s edukativnim sadržajima o povijesnom kontekstu i obrani Senja.</p>	
<p><b>Vozila odnosno plovila namijenjena za prijevoz posjetitelja turističkih atrakcija</b> - postoje na destinaciji, privatne inicijative ( vlak, taksi brodovi)</p>	

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

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

Senj ima solidno razvijenu primarnu turističku infrastrukturu koja omogućuje osnovne potrebe turista — smještaj, prehranu, pristup plažama i prijevoz. Sekundarna infrastruktura dodatno oplemenjuje ponudu destinacije, naglašavajući njezinu prirodnu i kulturnu baštinu te nudeći aktivni i tematski turizam.

Za daljnji razvoj, preporučuje se dodatno ulaganje u modernizaciju smještajnih kapaciteta, modernizacija i promicanje kulturne baštine te unaprjeđenje sustava informiranja i promocije destinacije.

## 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.

### 2.4.1. Energetska infrastruktura

Energetska infrastruktura grada Senja predstavlja primjer uspješne integracije tradicionalnih i obnovljivih izvora energije, uz kontinuirana ulaganja u modernizaciju i održivost. S projektima poput HES Kosinjske HE Senj i Vjetroelektrane Senj, te implementacijom energetske obnove u javnim objektima, Senj se pozicionira kao lider u energetske tranziciji Hrvatske.

Senj domaćin je jednog od ključnih objekata hrvatskog elektroenergetskog sustava – Hidroelektrane Senj. Smještena u naselju Sv. Juraj, ova visokotlačna derivacijska hidroelektrana snage 216 MW koristi vodu rijeka Like i Gacke. Proizvodi oko 10% ukupne električne energije HEP-a, a značajna je i za pružanje pomoćnih usluga sustavu, poput sekundarne i tercijarne regulacije snage te crnog starta. U 2021. godini započela je opsežna rekonstrukcija HE Senj, vrijedna 24,9 milijuna eura, kojom se moderniziraju agregati i sustavi elektrane kako bi se povećala njezina učinkovitost i pouzdanost (HEP/Končar).

U sklopu razvoja hidroenergetskog sustava, HEP planira izgradnju Hidroenergetskog sustava Senj 2 (HES Kosinjske), koji će uključivati dodatne kapacitete za proizvodnju vršne energije i pružanje regulacijske snage sustavu. Ovaj projekt, vrijedan 450 milijuna eura, predviđa povećanje instalirane snage na 656 MW i godišnju proizvodnju od 1,5 TWh, čime će se dodatno osigurati energetska stabilnost i smanjiti emisije CO<sub>2</sub>.

#### **Vjetroelektrana Senj**

Najveći vjetropark u Hrvatskoj, Vjetroelektrana Senj, smješten je sjeveroistočno od grada Senja i općine Brinje. Sastoji se od 39 vjetroagregata ukupne snage 156 MW, a godišnja proizvodnja električne energije dosegla je 387,8 GWh u 2022. godini. Projekt je realiziran u suradnji s kineskim partnerima i predstavlja značajan korak prema ostvarivanju ciljeva zelene tranzicije Hrvatske.

#### **Energetska obnova u obrazovnim institucijama**

Grad Senj ulaže i u energetske obnove javnih objekata. Jedan od značajnih projekata bila je energetska obnova Osnovne škole Silvija Strahimira Kranjčevića, koja je rezultirala smanjenjem potrošnje energije za 77,45% i prelaskom zgrade u energetske razred A+. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 756.309 eura, od čega je 343.068 eura osigurano iz bespovratnih sredstava.

#### **Akcijski plan energetske i klimatske održivosti**

U travnju 2024. godine, Gradsko vijeće Senja usvojilo je Akcijski plan energetske i klimatske održivosti razvoja, koji se temelji na ciljevima Europske unije za zelenu tranziciju. Plan uključuje mjere za povećanje energetske učinkovitosti, smanjenje emisija CO<sub>2</sub> i prilagodbu na klimatske promjene, te služi kao osnova za prijavu na natječaj Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost

## 2.4.2. Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Telekomunikacijska infrastruktura u gradu Senju temelji se na kombinaciji fiksnih i mobilnih mreža, s ciljem osiguravanja pouzdane povezanosti za stanovništvo i posjetitelje.

### **Mobilna telefonija i 5G**

Senj je pokriven mobilnim mrežama svih glavnih hrvatskih operatera. Pokriće 4G mrežom je stabilno u urbanim područjima, dok je pokriće 5G mrežom u fazi razvoja. Prema informacijama dostupnim na službenim stranicama operatera, 5G mreža još nije implementirana u Senju, ali se očekuje proširenje u budućnosti.

### **Fiksni internet i optička povezanost**

Za fiksni internet, dostupne su različite opcije:

- ADSL i VDSL: Dostupni u većini urbanih područja Senja, s brzinama do 20 Mbps, ovisno o udaljenosti od telefonske centrale.
- Optički internet: Prema informacijama dostupnim na službenim stranicama Hrvatskog Telekoma, optička mreža nije trenutno dostupna u Senju. Međutim, planira se proširenje optičke mreže u budućnosti.

### **Digitalna povezanost i javni pristup internetu**

Senj nudi osnovnu telekomunikacijsku infrastrukturu s mogućnostima za daljnji razvoj. Dok je pokriven mobilnim mrežama stabilno, fiksni internet u urbanim područjima nudi osnovne brzine, dok optička povezanost još nije dostupna. Grad aktivno radi na poboljšanju digitalne povezanosti, što uključuje proširenje optičke mreže i postavljanje besplatnih Wi-Fi zona.

## 2.4.3. Vodoopskrba i odvodnja

Vodoopskrba i odvodnja u gradu Senju obuhvaća ključne komunalne usluge koje omogućuju kvalitetan život stanovnicima i posjetiteljima. Za javnu vodoopskrbu i odvodnju u Senju odgovorno je komunalno poduzeće Vodovod i odvodnja d.o.o. Senj.

Trenutno se provode značajni infrastrukturni projekti u Senju koji uključuju obnovu vodovodnih i oborinskih instalacija. Jedan od tih projekata je obnova vodovodnih i oborinskih instalacija kroz Staru cestu i Ulicu Kapetana Knežića. Ovi radovi obuhvatili su obnovu dijela odvodnje otpadnih voda i vodovoda u gradu Senju, uključujući i rekonstrukciju dijela državne ceste DC23 i Stare ceste kroz grad Senj.

### **Vodoopskrba**

Kvaliteta vode u Senju općenito je dobra i zadovoljava standarde za pitku vodu, no povremeno se mogu pojaviti problemi koji zahtijevaju dodatnu pažnju.

Voda za Senj dolazi uglavnom iz lokalnih izvora i vodovodnog sustava kojim upravlja poduzeće Vodovod i odvodnja d.o.o. Senj. Izvori su pod stalnim nadzorom kako bi se osigurala čistoća i sigurnost vode za piće. Kvaliteta vode redovno se prati kroz analize koje obavljaju nadležne institucije i vodovodna poduzeća. Testira se kemijski sastav, mikrobiološka čistoća i prisutnost mogućih zagađivača. Ponekad se dogode tehnički kvarovi ili prirodni čimbenici (npr. oborine, kvarovi na opremi za dezinfekciju) koji mogu utjecati na kvalitetu vode. U takvim situacijama stanovnici bivaju upozoreni da vodu prije upotrebe prokuhavaju,

kao što je bilo u studenom 2024. za naselje Senjska Draga. Grad i komunalno poduzeće kontinuirano rade na modernizaciji i održavanju vodovodnog sustava kako bi se smanjili rizici od zagađenja i osigurala visoka kvaliteta vode. Ukratko, kvalitetu vode u Senju možemo smatrati sigurnom za svakodnevnu upotrebu, uz povremene preporuke za prokuhavanje tijekom iznimnih situacija

## **Otpadne vode**

U sustav javne odvodnje grad Senja ubraja se glavni kolektor dužine 3000 m i dvije prepumpne postaje (CP Škver i CP Điga). Ukupna dužina mreže u sustavu javne odvodnje iznosi cca 12400 m. Na sustav Javne odvodnje grada Senja priključeno je oko 70 % stanovništva grada Senja (Odvodnja Senj). Sustav odvodnje otpadnih voda u Senju temelji se na kombinaciji javne kanalizacije i usluga pražnjenja septičkih jama, s ciljem zaštite okoliša i zdravlja građana. Grad Senj kontinuirano ulaže u modernizaciju infrastrukture kako bi osigurao učinkovito i ekološki prihvatljivo upravljanje otpadnim vodama.

Grad Senj kontinuirano provodi značajne infrastrukturne projekte kako bi unaprijedio sustav odvodnje otpadnih voda što je vidljivo iz slijedećih primjera:

- Obnova sustava oborinske i sanitarne odvodnje u ulici Damira Tomljanovića Gavrana: 2019. godine potpisan je ugovor za izgradnju oborinske i sanitarne odvodnje te prelaganje vodnog ogranka u ovoj ulici, ukupne vrijednosti 11.324.903,20 kn s PDV-om .
- Izgradnja kanalizacije i vodovoda u naselju Trbušnjak: U 2023. godini završena je II. faza izgradnje sanitarne i oborinske kanalizacije u naselju Trbušnjak, uključujući 4.700 metara kanalizacijske mreže i izgradnju separatora za pročišćavanje oborinskih voda .
- Rekonstrukcija odvodnje u ulicama Stara cesta i Kapetana Knežića: U 2024. godini započeli su radovi na obnovi sustava oborinske odvodnje, otpadnih voda i vodovoda u ovim ulicama, ukupne vrijednosti 1.106.203,63 eura s PDV-om, financirani od strane Grada Senja, Vodovoda i odvodnje d.o.o. Senj te Hrvatskih voda

Za korisnike koji nisu priključeni na javnu kanalizaciju, Vodovod i odvodnja d.o.o. Senj pruža uslugu pražnjenja i odvoza otpadnih voda iz individualnih sustava odvodnje.

Grad Senj ima i uređaj za pročišćavanje otpadnih voda. Uređaj za pročišćavanje otpadnih voda u Senju smješten je u blizini tvrđave Nehaj, uz obalu Velebitskog kanala. UPOV je izgrađen prije 18 godina pa postojeći sustav zahtijeva modernizaciju i optimizaciju kako bi se poboljšala učinkovitost i smanjili operativni troškovi. Do uređaja za pročišćavanje otpadnu vodu grada Senja precrpljuje CS Điga; slivno područje CS Điga je opremljeno mješovitim sustavom odvodnje.

### **2.4.4. Gospodarenje otpadom**

Grad Senj ima usvojen Plan gospodarenja otpadom za razdoblje 2016.–2022., koji definira aktivnosti poput sakupljanja, prijevoza, oporabe i zbrinjavanja otpada, uključujući nadzor nad tim postupcima

#### **Sakupljanje i odvojeno prikupljanje otpada**

Sakupljanje otpada u Gradu Senju organizirano je putem spremnika od 5.000 litara, 1.100 litara i posuda od 120 litara za kućanstva. Na javnim površinama postavljeni su spremnici za odvojeno prikupljanje otpada, uključujući plastiku, papir i staklo. Za korisnike u obiteljskim kućama podijeljene su kante od 120 litara za odvajanje otpada. Zelene za mješoviti komunalni otpad, plave za karton i papir te žute za plastiku, staklo, tetrapak i te posude odvoze se "od vrata do vrata" prema utvrđenom rasporedu odvoza.

### Odlagalište i reciklažno dvorište

Grad Senj upravlja odlagalištem neopasnog otpada "Sveti Juraj" površine 3.000 m<sup>2</sup>, gdje se odlaže komunalni otpad iz kućanstava te komunalni otpad iz gospodarskih i komercijalnih subjekata i uslužne djelatnosti. Prosječno se godišnje na odlagalište odlaže oko 3.000 t otpada. Također, Grad Senj je izgradio reciklažno dvorište koje je sufinancirano iz Kohezijskog fonda Europske unije. U reciklažnom dvorištu građani mogu odložiti različite vrste otpada, uključujući elektronički otpad, baterije, tekstil i druge vrste otpada koje nisu prihvaćene u redovnim spremnicima. Grad Senj je u posljednje tri godine preko Fonda za zaštitu okoliša nabavio komunalnu opremu u vrijednosti od 535.000 eura, od čega je Fond financirao 60 posto nabavljene opreme, a ostatak Grad Senj i GKD Komunalac Senj. Također, u 2023. godini na leasing je nabavljen kamion s dizalicom za pražnjenje polupodzemnih i nadzemnih spremnika te za redovno pražnjenje spremnika od 120 i 1.100 litara, vrijedan 400.000 eura, a rate leasinga u jednakim dijelovima financiraju Grad Senj i GKD Senj.

Do sada je realizirano 90 posto aktualnog Plana gospodarenja otpadom na području Grada Senja. Trenutno se radi na uklanjanju većine dosadašnjih spremnika za mješoviti komunalni otpad i postavljanju polupodzemnih spremnika sa otpadomjerom. Ti spremnici koristiti će se putem elektronskog ključa koji očitava otvaranje spremnika, a u 2024 godini je izvršena podjela ključeva korisnicima.

## 2.5. PROMETNA INFRASTRUKTURA

Destinacija Senj smještena je na istočnoj obali Jadranskog mora, u Ličko-senjskoj županiji, te se odlikuje strateškim prometnim položajem koji povezuje kontinentalni dio Hrvatske s obalom, ali i središnju Europu s Jadranom

**Tablica 10 Glavni elementi koji čine prometnu povezanost destinacije Senj**

<b>VRSTA PROMETNE POVEZANOSTI</b>	<b>OBILJEŽJA PROMETNE POVEZANOSTI</b>
<b>Cestovna povezanost</b>	Državna cesta D8 (Jadranska magistrala): Ova cesta povezuje Senj sa sjeverom Hrvatske, uključujući Rijeku i Pulu, te južnije destinacije poput Zadra i Splita. Državna cesta D23: Ova cesta povezuje Senj s unutrašnjim dijelovima Hrvatske, uključujući Karlovac i Josipdol, te je važna za promet prema Zagrebu i drugim kontinentalnim područjima. Državna cesta D50: Povezuje Senj s Gospićem i Gračacem, čime omogućuje pristup prema unutrašnjosti Hrvatske Planira se proširenje autoceste A7 od Rijeke prema Senju, čime će se dodatno poboljšati povezanost središnje Hrvatske i Jadranske obale 20 km od Senja nalazi se čvor Žuta Lokva ( spoj prema autocesti A1 Zagreb-Split)
<b>Pomorska povezanost</b>	Najbliži željeznički kolodvor Senju nalazi se u Rijeci, udaljenoj oko 68 km. Odavde dostupne su željezničke linije prema Zagrebu, Splitu i drugim većim gradovima.
<b>Zračne luke</b>	Zračna luka Rijeka (51 km): Nudi domaće i međunarodne letove. Zračna luka Zagreb (172 km): Glavna međunarodna zračna luka u Hrvatskoj. Zračna luka Zadar (172 km): Popularna destinacija za međunarodne letove, osobito tijekom turističke sezone. Zračna luka Pula (169 km): Nudi sezonske letove prema različitim europskim destinacijama.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Grad Senj kontinuirano ulaže u modernizaciju svoje prometne infrastrukture. Nedavni projekti uključuju obnovu dijelova Jadranske magistrale, poboljšanje signalizacije i izgradnju pješačkih staza. Ovi projekti imaju za cilj poboljšanje sigurnosti i udobnosti prometa, osobito tijekom turističke sezone. Senj se odlikuje razvijenom prometnom infrastrukturom koja omogućuje dobru povezanost s ostatkom Hrvatske i šire regije. Kontinuirana ulaganja u modernizaciju prometne mreže dodatno će unaprijediti pristupačnost i konkurentnost grada, osobito u kontekstu turizma i gospodarstva.

## **2.6. ANALIZA STANJA DIGITALIZACIJE**

Grad Senj aktivno radi na digitalizaciji svojih sustava i infrastrukture, s ciljem poboljšanja usluga za građane, očuvanja kulturne baštine i povećanja konkurentnosti. Kontinuirani razvoj digitalnih vještina i infrastrukture ključan je za uspješan prijelaz u digitalno društvo.

### **Digitalizacija javne uprave**

Grad Senj planira unaprjeđenje i digitalizaciju poslovnih procesa uprave i proračunskih korisnika uvođenjem digitalnih platformi za e-usluge. Ovaj plan uključuje smanjenje papirologije, ubrzanje administrativnih postupaka i povećanje transparentnosti rada gradske uprave.

### **Kulturna baština i digitalizacija**

Grad Senj aktivno sudjeluje u projektima digitalizacije kulturne baštine. Jedan od takvih projekata je izrada web aplikacije za prikaz na šetnici uz gradske zidine, vrijedan 8.000 eura. Ovaj projekt omogućuje posjetiteljima interaktivno iskustvo i bolje razumijevanje povijesti grada.

Također, Grad Senj potpisao je sporazum o suradnji s Nacionalnom i sveučilišnom knjižnicom u Zagrebu u okviru projekta "Hrvatska glagoljica – digitalizacija građe i uspostava digitalne zbirke", čime se doprinosi očuvanju i digitalnom pristupu kulturnoj baštini.

### **Širokopojasna infrastruktura**

Razvoj širokopojasne infrastrukture ključan je za daljnju digitalizaciju sustava javne uprave, obrazovanja i zdravlja. Uvođenjem vrlo visokokapacitetsnih mreža (VHCN), Grad Senj nastoji osigurati kvalitetan i pouzdan pristup internetu na svim lokacijama, što je preduvjet za implementaciju e-uprave, e-obrazovanja i telemedicine.

### **Obrazovanje i digitalne vještine**

Grad Senj sudjeluje u projektu PADRION, koji se fokusira na digitalne vještine, sukreaciju i transnacionalnu suradnju za dugoročni utjecaj. Projekt razvija alate poput Lokalnih digitalnih agendi i zajedničkih zajednica praksi, stvarajući replicabilni model za digitalnu transformaciju javnih uprava

Grad Senj poduzima značajne korake u procesu digitalizacije, usmjeren na modernizaciju javne uprave, kulturnih institucija i infrastrukture, čime se nastoji unaprijediti kvaliteta života građana i konkurentnost grad

### 2.6.1. Infrastruktura digitalne tehnologije

Destinacija Senj suočava se s izazovima i mogućnostima u razvoju digitalne infrastrukture. Analizom stanja utvrđeno je sljedeće:

**Tablica 11 Izazovi i mogućnosti u razvoju digitalne infrastrukture za destinaciju Senj**

<b>IZAZOVI</b>	<b>MOGUĆNOSTI</b>
Geografska složenost i teren	Senj se nalazi na primorskom području s brdovitim i neravnim terenom, što otežava postavljanje širokopoljnih mreža i optičkih kabela. Infrastrukturna ulaganja su skuplja i tehnički zahtjevnija.
Relativno mala populacija	Kao manji grad, Senj ima ograničen broj korisnika što može smanjiti komercijalnu isplativost velikih investicija telekom operatera u napredne digitalne mreže.
Ograničeni lokalni resursi i financije	Budžet lokalne uprave možda nije dovoljno velik da samostalno financira velike infrastrukturne projekte bez vanjske pomoći ili EU fondova.
Neravnomjerna dostupnost interneta	Iako su urbana područja dobro pokrivena, ruralni dijelovi i okolna sela još uvijek mogu imati slabiju pokrivenost i sporiji pristup internetu.
Nedostatak stručnog kadra	Održavanje i razvoj digitalne infrastrukture zahtijeva stručnjake za IT i telekomunikacije, koji nisu uvijek lako dostupni u manjem gradu.
<b>MOGUĆNOSTI</b>	
<b>Iskorištavanje EU fondova i nacionalnih programa</b>	Senj može aplicirati za sredstva iz Europskog fonda za regionalni razvoj, Kohezijskog fonda i drugih programa za modernizaciju širokopoljnih mreža i digitalizaciju javnih usluga
<b>Razvoj turističkog digitalnog ekosustava</b>	Digitalna infrastruktura može podržati pametni turizam – aplikacije za turističke informacije, virtualne ture, pametne info-panele i digitalne usluge za posjetitelje
<b>Uvođenje vrlo visokokapacitetsnih mreža (VHCN)</b>	Grad može investirati u izgradnju optičkih mreža koje će osigurati brzi i pouzdani internet, temelj za daljnju digitalnu transformaciju i razvoj digitalnih usluga
<b>Podrška lokalnim poduzećima i startupovima</b>	Digitalna infrastruktura može omogućiti razvoj novih digitalnih tvrtki, potaknuti rad od kuće i unaprijediti lokalno gospodarstvo.
<b>Digitalizacija javnih usluga i e-uprava</b>	Povećanje dostupnosti online usluga građanima i poduzetnicima smanjuje administrativne prepreke i ubrzava procese.
<b>Razvoj digitalnih vještina</b>	Edukacija građana i zaposlenika lokalne uprave o korištenju digitalnih alata omogućit će bolje korištenje dostupne infrastrukture i potaknuti digitalnu pismenost.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Senj ima solidan temelj za razvoj digitalne infrastrukture, ali treba prevladati izazove poput geografske složenosti i financijskih ograničenja. Ulaganja u širokopoljni internet, digitalne usluge i edukaciju mogu znatno unaprijediti kvalitetu života i gospodarski razvoj grada, osobito u turističkom i javnom sektoru.

#### 2.6.1.1. Digitalna povezanost

Digitalna povezanost grada Senja obuhvaća više ključnih područja: internetsku infrastrukturu, digitalizaciju javnih usluga, obrazovanje i e-učenje, turizam s digitalnim uslugama te e-zdravstvo. Iako su dostupni podaci ograničeni, moguće je sagledati stanje na temelju nacionalnih strategija i lokalnih inicijativa.

Tablica 12 Ključni aspekti digitalne povezanosti destinacije Senj

<b>Internetska povezanost</b>	Senj, kao manji grad u Hrvatskoj, suočava se s izazovima u pogledu širokopojasne internetske infrastrukture. Prema Strategiji digitalne Hrvatske do 2032., cilj je osigurati dostupnost mreža vrlo velikog kapaciteta za kućanstva i objekte javne namjene, što uključuje i ruralna područja poput Senja. Iako je Hrvatska ostvarila napredak u pokrivenosti mrežama velikog kapaciteta, još uvijek zaostaje za prosjekom EU-a, što može utjecati na digitalnu povezanost u Senju
<b>Digitalizacija javnih usluga</b>	Na nacionalnoj razini, Hrvatska je uvela sustav e-Građani, koji omogućuje pristup različitim digitalnim javnim uslugama. Međutim, prema izvješću HRT-a, Hrvatska se nalazi ispod prosjeka EU-a u digitalizaciji javne uprave, što ukazuje na potrebu za daljnjim unapređenjem. Za Senj, specifični podaci o implementaciji e-usluga nisu dostupni, ali se može pretpostaviti da građani imaju pristup osnovnim digitalnim uslugama putem nacionalnih platformi.
<b>Obrazovanje i e-učenje</b>	Senj sudjeluje u nacionalnom projektu e-Škole, koji ima za cilj povećati digitalnu zrelost škola. Projekt je omogućio školama pristup digitalnim alatima i sadržajima, čime se unaprijedila kvaliteta nastave i potaknulo razvoj digitalnih vještina kod učenika. Ova inicijativa doprinosi jačanju digitalne pismenosti i priprema učenike za tržište rada u digitalnom dobu
<b>Turizam i digitalne usluge</b>	Grad Senj prepoznaje važnost digitalizacije u turizmu što je vidljivo implementacijom AR Avanture Upoznaj Uskoka uživo - oživljavanje senjske povijesti i QR kodovima koji prati avanture <b>Crvenokose Zore</b> , fiktivnog lika iz romana <i>Crvena Zora i njezina družina</i> (njem. <i>Die rote Zora und ihre Bande</i> ) autora Kurta Helda, koji je postao vrijedan dio senjske kulturne i turističke priče. Takve inicijative doprinose modernizaciji turističke ponude i povećanju atraktivnosti destinacije.
<b>E-zdravstvo</b>	Hrvatska razvija strateški plan za e-Zdravstvo za razdoblje 2020.–2027., s ciljem digitalizacije zdravstvenih usluga i omogućavanja građanima pristup medicinskoj dokumentaciji putem interneta. Iako specifični podaci za Senj nisu dostupni, očekuje se da će stanovnici imati koristi od nacionalnih inicijativa u e-zdravstvu, uključujući elektroničke recepte i digitalne zdravstvene kartone

Senj pokazuje napredak u digitalnoj povezanosti kroz sudjelovanje u nacionalnim projektima i lokalne inicijative poput aplikacije AR avanture Upoznaj Uskoka uživo. Međutim, postoje područja za poboljšanje, posebno u pogledu internetske infrastrukture i potpune digitalizacije javnih usluga. Daljnja ulaganja i implementacija nacionalnih strategija ključni su za unapređenje digitalne povezanosti grada.

### 2.6.1.2. Pametni grad i destinacija

Destinacija Senj kontinuirano radi na digitalizaciji destinacije u cjelini i ima velik potencijal postati pametni grad (smart city) 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.

Destinacija Senj je napravila nekoliko koraka prema konceptu pametnog grada i destinacije:

- Aplikacija AR upoznaj Uskoka uživo koristi proširenu stvarnost za turističke ture po gradu
- Uključenje u e-Škole – digitalizacija obrazovanja u lokalnim školama.
- Osnovne e-usluge – pristup državnim servisima putem e-Građani.

Što treba poboljšati:

- Brži internet i 5G – proširiti brzu mrežnu infrastrukturu, posebno u prigradskim dijelovima.
- Pametni senzori i rasvjeta – uvesti sustave za upravljanje prometom, energijom i rasvjetom.
- Digitalna platforma za građane – razviti lokalnu aplikaciju ili web servis za prijavu problema, račune, obavijesti.
- Pametan turizam – proširiti AR i interaktivne sadržaje, digitalne vodiče i personalizirane turističke ponude.
- Zelene tehnologije – pametno upravljanje otpadom i energijom.

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

### ***2.6.1.3. Sustavi za upravljanje odnosima s turistima***

Prema dostupnim informacijama, Grad Senj trenutno ne koristi sustav za upravljanje odnosima s turistima (CRM). Nema dostupnih podataka koji bi ukazivali na implementaciju takvog sustava u lokalnoj turističkoj zajednici ili gradskoj upravi.

CRM sustavi omogućuju destinacijama da

- prikupljaju i analiziraju podatke o posjetiteljima
- personaliziraju komunikaciju i ponude
- poboljšaju korisničko iskustvo
- planiraju promociju i razvoj temeljen na stvarnim podacima

te bi za destinaciju Senj svakako bilo korisno (za unapređenje odnosa s turistima i digitalnu transformaciju destinacije):

- Uvesti osnovni CRM sustav – za prikupljanje i upravljanje podacima o posjetiteljima.
- Integrirati CRM s postojećim digitalnim alatima – poput aplikacije AR upoznaj Uskoka uživo i web stranica.
- Obučiti osoblje – za učinkovito korištenje CRM sustava i interpretaciju podataka.
- Koristiti podatke za personalizaciju ponude – kako bi se poboljšalo iskustvo posjetitelja i povećala lojalnost.

Implementacijom CRM sustava, Senj bi mogao bolje razumjeti potrebe svojih posjetitelja, optimizirati marketinške aktivnosti i unaprijediti ukupnu turističku ponudu.

### ***2.6.1.4. Online rezervacijski sustavi***

Prema dostupnim informacijama, destinacija Senj ne koristi objedinjeni online rezervacijski sustav koji bi centralizirao rezervacije smještaja, aktivnosti i drugih turističkih usluga. Trenutno se rezervacije odvijaju putem globalnih platformi poput Booking.com, Agoda i Expedia, gdje su ponuđeni pojedinačni smještajni

objekti i aktivnosti. Lokalna turistička zajednica na svojoj službenoj stranici VisitSenj.com ne nudi integrirani sustav za online rezervacije.

Oslanjanje destinacije Senj na vanjske platforme znači da:

- Nema centraliziranog pregleda dostupnih smještaja i aktivnosti u destinaciji.
- Manje kontrole nad korisničkim iskustvom i promocijom lokalnih ponuda.
- Ograničena mogućnost prikupljanja i analize podataka o posjetiteljima.

Implementacijom takvog sustava, Senj bi mogao poboljšati korisničko iskustvo, povećati vidljivost lokalnih ponuda i bolje upravljati turističkim resursima.

#### 2.6.1.5. Edukacija i digitalne vještine

Senj ima solidnu osnovu kroz školstvo, ali je nužno proširiti digitalne edukacije izvan škola, pogotovo za odrasle i sektor turizma. Jačanje digitalnih vještina podići će kvalitetu života, konkurentnost destinacije i olakšati razvoj pametnog grada.

Analizom stanja je utvrđeno slijedeće:

- Obrazovne ustanove i e-Škole:

Osnovna i srednja škola u Senju uključene su u nacionalni projekt e-Škole, koji osigurava digitalnu opremu i edukaciju nastavnika. Učenici imaju pristup digitalnim sadržajima, a škole koriste digitalne dnevnik i online alate.

- Digitalne vještine u općoj populaciji:

Nema specifičnih podataka za Senj, ali sukladno trendovima u manjim sredinama, razina digitalnih vještina kod odrasle populacije vjerojatno je niža od prosjeka.

Starija populacija i djelatnici u turizmu često imaju osnovne ili ograničene digitalne kompetencije.

- Ponuda edukacija:

Nedostatak formalnih programa za cjeloživotno učenje i digitalne radionice za građane, poduzetnike i zaposlenike u turizmu.

Nema vidljivih lokalnih inicijativa za jačanje digitalne pismenosti odraslih.

#### 2.6.1.6. Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga

Digitalna integracija u Senju pruža velike mogućnosti za razvoj turizma i lokalnog gospodarstva, ali zahtijeva edukaciju, tehničku podršku i koordinaciju među pružateljima usluga. Ulaganje u digitalne alate danas je nužno za konkurentnost destinacije.

Analizom destinacije Senj utvrđene su prednosti i izazovi digitalne integracije kako slijedi:

**Tablica 13 Prednosti i izazovi digitalne integracije u destinaciji Senj**

<b>PREDNOSTI</b>	<b>IZAZOVI</b>
<p><b>Veća vidljivost na tržištu</b> Pružatelji usluga (smještaj, restorani, izleti, suveniri) mogu doći do šire publike putem web stranica, Google Maps, društvenih mreža i OTA platformi (npr. Booking, Airbnb).</p>	<p><b>Niska razina digitalnih vještina</b> Mnogi pružatelji usluga, osobito starije dobi, nemaju znanja ili motivaciju za digitalne alate.</p>
<p><b>Povećanje prihoda</b></p>	<p><b>Ograničeni resursi</b></p>

Kroz online rezervacije i direktne digitalne kanale, smanjuju se troškovi posrednika i povećava broj direktnih gostiju.	Nedostatak novca za izradu web stranice, upravljanje društvenim mrežama ili oglašavanje.
<b>Bolja komunikacija s gostima</b> Mogućnost korištenja e-mail marketinga, chata i personaliziranih preporuka.	<b>Nepovezanost sustava</b> Nema objedinjene lokalne digitalne platforme koja bi centralizirala ponudu Senja.
<b>Praćenje korisničkog iskustva i povratnih informacija</b> Kroz recenzije i ocjene na online platformama moguće je brzo reagirati na potrebe i poboljšati uslugu.	<b>Ovisnost o globalnim platformama</b> Booking, Airbnb i slični sustavi uzimaju visoke provizije i smanjuju direktnu kontrolu nad klijentima.
<b>Digitalno oglašavanje i promocija</b> Ciljano oglašavanje na društvenim mrežama i Google Ads za privlačenje turista.	<b>Slabija internetska infrastruktura u nekim dijelovima</b> Posebno izvan centra grada.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### 2.6.2. Sigurnost i privatnost

Analizom provedenom na temelju primarnih i sekundarnih izvora može se zaključiti da je Senj sigurna destinacija u fizičkom smislu, ali i da digitalna sigurnost i zaštita privatnosti zahtijevaju unapređenje.

**Tablica 14 Analiza sigurnosti i privatnosti u destinaciji Senj**

Vrsta sigurnosti	Objašnjenje
<b>Fizička sigurnost</b>	Senj je općenito mirna i sigurna destinacija, s niskom stopom kriminala. Policijska postaja pokriva grad i okolna naselja te osigurava javni red, osobito tijekom turističke sezone. Infrastruktura za nadzor javnih površina (kamere, osvjetljenje) postoji, ali nije opsežno razvijena.
<b>Kibernetička sigurnost i privatnost</b>	Većina lokalnih iznajmljivača i poduzeća koristi osnovne digitalne alate (društvene mreže, e-mail), ali razina zaštite podataka često je niska. Nema naznaka da postoji lokalni nadzor nad usklađenošću s GDPR-om, niti edukacija o zaštiti privatnosti turista. Wi-Fi mreže u smještaju često nisu zaštićene kvalitetnom enkripcijom (lozinke, enkripcija WPA2/WPA3).
<b>Turisti i privatnost</b>	Turisti često koriste javne Wi-Fi mreže (u kafićima, hotelima) bez svijesti o rizicima. Nema centraliziranog upozorenja ili preporuka o sigurnom korištenju interneta za posjetitelje. Aplikacije poput "Senia" koje koriste AR tehnologiju trebaju jasno komunicirati pravila privatnosti i obradu podataka.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Edukacija, tehnička podrška i usklađenost s GDPR-om ključni su koraci za zaštitu lokalnog stanovništva i turista u digitalnom dobu.

### 2.6.2.1. Kibernetička sigurnost

Kao i u većini manjih gradova u Hrvatskoj kibernetička sigurnost u Senju je niska do umjerena, s nizom slabih točaka koje bi mogle ugroziti turiste, lokalno gospodarstvo i digitalnu reputaciju destinacije.

**Tablica 15 Procjena kibernetičke sigurnosti u destinaciji Senj**

<b>Niska razina svijesti i znanja</b>	Lokalne institucije, poduzetnici i građani u pravilu nemaju specijalizirano znanje o kibernetičkoj sigurnosti. Većina subjekata u turizmu koristi osnovne IT alate bez dodatnih mjera zaštite (npr. antivirus, firewall, dvofaktorska autentifikacija).
<b>Nepotpuna zaštita web stranica i servisa</b>	Mnoge lokalne web stranice (smještaja, obrta) nemaju HTTPS certifikate ili redovito održavanje. Podaci korisnika (turista) mogu biti izloženi riziku kod rezervacija ili kontakt obrazaca
<b>Wi-Fi mreže u ugostiteljstvu i turizmu</b>	Često slabo zaštićene (loše lozinke, otvorene mreže). Turisti koriste nesigurne mreže za pristup bankama, e-mailu, rezervacijama
<b>Nema lokalne strategije ili tima za kibernetičku sigurnost</b>	Destinacija Senj nema definiran lokalni plan odgovora na kibernetičke incidente niti odgovornu osobu ili tim.
<b>Nepripremljenost na prijetnje (ransomware, phishing, krađa podataka)</b>	Mala poduzeća i obrti nisu pripremljeni na prijetnje kao što su krađa podataka turista, gubitak rezervacija ili lažni mailovi.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

U kontekstu nacionalne Strategije kibernetičke sigurnosti (RH 2022.–2026.), gradovi i lokalne samouprave su pozvani da:

- Razviju vlastite strategije kibernetičke sigurnosti
- Implementiraju sigurnosne mjere u skladu sa zakonima i preporukama Nacionalnog centra za kibernetičku sigurnost (NKCS)

pa se u narednom razdoblju može očekivati poboljšanje u navedenom području.

Senj kao turistička destinacija mora ozbiljno pristupiti kibernetičkoj sigurnosti kako bi zaštitio turiste, digitalnu infrastrukturu i lokalne poduzetnike. Ulaganja u znanje, alate i protokole nisu velika, ali su ključna za očuvanje povjerenja i sigurnosti u digitalnom dobu.

### 2.6.2.2. Usklađenost s regulativama

Usklađenost destinacije Senj sa regulativama učinjena je u formu osnovne procjene prema dostupnim javnim praksama i uobičajenim pokazateljima.

**Tablica 16 Osnovna procjena usklađenosti destinacije Senj s GDPR-om**

Element	Procjena	Obrazloženje
<b>Službenik za zaštitu podataka (DPO)</b>	Djelomično	Na web stranici Grada Senja i Turističke zajednice grada Senja nema jasno navedenog DPO-a ili njegovih kontakt podataka ali na obje stranice postoji obrazac za pravo na pristup informacijama

<b>Politika privatnosti</b>	Ograničeno	TZ Senj i Grad Senj nemaju lako dostupnu politiku privatnosti na vidljivom mjestu. Ako je i postoji, nije jasno istaknuta, što nije u skladu s načelima transparentnosti (GDPR Članak 12.).
<b>Kolačići i web stranica</b>	Djelomično	Web stranice ne prikazuju uvijek transparentan kolačić banner koji omogućuje selektivan pristanak, što je obavezno prema GDPR-u i ePrivacy direktivi.
<b>Obrađivanje osobnih podataka turista (npr. newsletter, upiti)</b>	Nejasno	Ako se nudi newsletter ili kontakt forma, nema jasne obavijesti o svrsi obrade, pravnoj osnovi, ni mogućnosti povlačenja privole.
<b>Video nadzor javnih površina</b>	Nema javno dostupnih informacija	Ako grad Senj koristi videonadzor, mora imati vidljive oznake i poštivati proporcionalnost. To zasad nije javno komunicirano.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

TZ Senj prikuplja osobne podatke sukladno uputi HTZ-a o načinu prikupljanja osobnih podataka.

## 2.7. ANALIZA STANJA PRISTUPAČNOSTI DESTINACIJE OSOBAMA S INVALIDITETOM

Destinacija Senj ima definirane osnovne infrastrukturne elemente pristupačnosti za osobe s invaliditetom, poput prilagođenih pristupa javnim prostorima i nekih objekata, ali ukupna pristupačnost nije u potpunosti razvijena i koordinirana. Nedostaju jasne informacije i standardizirani sadržaji za osobe s posebnim potrebama, a u pogledu turističke ponude i prijevoza pristupačnost je ograničena. Da bi Senj bio u potpunosti pristupačna destinacija, potrebno je dodatno ulaganje u prilagodbu objekata, poboljšanje informiranja i osiguranje podrške osobama s invaliditetom.

### 2.7.1. Fizička pristupačnost

Procjena fizičke pristupačnosti osoba s invaliditetom u destinaciji Senj pokazuje da:

- Javni prostori i ulice u centru grada djelomično su prilagođeni — neke pločnike i pristupne rampe postoje, ali su nepotpuno povezani, što otežava kretanje osobama u kolicima ili s poteškoćama u hodu.
- Javni prijevoz u Senju nema dovoljno prilagođenih vozila za osobe s invaliditetom, što ograničava mobilnost.
- Javne ustanove i turistički objekti uglavnom nemaju potpune prilagodbe (kao što su pristupni ulazi, prilagođeni sanitarni čvorovi ili dizala), što smanjuje njihovu dostupnost.
- Plaže i rekreacijski sadržaji nisu u potpunosti prilagođeni osobama s invaliditetom, bez specifičnih uređaja ili pomoćne opreme za pristup vodi.

Sve u svemu, fizička pristupačnost u Senju je djelomična i zahtijeva investicije i planiranje kako bi destinacija postala u potpunosti dostupna osobama s različitim vrstama invaliditeta

### 2.7.2. Komunikacijska pristupačnost

Komunikacijska pristupačnost u destinaciji Senj je trenutno ograničena, s nedovoljno prilagođenim digitalnim sadržajima i informacijama za osobe s invaliditetom. Web stranice i informacijski materijali

često nisu dostupni osobama s oštećenjem vida ili sluha, a fizička signalizacija i podrška osoblju za učinkovitu komunikaciju također su nedovoljni.

**Tablica 17 Procjena komunikacijske pristupačnosti destinacije Senj**

<b>Web stranice i digitalni sadržaji</b>	Službene web stranice Grada Senja i Turističke zajednice nemaju uvijek jasne prilagodbe za osobe s oštećenjem vida (npr. tekstualni opisi slika, kontrast boja, opcije za povećanje fonta, podrška za čitače ekrana).
<b>Informacijski materijali</b>	Nedostatak dostupnih verzija na Brailleu, u jednostavnom jeziku ili u audio formatu smanjuje pristupačnost informacijama.
<b>Fizički info punktovi i signalizacija</b>	Oznake na javnim mjestima često nisu prilagođene osobama s oštećenjem vida ili sluhanja (nema taktilnih ili zvučnih znakova).
<b>Osoblje i komunikacija uživo</b>	Nema dovoljno obučenog osoblja koje je spremno i osposobljeno za komunikaciju s osobama s različitim vrstama invaliditeta (npr. znakovni jezik, jasna artikulacija).

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Potrebne su ciljane aktivnosti u komunikacijsku pristupačnost, edukaciju osoblja i razvoj dostupnih informacija kako bi destinacija postala inkluzivnija.

### 2.7.3. Pristupačnost usluga

Pristupačnost usluga osobama s invaliditetom u destinaciji Senj je još uvijek nedovoljno razvijena. Mnoge usluge, uključujući turističke, ugostiteljske i javne, nemaju potpuno prilagođene sadržaje i podršku za osobe s različitim vrstama invaliditeta. Nedostatak specijalizirane opreme, nedovoljna obuka osoblja te ograničena dostupnost informacija smanjuju mogućnost potpune uključenosti i samostalnosti korisnika s invaliditetom. Potrebno je sustavno ulaganje i koordinacija kako bi se usluge učinile pristupačnijima i inkluzivnijima.

### 2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost

Društvena i kognitivna pristupačnost u destinaciji Senj je trenutno ograničena i nedovoljno razvijena. Postoji mali broj prilagođenih sadržaja i usluga za osobe s kognitivnim teškoćama, a svijest lokalne zajednice o njihovim potrebama nije dovoljno izražena. Nedostaju edukativni programi i podrška za inkluzivno sudjelovanje u društvenim i kulturnim aktivnostima, što otežava punu integraciju osoba s kognitivnim i drugim vrstama invaliditeta. Potrebno je raditi na povećanju osviještenosti, edukaciji i razvoju specifičnih prilagodbi kako bi se stvorilo inkluzivnije okruženje.

## 2.8. ANALIZA ORGANIZIRANOSTI I DOSTUPNOSTI USLUGA U DESTINACIJI

Organiziranost i dostupnost usluga u destinaciji Senj karakterizira osnovna struktura turističkih i javnih usluga, no postoji prostor za značajna poboljšanja. Usluge su uglavnom raspoređene u centralnim dijelovima grada, što olakšava pristup posjetiteljima, ali vanjski dijelovi destinacije često nemaju adekvatnu

povezanost ili dostupnost. Organizacijski kapaciteti postoje, ali nisu uvijek usklađeni s potrebama svih korisnika, posebno osoba s invaliditetom. Nedostatak integriranih informacija i jedinstvenog pristupa u pružanju usluga otežava jednostavnu orijentaciju i korištenje ponude. Poboljšanja u koordinaciji između turističkih subjekata, javne uprave i lokalne zajednice mogu povećati dostupnost i kvalitetu usluga, čineći destinaciju pristupačnijom i privlačnijom za širi krug posjetitelja.

Tablica 18 Strukturirana analiza organiziranosti turističkih usluga u destinaciji Senj

segment	prednosti	nedostatci
<b>Smještaj</b>	Postoji raznolika ponuda smještaja: obiteljski hoteli, apartmani i kampovi	Nedostatak luksuznijih i specijaliziranih smještajnih objekata; ograničena ponuda za veće skupine
<b>Restorani i ugostiteljstvo</b>	Dobro razvijena ponuda lokalne i tradicionalne hrane; prisutne su različite vrste ugostiteljskih objekata.	Nedovoljna pripremljenost za veće grupe turista; nedostatak online rezervacija i modernih digitalnih usluga
<b>Aktivnosti i atrakcije</b>	Raznolike aktivnosti na otvorenom (plaže, šetnice, kulturne znamenitosti).	Nedostatak specijaliziranih i organiziranih turističkih programa za ciljane skupine (npr. avanturistički turizam).
<b>Informacije i turizam</b>	Turistički info centri dostupni u središtu destinacije	Nedovoljno razvijena online prisutnost i nedostatak objedinjene, lako dostupne informacije za posjetitelje.
<b>Koordinacija i partnerstva</b>	Postoji Turistička zajednica Senja koja aktivno promovira destinaciju	Slaba integracija lokalnih turističkih subjekata; nedostatak koordinacije u zajedničkim marketinškim aktivnostima.
<b>Online prisutnost i digitalizacija</b>	Neki turistički subjekti aktivni su na društvenim mrežama	Općenito slabija digitalna prisutnost, neoptimizirane web stranice i nedostatak online rezervacijskih sustava.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Destinacija Senj ima solidne temelje u turističkoj ponudi i aktivnostima, ali organiziranost usluga pati zbog nedostatka koordinacije među pružateljima usluga i slabije digitalne prisutnosti. Poboľšanja u online dostupnosti, modernizaciji rezervacijskih sustava i većoj suradnji između aktera mogli bi značajno unaprijediti cjelokupni turistički doživljaj i dostupnost usluga.

## 2.9. ANALIZA STANJA I POTREBA LJUDSKIH POTENCIJALA

Prema podacima iz publikacije "Turizam u Hrvatskoj 2024." Ekonomski institut Zagreb, u 2022. godini u Hrvatskoj je bilo 30.419 turističkih poduzeća koja su zapošljavala 121.341 radnika. Turizam čini 13,4% ukupnog broja poduzeća u zemlji i 10,8% ukupne zaposlenosti u poduzetničkom sektoru.

Ljudski potencijali ključni su za razvoj i konkurentnost turističke destinacije. U destinaciji Senj, kao i u cijeloj Hrvatskoj, prisutan je značajan problem s nedostatkom radne snage, posebno u sektorima turizma i ugostiteljstva. Unatoč rastućem broju turista i poslovnim rezultatima, poslodavci se suočavaju s poteškoćama u pronalasku dovoljnog broja kvalificiranih radnika zbog niskih plaća, zahtjevnih uvjeta rada i smanjenog interesa mladih za struke povezane s turizmom.

### 2.9.1. Istraživanje trenutnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu

Analizom trenutnih potreba poslodavaca u sektoru turizma i ugostiteljstva u destinaciji Senj u 2024. godini, uočava se nekoliko ključnih izazova i potreba:

#### 1. Nedostatak kvalificirane radne snage

S obzirom na povećanje broja turista i produženu turističku sezonu, poslodavci u Senju suočavaju se s nedostatkom kvalificirane radne snage, posebno u ugostiteljstvu, smještajnim objektima i turističkim agencijama. Prema izvješću Ekonomski institut Zagreb, u 2024. godini prosječna neto plaća u sektoru smještaja i ugostiteljskih usluga iznosila je 1.077 eura, što je povećanje od 11% u odnosu na prethodnu godinu.

Ekonomski institut, Zagreb

#### 2. Sezonalnost zapošljavanja

Iako je turistička sezona u Senju produžena, zapošljavanje u turizmu i ugostiteljstvu i dalje je izrazito sezonsko. Poslodavci često imaju poteškoća u pronalaženju radne snage tijekom vršnih mjeseci, što utječe na kvalitetu usluge i operativnu učinkovitost.

#### 3. Potrebna ulaganja u obuku i razvoj zaposlenika

Poslodavci prepoznaju potrebu za kontinuiranim obrazovanjem i obukom zaposlenika kako bi se unaprijedila kvaliteta usluge i zadovoljstvo gostiju. Međutim, postoje ograničeni resursi i infrastruktura za provedbu takvih programa, što može ograničiti njihov učinak.

#### 4. Digitalizacija i pristupačnost usluga

Iako postoji napredak u digitalizaciji, mnogi poslovni subjekti u Senju još uvijek nisu u potpunosti integrirali moderne tehnologije u svoje poslovanje. To uključuje nedostatak online rezervacijskih sustava, slabiju prisutnost na društvenim mrežama i manjak digitalnih marketinških strategija.

Iako turizam ima važnu ulogu u lokalnom gospodarstvu, sektor se suočava s brojnim izazovima, osobito u području ljudskih resursa.

Tablica 19 Stanje i izazovi potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu u destinaciji Senj

STANJE	IZAZOVI
<b>Kvaliteta i struktura radne snage</b> <b>Sezonalnost zaposlenja:</b> Turistička sezona u Senju je kratka, što znači da je većina radnih mjesta sezonska.	Strukturni izazovi <b>Nedostatak lokalne turističke obrazovne infrastrukture</b> (npr. škola, tečajeva, programa osposobljavanja). <b>Nedovoljna suradnja između privatnog sektora i obrazovnih institucija.</b>
<b>Nedostatak kvalificirane radne snage:</b> Nedostaje educirano osoblje u ugostiteljstvu, animaciji, turističkom vođenju i menadžmentu.	<b>Demografski izazovi</b> Odlazak mladih iz Senja i okolice. Nisko zanimanje za turistička zanimanja među lokalnim stanovništvom.
<b>Starenje radne snage</b> Mladi često sele u veće gradove ili u inozemstvo, što dovodi do manjka mladih kadrova.	Organizacijski i upravljački izazovi Nepostojanje strategije razvoja ljudskih resursa u turizmu na razini destinacije. Slaba promocija karijera u turizmu.
<b>Nedostatak formalne edukacije</b> Mali broj lokalnog stanovništva je završio formalno obrazovanje iz područja turizma ili srodnih sektora.	Sezonski izazovi Kratka turistička sezona dovodi do nesigurnosti zapošljavanja. Nema dovoljno atrakcija koje bi privukle turiste izvan glavne sezone (svibanj–rujan).
<b>Dostupnost radne snage</b> <b>Ovisnost o sezonskim radnicima iz drugih regija:</b> Lokalno stanovništvo često ne može zadovoljiti potrebe tržišta rada.	
<b>Niska mobilnost radne snage:</b> Problemi s prijevozom, smještajem i infrastrukturom dodatno ograničavaju privlačenje radnika.	
<b>Motivacija i zadovoljstvo</b> <b>Niske plaće i uvjeti rada:</b> Sezonski radnici često rade pod lošim uvjetima, s prekovremenim satima i bez jasnih prilika za napredovanje.	
<b>Nedostatak kontinuiranog usavršavanja:</b> Ne postoje sustavi edukacije i osposobljavanja na lokalnoj razini.	

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### 2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika

Senj, kao manja jadranska destinacija s bogatom povijesno-kulturnom baštinom i prirodnim potencijalom, sve češće postaje predmet interesa međunarodnih dionika — investitora, turoperatora, agencija, udruga, EU projekata i individualnih partnera.

Interes za destinaciju Senj i percepcija destinacije Senj ( procjena prema primarnim i sekundarnim izvorima, za konkretne podatke bilo bi upitno provesti anketiranje).

Pozitivne strane destinacije

- Neiskvarenost i autentičnost destinacije.
- Dobra lokacija između Kvarnera i Dalmacije.

- Kulturno-povijesne znamenitosti (Tvrđava Nehaj, uskočka tradicija, bura).
- Potencijal za razvoj outdoor i kulturnog turizma.

Negativne strane / izazovi:

- Nedovoljno poznata destinacija na međunarodnom tržištu.
- Slaba infrastruktura (posebno smještaj višeg standarda).

**Tablica 20 Okvirni popis potreba međunarodnih dionika**

Potreba	Detalji
Kvalitetna turistička infrastruktura	Smještaj 3+ i 4* s međunarodnim standardima, kongresne sale, eko-certificirani objekti
Lokalni partneri za zajedničke projekte	Pouzdani lokalni DMC-i, pružatelji usluga, vodiči
Jasna razvojna strategija destinacije	Postojanje turističke vizije i dugoročnog plana razvoja
Podrška javne uprave	Otvorenost za partnerstva, brza administracija, jasni uvjeti ulaganja
Održivost i autentičnost	Interes za ulaganja u projekte niskog utjecaja na okoliš i lokalnu zajednicu
Digitalna podrška i promocija	Dostupni digitalni alati za promociju, marketing kampanje na stranim tržištima

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Ključne prepreke za suradnju:

- Nedostatak kvalificirane radne snage
- Percepcija o Senju kao "tranzitnoj" destinaciji bez jasno komunicirane ponudu koja bi u svijesti turista stvorila sliku o vrijednostima i ponudi destinacije.

## 2.10. ANALIZA KOMUNIKACIJSKIH AKTIVNOSTI

Komunikacija je ključna za uspjeh turističke destinacije jer oblikuje percepciju, informira posjetitelje i gradi povjerenje. Kroz učinkovitu komunikaciju destinacija može jasno prenijeti svoju ponudu, vrijednosti i autentičnost te privući ciljane tržišne segmente. Osim promocije, dobra komunikacija s turistima, partnerima i lokalnom zajednicom omogućuje bolju koordinaciju, iskustvo i lojalnost gostiju.

### 2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

**Analiza stanja:**

Prema analizi stanja destinacija Senj koristi slijedeće komunikacijske kanale:

**Tablica 21 Pregled komunikacijskih kanala koji se koriste u destinaciji Senj**

		DA	NE
<b>Tradicionalne komunikacijske aktivnosti</b>	Tiskani materijali		
	Oglašavanje u medijima		
	Sajmovi i konferencije		

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

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Uspješne komunikacijske aktivnosti u turizmu zahtijevaju multikanalni 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

Digitalna prisutnost destinacije ključna je za vidljivost na tržištu, privlačenje turista i kvalitetnu komunikaciju s posjetiteljima prije, tijekom i nakon putovanja. U kontekstu sve veće ovisnosti o online kanalima, analizirano je trenutno digitalno stanje destinacije Senj kako bi se utvrdile prednosti, slabosti i mogućnosti poboljšanja.

**Tablica 22 Zapažene prednosti i slabosti digitalnog prisustva destinacije Senj**

	prednosti	slabosti
Web stranica destinacije	Postoji službena web stranica TZ Senj. Prisutne osnovne informacije o atrakcijama, događanjima i smještaju. Verzije na nekoliko jezika	Dizajn zastario i neprilagođen mobilnim uređajima (slaba responzivnost). Ograničena interaktivnost – nema integriranih karata, personalizacije, chatbotova.

		Nedostatak SEO optimizacije (slabo rangiranje na Googleu za ključne pojmove poput "Senj Croatia", "Nehaj fortress"). Slaba povezanost s društvenim mrežama i Booking/TripAdvisor platformama.
Društvene mreže	Profili na Facebooku i djelomično na Instagramu.  Objavljuju se lokalne vijesti i događanja (posebno tijekom ljetne sezone).	Nedostatak strategije objavljivanja – neredovitost, niska razina angažmana. Vizualno i stilski neujednačen sadržaj. Izostanak korištenja reelsa, storyja i plaćenih kampanja. Nepostojeći profili na TikToku, YouTubeu (izuzev neslužbenih videa), LinkedInu (za profesionalne kontakte).
Online platforme i recenzije	Lokacije i atrakcije (npr. Tvrđava Nehaj) prisutne su na Google Maps i TripAdvisoru.	Nedovoljno kvalitetnih recenzija i fotografija. Mnogi smještajni objekti i restorani nemaju ažurirane profile ili profesionalne opise. Loša povezanost destinacijskih profila s lokalnim pružateljima usluga.
Digitalna promocija i kampanje	/	Ne postoje strukturirane digitalne kampanje za međunarodno tržište. Turistički promotivni materijali (brošure, vodiči) rijetko su dostupni u digitalnom, interaktivnom obliku (npr. PDF + video + karta).

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Ključne slabosti digitalnog prisustva destinacije Senj:

- Web - Zastarjeli dizajn, loša mobilna verzija, SEO manjkav
- Društvene mreže - Niska aktivnost, bez strategije, nedostatak TikToka i YouTubea
- Recenzije - slaba uprava online reputacijom
- Kampanje - neaktivne ili nepostojeće digitalne promotivne aktivnosti

**Tablica 23 Analiza digitalnog prisustva destinacije Senj**

		DA	NE
<b>Web stranica TZ Senj</b>	Dizajn i funkcionalnost		
	Sadržaj		
	SEO optimizacija		
	Call to action (CTA):		
<b>Društvene mreže</b>	Facebook		
	Instagram		
	TikTok:		
	YouTube		
	Konzistentnost i angažman		
<b>Online marketing</b>	Google Ads i plaćeno oglašavanje		
	Retargeting kampanje		
	Influencer marketing		
<b>E-reputacija</b>	Odgovaranje na recenzije		
	Praćenje recenzija		
<b>Korištenje novih tehnologija</b>	Mobilne aplikacije		

	Virtualne ture i 360° video		
--	-----------------------------	--	--

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### 2.10.3. Analiza offline aktivnosti

Offline oglašavanje je i dalje vrijedan alat za promociju turističke destinacije, osobito kada se cilja na publiku koja koristi tradicionalne medije ili je već fizički u regiji. Najveći učinak postiže se kada je usmjereno, vizualno privlačno i integrirano s online kampanjama.

Zašto je offline oglašavanje i dalje važno za turističke destinacije?

1. Doseg publike koja nije stalno online - starije generacije i turisti iz određenih zemalja (npr. dio Austrijanaca, Talijana, Čeha) još uvijek se više oslanjaju na klasične medije poput tiskanih vodiča, časopisa, televizije ili turističkih sajmovova.
2. Povjerenje i kredibilitet - tiskani materijali (brošure, mape, časopisi) i TV oglasi često se percipiraju kao pouzdaniji i profesionalniji.
3. oglašavanje u specijaliziranim turističkim magazinima i vodičima (npr. Lonely Planet, Merian, ADAC) jača kredibilitet destinacije.
4. Prisutnost na turističkim sajmovima - sajmovi (ITB Berlin, WTM London, f.re.e München) omogućuju osobni kontakt s turoperatorima i turistima, što je iznimno važno za izgradnju odnosa. Distribucija tiskanih promotivnih materijala tijekom sajmova ostaje vrlo učinkovita.
5. Lokalne promotivne aktivnosti - plakati, jumbo plakati, info panoi na cestama, odmorištima, benzinskim postajama i granicama mogu privući pažnju putnika u pokretu.
6. Oglašavanje u autobusima, vlakovima, trajektima ili zračnim lukama može utjecati na odluku o posjetu u zadnji čas.

Suplement digitalnim kanalima - offline oglašavanje često pojačava učinak digitalnog marketinga – primjerice, ljudi vide plakat pa kasnije pretraže više informacija online. Idealno je koristiti kombinirani pristup (omnichannel) za maksimalni doseg.

**Tablica 24 Analiza offline aktivnosti destinacije Senj**

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

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Offline aktivnosti TZ Senj 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 Senju 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

Suradnja s medijima ključna je za povećanje vidljivosti destinacije, izgradnju pozitivnog imidža i doseg do ciljnih skupina na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Kroz medijske partnere, Senj može plasirati svoje turističke priče, događaje i posebnosti široj publici, čime se potiče interes i dolazak turista.

**Tablica 25 Analiza suradnje s medijima destinacije Senj**

vrsta medija	analiza
<b>Lokalni mediji</b>	Senj ima redovitu suradnju s lokalnim novinama, radijem i portalima (npr. Novi List, Radio Senj, Senjski Glas). Ovi mediji pokrivaju lokalne manifestacije, novosti i turističke sadržaje, ali uglavnom su ograničeni na lokalnu/regionalnu publiku
<b>Regionalni mediji</b>	Suradnje s regionalnim medijima u Kvarnerskoj regiji i Ličko-senjskoj županiji su povremene i često se odnose na veće manifestacije i projekte (karneval, ljetne priredbe).
<b>Nacionalni mediji</b>	Ograničen broj objava u hrvatskim nacionalnim medijima (TV, tisak, online portali). Suradnja nije sistematska niti strateški planirana.
<b>Međunarodni mediji</b>	Suradnja s međunarodnim turističkim magazinima i portalima gotovo ne postoji ili je vrlo minimalna. Nema redovite komunikacije ni organizacije fam tripova za strane novinare ili blogere

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Postojeće suradnje destinacije Senj upućuju na nekoliko pozitivnih aspekata poput toga da lokalni i regionalni mediji pružaju brz i autentičan kanal za informiranje lokalne zajednice i potencijalnih domaćih turista, da se stvara pozitivan publicitet o tradicionalnim događajima i povijesnim znamenitostima kao i da se otvara mogućnost promocije kroz specijalizirane turističke priloge.

Slabosti se mogu kumulativno izraziti kroz nedostatak strateškog pristupa i planiranja medijskih kampanja, slabu koordinaciju između turističke zajednice i medijskih partnera, ograničen doseg izvan lokalnog i regionalnog područja, nedovoljno iskorišten potencijal digitalnih i međunarodnih medija te izostanak kontinuiranih aktivnosti za privlačenje medijskih pokrivenosti tijekom cijele godine.

Suradnja destinacije Senj s medijima je danas na zadovoljavajućoj razini lokalnog i dijelom regionalnog doseg, ali postoji veliki prostor za razvoj sustavnog i strateškog odnosa s medijima, posebice u nacionalnom i međunarodnom kontekstu. Jačanjem tih veza, Senj može značajno povećati svoju prepoznatljivost i privući nove turističke segmente.

### 2.10.5. Analiza mogućnosti prikupljanja informacije za turiste

Ne postoji izvor informacija o izvorima, ključnim porukama i učestalosti distribucije informacija temeljem kojih turisti dolaze u destinaciju Senj 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.

Navedeno će se provoditi u narednom razdoblju kako bi se adekvatnije definirale marketinške kampanje i znalo u kojem smjeru usmjeriti marketinške aktivnosti.

## 2.11. ANALIZA KONKURENCIJE

Za ocjenu tržišne pozicije destinacije Senj potrebno je definirati konkurentski krug destinacija sličnih obilježja prema turističkim proizvodima i tržišnim segmentima koje privlače. Senj je priobalna destinacija s bogatom poviješću, tvrđavom Nehaj, poznatim karnevalom i jakim utjecajem bure. Nalazi se na prijelazu između Kvarnera i Dalmacije te ima specifičan spoj morske i planinske klime.

### 2.11.1. Identifikacija konkurentskih destinacija

Senj se suočava s konkurencijom s obje strane – iz pravca Kvarnera i Sjeverne Dalmacije, kao i od manjih gradova s povijesnom i outdoor ponudom. Da bi ostao konkurentan, Senj treba jasno definirati i promovirati svoje specifičnosti: tvrđava Nehaj, jaka bura, povijest uskoka, blizina Velebita i autentičnost lokalne zajednice.

**Tablica 26 Identifikacija konkurentskih destinacija destinaciji Senj**

Kategorija konkurencije	primjer destinacije
Manji priobalni gradovi s bogatom poviješću i kulturnom baštinom	Primjeri: Novi Vinodolski, Crikvenica, Karlobag Slična arhitektura, manji obalni gradovi s kulturnim manifestacijama i lokalnom atmosferom
Destinacije s jakim vjetrovima i outdoor potencijalom (surfanje, planinarenje)	Primjeri: Pag (posebno područje oko Povljane), Velebitski podnožji (npr. Starigrad-Paklenica) Konkurencija u segmentu aktivnog i avanturističkog turizma (biciklizam, planinarenje, bura kao doživljaj).
Gradovi uz jadransku magistralu na prijelazu regija	Primjeri: Rab (grad Rab), Obrovac, Skradin Privlače sličan promet turista u tranzitu ili na proputovanju.
Destinacije s jakim ljetnim manifestacijama i karnevalima	Primjeri: Rijeka (međunarodni karneval), Crikvenica, Pag (Zrće – ljetni festivali) Konkuriraju u kontekstu događajnog turizma i ljetnih zabavnih sadržaja.
Manje destinacije koje povezuju planinu i more	Primjeri: Baška na Krku, Karlobag, Sveti Juraj Nude sličan doživljaj blizine mora i Velebita, što je ključna prednost i Senja.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### 2.11.2. Direktna konkurencija

Direktna konkurencija odnosi se na destinacije, proizvode ili usluge koje ciljaju istu ciljnu skupinu i nude sličnu ponudu kao destinacija Senj — po funkciji, cijeni, lokaciji ili iskustvu. U kontekstu turizma, to znači destinacije koje nude sličan tip odmora, sadržaje i iskustva turistima koji bi mogli birati između Senja i konkurencije.

**Tablica 27 Identifikacija direktne konkurencije destinaciji Senj**

Turističko odredište	Tip turizma	Zašto je konkurencija?
<b>Novi Vinodolski</b>	Obiteljski, kulturni, ljetni turizam	Blizina Senju, slična priobalna arhitektura, manifestacije, plaže i obiteljski sadržaji.
<b>Crikvenica</b>	Obiteljski, zdravstveni, kupališni	Popularna rivijera s jakim ljetnim sadržajima i sličnim profilom gostiju.
<b>Karlobag</b>	Aktivni, kulturni, tranzitni turizam	Također povezuje more i Velebit, slična konfiguracija terena i turistička ponuda.
<b>Starigrad Paklenica</b>	Outdoor, avanturistički, aktivni turizam	Nudi more + planinu (Velebit), konkurira u planinarskom i aktivnom turizmu.
<b>Baška (otok Krk)</b>	Obiteljski, aktivni, kulturni turizam	Slično kulturno-povijesno nasljeđe, blizina Velebita, plaže i prirodne ljepote.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

### 2.11.3. Indirektna konkurencija

Indirektna konkurencija odnosi se na destinacije koje ne nude istu vrstu turizma, ali ciljaju istu ciljnu skupinu ili zadovoljavaju istu potrebu turista na drugačiji način. Indirektni konkurent nije sličan, ali može zamijeniti ponudu Senja u očima turista.

**Tablica 28 Identifikacija indirektna konkurencije destinaciji Senj**

Turističko odredište	Tip atrakcije	Zašto je konkurencija?
<b>Plitvička jezera</b>	Prirodna atrakcija / Nacionalni park	Iako nema more, privlači iste turiste željne prirode, aktivnog odmora i fotografiranja.
<b>Zagreb</b>	Urbana atrakcija / Kultura & vikend	Grad idealan za kratki odmor, kulturna događanja i vikend putovanja – alternativa Senju.
<b>Zadar</b>	Povijesni grad / Mediteranska atmosfera	Nudi povijest i more, ali u većem gradskom i urbanijem kontekstu.
<b>NP Paklenica</b>	Planinarenje / Avantura	Slično cilja ljubitelje prirode i aktivnog turizma, ali bez kombinacije mora kao u Senju.

<b>Bled (Slovenija)</b>	Jezero / Aktivni i romantični turizam	Alternativa za domaće i strane turiste koji traže prirodu i mir – drugačiji ambijent, ista svrha.
<b>Pazin (Istra)</b>	Unutrašnjost / Speleo i eko turizam	Nema more, ali nudi slične oblike aktivnosti u prirodi i lokalne doživljaje.

Izvor: primarno i sekundarno istraživanje

Ove destinacije su direktni konkurenti Senju jer nude sličnu kombinaciju mora, povijesti i prirode, ciljaju iste segmente turista (obitelji, aktivne turiste, putnike u tranzitu) i nalaze se u relativnoj geografskoj blizini.

#### 2.11.4. Benchmarking

Analizom se iz benchmarkinga sa konkurentnim destinacijama u tablici niže mogu izvući slijedeći zaključci:

- Senj ima jasan prostor za diferencijaciju kroz teme bure, uskoka i spoja mora i planine.
- Konkurenti su jači u smještaju i promociji, ali često ne koriste svoj kulturni kapital.
- Outdoor i cjelogodišnji turizam su prilika da Senj pretekne konkurente koji ovise o sezoni

Tablica 29 Benchmarking destinacije Senj

Element	Senj	Novi Vinodolski	Starigrad Paklenica	Crikvenica
Geografski položaj	Obala + podnožje Velebita	Obala Kvarnera	Obala + ulaz u NP Paklenica	Obalni grad s rivijerom
Glavni turistički motiv	Povijest (uskoci), bura, tvrđava	Obiteljski odmor, plaže	Outdoor turizam, planinarenje	Kupališni, obiteljski, wellness
Kulturno naslijeđe	Tvrđava Nehaj, uskoci, karneval	Kula, frankopanski kaštel	Manastir, kulturne staze	Manje izraženo, orijentacija na more
Outdoor i priroda	Velebit, bura, biciklizam, vidikovci	Blaga priroda, šetnice	NP Paklenica, kanjoni, planine	Šetnice, ali slabije razvijen outdoor
More i plaže	Gradske plaže, čisto more	Više uređenih plaža, marina	Manje plaža, grublji teren	Pješčane i šljunčane plaže, rivijera
Manifestacije	Međunarodni ljetni karneval, glazbeni festivali	Ljeto Vinodola, kulturna ljeta	Planinarski susreti, Velebit Trail	Događaji kroz cijelo ljeto
Prometna povezanost	Magistrala, bura ograničava promet	Blizina autoputa i zračnih luka	Magistrala, udaljeniji od glavnih ruta	Dobre ceste, blizina Rijeke
Smještajna ponuda	Dominacija privatnog smještaja	Širi raspon – hoteli, apartmani	Privatni smještaj, kampovi	Hoteli, kampovi, veliki broj apartmana
Prepoznatljivost brenda	Ograničena, lokalno prepoznatljiv	Umjereno prepoznatljiv na Kvarneru	Jači imidž među planinarima	Visoka vidljivost, poznata rivijera
Potencijal za rast	Velik – autentičnost i raznolikost	Srednji – razvijenost gotovo dostignuta	Visok – rastući outdoor i eko segment	Ograničen – zasićenost rivijere

### 2.11.5. Analiza trendova na strani turističke potražnje

Senj ima značajan potencijal za usklađivanje s aktualnim trendovima turističke potražnje, posebno u segmentima kulturnog i aktivnog turizma. Fokus na održivost, autentičnost i digitalnu prisutnost može dodatno povećati atraktivnost destinacije za suvremene turiste.

Analiza aktualnih trendova turističke potražnje, temeljena na istraživanjima Instituta za turizam (TOMAS Hrvatska 2022./2023.) i Svjetske turističke organizacije (UN Tourism), pruža uvid u globalne i nacionalne obrasce ponašanja turista. U nastavku je prikazan pregled ključnih trendova i data procjena koliko se destinacija Senj uklapa u njih.

Ključni trendovi turističke potražnje (2023./2024.)

#### 1. Povratak međunarodnog turizma

Prema UN Tourism-u, međunarodni turistički dolasci u 2024. dosegli su 96% razine iz 2019., s oko 1,4 milijarde međunarodnih turista. Europa je zabilježila snažan oporavak, što ukazuje na obnovljeno povjerenje putnika i povećanu potražnju za putovanjima.

#### 2. Porast interesa za održivim i autentičnim iskustvima

Istraživanje TOMAS Hrvatska 2022./2023. pokazuje da turisti sve više cijene održivost i autentičnost u destinacijama koje posjećuju. Traže se iskustva koja uključuju lokalnu kulturu, gastronomiju i prirodne ljepote, s naglaskom na očuvanje okoliša i podršku lokalnoj zajednici.

#### 3. Rast aktivnog i outdoor turizma

Aktivnosti na otvorenom, poput planinarenja, biciklizma i istraživanja prirodnih atrakcija, bilježe porast popularnosti. Turisti traže destinacije koje nude mogućnosti za aktivan odmor u prirodnom okruženju.

#### 4. Povećana potražnja za digitalnim sadržajem i informacijama

Turisti sve više koriste digitalne platforme za planiranje i rezervaciju putovanja. Prisutnost destinacije na internetu, uključujući društvene mreže i mobilne aplikacije, postaje ključna za privlačenje i informiranje posjetitelja.

Usporedbom aktualnih trendova i resursne osnove i aktivnosti destinacije Senj ukazala je na slijedeće podudarnosti ali i jedan izazov koji treba premostiti:

#### Usklađeno:

Povijesno-kulturna baština

Senj, s bogatom poviješću i znamenitostima poput Tvrđave Nehaj, nudi autentična kulturna iskustva koja odgovaraju potražnji za lokalnim i povijesnim sadržajima. Povijest Senja je vrlo bogata, osobito na području vojne povijesti, glagoljaštva i hrvatskog identiteta

Prirodne ljepote i aktivnosti na otvorenom

Blizina planine Velebit i Jadranskog mora omogućuje raznolike aktivnosti na otvorenom, uključujući planinarenje, biciklizam i morski turizam, što je u skladu s rastućim interesom za aktivni odmor.

#### Izazov:

Digitalna prisutnost

Potrebno je dodatno unaprijediti digitalnu prisutnost Senja kako bi se iskoristila sve veća potražnja za online informacijama i rezervacijama.

3. IZVJEŠĆE O ANALIZI STANJA DESTINACIJE SENJ  
i preporuke za daljnji razvoj



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

Faza razvoja turizma u destinaciji Senj može se ocijeniti kao faza stabilnog rasta i konsolidacije turističke industrije. Postoji vjerodostojna i održiva turistička infrastruktura koja se kontinuirano razvija kroz rast broja dolazaka i noćenja, investiranje u nove kapacitete smještaja i usluga te strateško planiranje razvoja. Međutim, destinacija se još uvijek suočava s izazovima tipičnim za srednje razvijene turističke destinacije: izražena sezonalnost ograničava cjelogodišnji turizam. Također, nedovoljna koordinacija među dionicima u destinaciji smanjuje potencijal učinkovitog upravljanja i promocije

Destinacija Senj ima iznimno velik turistički potencijal kroz valorizaciju specifičnog prirodnog fenomena bure, koji još uvijek nije u dovoljnoj mjeri iskorišten kao turistička atrakcija. Osim toga, Senj se može osloniti na snažnu povijesnu i kulturnu podlogu, s bogatom tradicijom, znamenitostima poput tvrđave Nehaj i brojnim muzejima, kao i dugom poviješću koja seže i do antičkih vremena. Ova kombinacija čini Senj izuzetno pogodnim da postane prepoznatljiva povijesna atrakcija i cjelogodišnja turistička destinacija. Posebno je vrijedan potencijal za razvoj wellness turizma, koji bi integrirao jedinstveni spoj kontinentalnog i morskog dijela destinacije, stvarajući autentičan doživljaj koji povezuje prirodu, zdravlje i kulturnu baštinu čime se može značajno produžiti dužina boravka turista na destinaciji. Takav pristup mogao bi značajno povećati valorizaciju destinacije i osigurati održiv turistički razvoj kroz cijelu godinu

Ukupno, Senj je u fazi prelaska iz osnovne turističke ponude prema zahtjevnijem, integriranijem i održivom razvoju, s jasnim prostorom za unapređenje.

**Tablica 30 Analiza stanja destinacije Senj po pitanju faze razvoja turizma u segmentima**

Područje	Trenutno stanje	Preporuka za daljni razvoj
<b>Inovacija ponude</b>	Senj nudi buru doživljaja koja se trenutno bazira na ponudi povijesti, morskog turizma i fenomenu bure	Proširiti aktivnosti na zdravlje, outdoor i prirodu. Pronaći način kako turistički valorizirati buru kroz njene benefite na zdravlje
<b>Eventi i sezonalnost</b>	Postoje manifestacije poput karnevala, klapa, Uskočkih dana, marketinški je nejasno sezonalno šarenilo	Uvesti dodatne događaje kroz cijelu godinu
<b>Lokalni menadžment</b>	Turizam je stihijski, nedovoljno strukturiran, a lokalni kapaciteti male veličine	Intenzivirati koordinaciju dionika i potpunu organizaciju destinacije

Preporuke za ubrzanje razvoja:

- Uvođenje sustavnog destinacijskog menadžmenta i bolje koordiniranje dionika.
- Proširenje ponude kroz inovativne turističke segmente (npr. zdravlje, planine, nautika).
- Jačanje cjelogodišnjeg event-turizma i bolja turistička infrastruktura.

Ako se ova kretanja nastave, Senj bi mogao u sljedeće 2–3 godine jasno ući u fazu konsolidacije, stabilno i kvalitetno poraditi na brendu i ponudi uz očuvanje lokalnih vrijednosti i održivosti.

Kada se promatraju aktualni trendovi u turizmu, oni prate globalne tehnološke trendove koji se mogu sažeti u slijedeće ali se samo djelomično mogu primijeniti u destinaciji Senj:

**Tablica 31 Aktualni trendovi u turizmu**

Trend	Opis	Primjenjivost u Senju	Preporuka
<b>Noctourism /Noćni turizam</b>	Sve veća potražnja za noćnim iskustvima poput promatranja zvijezda, tamnih plaža i 'star-bathing' aktivnosti	Kvalitetno noćno nebo? Da, ima nisku razinu svjetlosnog zagađenja, pogotovo na obližnjim plažama i brdima. No, nema dostupne astronomskih sadržaja (poput uređaja za gledanje, vodstva astronoma).	Uvesti organizirane večernje izlete astroturizma, zvjezdane piknike na plaži, partnerstva s astronomskim društvima
<b>Calmcations / mir i tišina, digital detox</b>	Tišina, digitalna pauza, wellness kao glavna svrha odmora	Prirodni ambijent (more, Velebit) dobri su za tišinu. Ponuda digital detox smještaja (off-grid kabine, wellness retreat) — zasad nepostojeća.	Razviti kuće i smještaj bez wi-fi signala, s wellness paketima (masaže, meditacija, joga, knjige, tiskani materijali), te timirane digital-detox vikende.
<b>Digital detox i analogni turizam</b>	Turizam potpuno bez interneta – tent kampovi, analogni doživljaji, tiskani vodiči i analogni uređaji	Pružaju prirodu i tišinu, ali nedostaju analogni sadržaji poput retreat paketa bez digitalnih uređaja, knjiga, društvenih igara ili polaroid kamera.	Osmisliti 'analog getaway' ponudu za vikend s knjigama, tiskanim kulturološkim materijalima, radionicama pisanja glagoljice i lokalne pripovijednosti
<b>Destination Dupes &amp; townsizing</b>	Turisti traže mirna mala mjesta kao alternative velikim gradovima – autentična sela i manje poznate destinacije	Ispunjava uvjete: mala obalna zajednica, bogata lokalna kultura, autentični doživljaj.	Intenzivirati promociju kao alternativu Dubrovniku ili Opatiji, naglašavati povijest, glagoljicu i uskočku baštinu.
<b>Sleep tourism i miran odmor</b>	Destinacije nude programe za bolji san, soundproof sobe, meditativne programe	Priroda i tišina idealni za miran san, ali nema specijaliziranih soba s low-light, meditacijom ili mirno ostavljenih soba.	Implementirati mirne sobe, meditacijske jutarnje seanse uz more, guide za spavanje, soundproof jedinice.

Senj je **vrlo pogodan** za integraciju trendova 2025.: noćnog turizma, digital detoxa, tišine i analognog odmora. Veći potencijal neiskorišten je u formalizaciji ponude, strukturi programa i marketinškoj komunikaciji.

**Tablica 32 Prikladnost trendova za destinaciju Senj**

Trend	Trenutno stanje	Preporuka za Senj
<b>Noctourism</b>	Dobro, ali neformalno	Službene astronomske ture, piknik zvijezda
<b>Calmcations / Digital Detox</b>	Dobar potencijal	Off-grid paketi, wellness vikendi
<b>Analogni turizam</b>	Neiskorišten	Analogni retreat programi

<b>Destination Dupes</b>	Prirodan izbor	Promocija u Europi, alternativna destinacija
<b>Sleep tourism</b>	Potencijal	Special sleep retreat sobe i soundproofing

Ako se uvedu: *večeri zvjezdanog promatranja, digitalno očišćeni smještaj, sleep retreat i analogni paketi*, Senj bi mogao postati poželjna destinacija za urbane dionike koji traže smirenje, autentičnost i mir bez tehnologije.

### Veza: 2.12.2. Preporuke za smještaj

Senj treba graditi smještajnu strategiju **na temelju prirodne tišine, kulturne dubine i klimatske posebnosti**. Fokus neka bude na:

- **autentičnom i malom**
- **zdravom i zelenom**
- **iskustvenom i edukativnom**

Umjesto da kopira velike turističke centre, Senj može postati **prvoklasna "tiha destinacija" Hrvatske** za eko, aktivni i kulturni turizam 21. stoljeća. Senj danas nudi pretežno privatni smještaj – apartmane, sobe, kuće za odmor i nekoliko manjih hotela i pansiona. Grad je orijentiran na individualne goste, obitelji, parove i zaljubljenike u prirodu, a ne na masovni turizam. Većina smještajnih kapaciteta funkcionira sezonski, a mnogi su jednostavno opremljeni i usmjereni na budžetne turiste.

Gosti koji najčešće dolaze u Senj dolaze iz Njemačke, Češke, Slovenije i Poljske. To su ljudi koji traže mir, autentičnost, prirodu, ali i sadržaje za aktivan odmor – planinarenje, biciklizam, more, kulturnu baštinu. Oni ne dolaze zbog luksuza, već zbog nekomercijaliziranog Jadrana, tišine i osjećaja da su u "pravom" mjestu, a ne u turističkom resortu.

U tom kontekstu, Senj trenutno ne treba veliki hotel visoke kategorije. Takav bi zahvat narušio njegov karakter i identitet. No, dobro bi došao još jedan moderan, boutique hotel srednje kategorije (3-4 zvjezdice), s naglaskom na dizajn, lokalne materijale, održivost i personaliziranu uslugu. Hotel koji neće imati stotine soba, već će gostima nuditi osjećaj boravka u produženom dnevnom boravku starog grada – uz dobru kuhinju, vinsku kartu i možda wellness s pogledom na more. Tako bi se proširila sezona i podigla kvaliteta ponude, bez gubitka identiteta.

Senj treba zadržati svoju autentičnost i isticati se upravo zbog toga što nije postao uniformirani jadranski turistički grad. Umjesto kopiranja modela većih turističkih središta, trebao bi graditi na vlastitim posebnostima – spoju planine i mora, buri kao zaštitnom znaku, povijesti uskoka, i blizini netaknute prirode. Prava vrijednost Senja je u osjećaju da nisi "u turizmu", nego u stvarnom mjestu koje ima dušu. A takva mjesta danas postaju sve rjeđa i – sve traženija.

### Veza: 2.12.3 . Preporuke za ugostiteljstvo

Uvođenjem modernih formata ugostiteljstva (npr. street food, craft bar, brunch lokali, rooftop barovi), digitalnog marketinga i dodatne eno-gastro valorizacije (npr. tematske večeri, suradnja s OPG-ovima), Senj može značajno unaprijediti svoj imidž kao cjelogodišnja destinacija s kvalitetnom i raznovrsnom gastro ponudom.

### Veza: 2.12.6. Preporuke za kvantitativne pokazatelje razvoja turizma

Senj bi trebao više ciljano opsluživati aktivne putnike srednje i starije dobi te razviti ponudu i za obitelji koje traže miran, prirodan i autentičan odmor, posebno izvan glavne sezone. Ove skupine su u skladu s identitetom grada, troše više, traže kvalitetu, ali ne očekuju luksuz. Oni ne traže destinacije masovnog turizma, već mjesta s karakterom i pričom — što Senj nudi.

Kako da produže boravak?

- **Sadržaji za aktivni odmor** – Treba snažnije razviti i promovirati outdoor ponudu: planinarske i biciklističke staze (posebno prema Velebitu), organizirane ture, ronjenje, kayak ture, promatranje ptica, foto-safariji, povijesne šetnje uz vodiče, tematske ture vezane za Uskoke i glagoljaštvo.
- **Sadržaji za djecu i obitelji** - djeca i obitelji vole sadržaje koji su sigurni, zabavni i edukativni, poput dječjih igrališta, muzeja prilagođenih djeci, prirodnih atrakcija s prilagođenim stazama, organiziranih dječjih programa, tematskih i vodenih parkova te mogućnosti interakcije s prirodom i životinjama, što destinacija treba osigurati za kvalitetan obiteljski turizam
- **Tematski i kulturni sadržaji** – Jače isticanje kulturno-povijesne baštine: festivali glagoljice, uskoka, lokalne hrane, stare glazbe, radionice glagoljskog pisma, kušanja lokalnih proizvoda. To gosti pamte i zbog toga se vraćaju.
- **Razvoj cjelogodišnjih paketa** – Kreiranje vikend-paketa, jesenskih i proljetnih ponuda, „aktivni tjedan u Senju“, obiteljski odmor s edukativnim sadržajima, slow travel i well-being ponude.

Emitivne zemlje na koje se treba fokusirati:

- **Njemačka** – već dolaze, ali treba ih zadržati dulje; zanimaju ih priroda, povijest, biciklizam i auto-putovanja. Kvalitetna online prisutnost na njemačkom jeziku je nužna.
- **Slovenija i Austrija** – blizu su, često putuju vikendom, vole Velebit, planinarenje i more bez gužvi.
- **Češka i Poljska** – tradicionalna tržišta za Senj; žele mir, sigurnost i prirodu, ali i više sadržaja. Potrebno ih preusmjeriti s pukog “spavanja” na “doživljavanje”.
- **Nizozemska i Belgija** – gosti koji sve više traže autentične lokacije, dolaze s kamperima i biciklima. Senj može ponuditi eko-kampove i outdoor iskustva.
- **Francuska i Skandinavija** (posebno Švedska, Norveška) – nova rastuća tržišta za aktivan turizam. Manji broj dolazaka, ali visoka potrošnja i dulji boravak.

U konačnici, Senj ne treba masovnost, nego kvalitetne, motivirane putnike kojima može ponuditi ono što drugi na Jadranu više nemaju – tišinu, priču, prirodu i vjerodostojnost. Upravo takva publika sve više dominira tržištem budućnosti.

### Veza: 2.12.7. Preporuke za poboljšanje javne turističke infrastrukture

Senj ne treba monumentalne projekte, nego strateška i dobro promišljena mikro-poboljšanja koja stvaraju dojam uređenosti, funkcionalnosti i poštovanja prema posjetitelju. Ulaganjem u ovakvu infrastrukturu, Senj može postati prepoznatljiva "boutique destinacija" aktivnog i kulturnog turizma, koja živi cijelu godinu, a ne samo u srpnju i kolovozu. Primjer nekoliko ključnih preporuka koje su realne i izvedive za grad poput Senja

- Uređenje i signalizacija povijesnog centra - senjski Stari grad ima ogroman potencijal, ali danas djeluje zapušteno i turistički neiskorišteno. Potrebno je:
  - obnoviti fasade i javne površine uz očuvanje autentičnosti,
  - postaviti kvalitetnu dvojezičnu interpretacijsku signalizaciju (hrv/en) – povijesne table, QR kodove za vodiče i rute,
  - označiti tematske rute: „Put uskoka“, „Glagoljski put“, „Senj noću“.

- Uređenje i proširenje šetnica i biciklističkih staza - Senj ima spektakularan spoj planine i mora, ali šetnice i staze nisu povezane.
  - produžiti i povezati obalne šetnice s atraktivnim vidikovcima i zonama za odmor,
  - urediti biciklističke rute prema Velebitu, Krivom putu i planinarskim domovima s označenim smjerovima i težinom staza,
  - uvesti bike pointove s alatima, punionicama za e-bicikle i info panelima.
- Ulaganja u plaže i morsku infrastrukturu - postojeće plaže su prirodno lijepe, ali slabo opremljene:
  - urediti minimalno jednu gradski plažu s plavom zastavom – kabine, tuševi, drvene staze, sjenice,
  - izgraditi mali lučicu za nautičare i dnevne brodove, s info-centrom, opskrbom i vezovima,
  - omogućiti više pristupa moru za osobe s invaliditetom.
- Modernizacija turističkog info-centra - trenutni info-punkt treba biti centralna točka doživljaja Senja
  - digitalni info-pultovi i pametne karte,
  - prodaja lokalnih suvenira, knjiga, iskustava (npr. vođene ture),
  - edukativne radionice ili prezentacije (glagoljica, uskoci, gastronomija).
- Uvođenje urbane opreme i mikrosadržaja
  - ugraditi urbane klupe, rasvjetu, pametne kante (posebno na šetnicama i vidikovcima),
  - urediti mini odmorišta s hladovinom i pogledom – za fotografske trenutke,
  - postaviti javne toaletne čvorove na ključnim točkama (plaže, trgovi, ulazne točke),
  - razviti male tematske parkove (npr. park glagoljice, dječji povijesni park s uskocima).
- Bolja prometna povezanost i parking
  - izgradnja uređenog parkirališta za posjetitelje izvan centra s mogućim minibus prijevozom,
  - više uređenih zona za kamp vozila – s vodom, strujom i otpadom,
  - signalizacija prema atrakcijama mora biti jasna, moderna i čitljiva.

Za dugoročno jačanje turizma u Senju, nužno je unaprijediti javnu turističku infrastrukturu – ne samo radi boljeg dojma, nego i da bi gosti ostajali dulje i češće se vraćali.

#### Veza: 2.6.1.4. Online rezervacijski sustavi

Za poboljšanje digitalne povezanosti i upravljanja turizmom, Senj bi mogao:

- Implementirati objedinjeni online rezervacijski sustav – koji bi omogućio posjetiteljima da na jednom mjestu rezerviraju smještaj, ture i druge usluge.
- Integrirati sustav s postojećim digitalnim alatima
- Obučiti lokalne pružatelje usluga – za korištenje novog sustava i upravljanje ponudama.
- Koristiti podatke iz sustava – za analizu turističkih trendova i prilagodbu ponude.

#### Veza: 2.6.1.5. Edukacija i digitalne vještine

Neki od primjera kako destinacija Senj može povećati razinu digitalnih vještina dionika turističkog sustava:

##### 1. Uspostaviti digitalni edukacijski centar

Organizirati radionice i tečajeve za građane: korištenje interneta, e-Građani, društvene mreže, online prodaja, rezervacijski sustavi.

Poseban fokus na turističke djelatnike: upravljanje digitalnim recenzijama, online oglašavanje, eTurizam alati.

## **2. Partnerstvo sa školama**

Iskoristiti e-Škole kao resurs: učenici mogu pomagati starijim sugrađanima (međugeneracijsko učenje).

Projekti u kojima učenici digitaliziraju lokalne sadržaje – vodiči, prezentacije, blogovi.

## **3. Digitalni programi za poduzetnike**

Edukacije u suradnji s HGK, HTZ, HZZ o digitalnom marketingu, e-trgovini, CRM alatima.

Poticati certificiranje digitalnih vještina zaposlenika.

## **4. Online edukacije i platforme**

Promovirati besplatne platforme (npr. Coursera, Digitalna Hrvatska, Google Garage) lokalnom stanovništvu.

## **5. Uvesti „digitalni mentor“ model – volonteri ili studenti pomažu u učenju.**

### **Veza: 2.6.1.6. Digitalna integracija lokalnih pružatelja usluga**

Preporuke za unapređenje:

- Edukacija pružatelja usluga – digitalni marketing, upravljanje rezervacijama, komunikacija s gostima.
- Stvaranje lokalne online platforme – objedinjeni sustav za rezervacije, promociju i korisničku podršku.
- Lokalni digitalni koordinator – osoba koja pomaže malim poduzetnicima s digitalnim poslovanjem.
- Subvencije i podrška za digitalnu transformaciju – kroz EU fondove, gradsku potporu ili komorske programe.

### **Veza: 2.6.2. Sigurnost i privatnost**

Preporuke za poboljšanje sigurnosti i privatnosti

#### **Tehnička i digitalna sigurnost:**

- Uvođenje sigurnih Wi-Fi mreža u javnim i privatnim smještajima, uz WPA3 enkripciju i pravila korištenja.
- Redovita edukacija lokalnih pružatelja usluga o kibernetičkoj sigurnosti i zaštiti osobnih podataka (npr. putem radionica ili e-tečajeva).
- Usklađivanje svih digitalnih sustava s GDPR-om – jasni uvjeti korištenja i politika privatnosti na web stranicama i aplikacijama.
- Digitalni priručnik za turiste o sigurnom korištenju interneta i osobnih uređaja tijekom boravka u destinaciji.

#### **Fizička i infrastrukturna sigurnost:**

- Unaprijediti sustav javnog video nadzora na frekventnim lokacijama (trgovi, rive, autobusni kolodvor) uz poštivanje privatnosti.
- Postavljanje SOS punktova ili QR kodova za dojavu hitnih situacija.

- Jačanje suradnje s turističkom policijom – prisutnost u sezoni i komunikacija s turistima.

### Veza: 2.6.2.1. Kibernetička sigurnost

Preporuke za poboljšanje kibernetičke sigurnosti

#### Edukacija i svijest

- Organizirati lokalne radionice i webinare za obrtnike, ugostitelje, turističke radnike o osnovama kibernetičke sigurnosti.
- Uključiti škole u projekte digitalne sigurnosti – učenici kao promotori sigurnog ponašanja u zajednici.

#### Tehničke mjere

- Osigurati HTTPS certifikate i redovito održavanje web stranica.
- Uvesti pravila za sigurnu Wi-Fi mrežu (WPA3 enkripcija, jedinstvene lozinke za goste, automatsko isključivanje).
- Koristiti alate za sigurnosnu kopiju podataka i redovito ažuriranje softvera.

#### Organizacijske mjere

- Imenovati lokalnog “IT sigurnosnog koordinatora” ili kontakt osobu u gradskoj upravi za pitanja digitalne sigurnosti.
- Razviti plan odgovora na kibernetičke incidente – protokol u slučaju hakerskog napada, krađe podataka ili prekida usluge.

#### Suradnja

- Suradnja s CERT.hr i MUP-om – za podršku, prijavu sumnjivih aktivnosti i edukaciju građana.
- Povezati se s nacionalnim inicijativama za digitalnu sigurnost i koristiti dostupne besplatne alate.

### Veza: 2.6.2.2. Usklađenost s regulativama

Preporuke za poboljšanje usklađenosti

- Imenovati i javno objaviti DPO-a
- Objaviti jasnu i razumljivu politiku privatnosti, koja navodi tko prikuplja podatke, zašto, koliko dugo ih čuva i koja su prava korisnika.
- Implementirati sukladan kolačić banner koji omogućuje korisnicima aktivno biranje vrsta kolačića.
- Ažurirati sve forme (kontakt, newsletter) s GDPR privolom i informacijom o obradi.
- Provesti edukaciju osoblja unutar gradske uprave i turističke zajednice o obvezama iz GDPR-a.

### Veza: 2.7. Analiza stanja pristupačnosti destinacije osobama s invaliditetom

#### Veza: 2.7.1. Fizička pristupačnost

U skladu sa finacijskim mogućnostima destinacija Senj bi trebala razviti sveobuhvatan plan pristupačnosti koji uključuje izgradnju i obnovu pristupnih rampe, uređenje pločnika i pješačkih zona s jasnim obilježjima za osobe s invaliditetom, te prilagodbu javnih objekata (uključujući turističke centre, muzeje i sanitarne čvorove) sukladno međunarodnim standardima pristupačnosti. Također, važno je uvesti prilagođene usluge u javnom prijevozu i na plažama (npr. pokretne rampe, specijaliziranu opremu za ulazak u more). Uz to,

edukacija lokalnog osoblja o potrebama osoba s invaliditetom pomoći će u stvaranju inkluzivnog i prijateljskog okruženja za sve posjetitelje.

Destinacija Senj može napraviti Akcijski plan za pristupačnost osoba sa invaliditetom sa npr slijedećim elementima:

- 1. Procjena stanja i prikupljanje podataka**
  - Izvršiti terenski pregled javnih prostora, objekata i infrastrukture
  - Prikupiti mišljenja osoba s invaliditetom i udruga
- 2. Infrastrukturne prilagodbe**
  - Izgraditi i obnoviti pristupne rampe i prilagođene pločnike
  - Osigurati neprekidne i sigurne pješačke rute
  - Prilagoditi javne objekte (ulazi, sanitarni čvorovi, dizala)
- 3. Pristupačnost javnog prijevoza i turističkih sadržaja**
  - Uvesti prilagođena vozila u javni prijevoz
  - Oprema za pristup plažama i rekreacijskim zonama (rampe, pomagala)
- 4. Edukacija i osvještavanje**
  - Organizirati edukacije za lokalno osoblje u turizmu i javnoj upravi
  - Promovirati važnost pristupačnosti u zajednici
- 5. Praćenje i evaluacija**
  - Postaviti jasne indikatore uspjeha i rokove
  - Redovito pratiti provedbu i prilagođavati aktivnosti prema potrebama

#### Veza: 2.7.2. Komunikacijska pristupačnost

Preporuke za poboljšanje komunikacijske pristupačnosti:

- 1. Digitalna pristupačnost**
  - Optimizirati web stranice prema standardima WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).
  - Uvesti verzije sadržaja u audio i tekstualnim formatima prilagođenim osobama s oštećenjem vida i kognitivnim teškoćama.
- 2. Dostupni informacijski materijali**
  - Izraditi brošure i vodiče u jednostavnom jeziku, Brailleu i audio formatu.
  - Postaviti interaktivne info točke s pristupačnim sadržajima.
- 3. Fizička signalizacija**
  - Uvesti taktilne i zvučne oznake na ključnim lokacijama poput turističkih info centara i javnih prostora.
- 4. Edukacija osoblja**
  - Organizirati treninge za turističko i gradsko osoblje o komunikaciji s osobama s invaliditetom, uključujući osnove znakovnog jezika.

#### Veza: 2.7.3. Pristupačnost usluga

Neke od preporuka koje destinacija Senj može provesti za poboljšanje pristupačnosti usluga osobama s invaliditetom:

- 1. Prilagodba prostora i opreme** – Osigurati da svi turistički, ugostiteljski i javni objekti imaju pristupačne ulaze, prilagođene sanitarne čvorove i opremu koja olakšava korištenje usluga osobama s invaliditetom.

2. **Edukacija osoblja** – Organizirati redovne treninge za zaposlenike o potrebama osoba s invaliditetom i načinima pružanja kvalitetne i inkluzivne usluge.
3. **Razvoj dostupnih informacija** – Izraditi i distribuirati informativne materijale u prilagođenim formatima (npr. jednostavan jezik, audio, Braille), te osigurati pristupačne digitalne platforme.
4. **Uvođenje asistivnih tehnologija** – Implementirati pomoćna rješenja poput zvučnih signala, uređaja za pojačavanje sluha, ili opcija za komunikaciju na znakovnom jeziku u ključnim uslugama.
5. **Suradnja s udrugama osoba s invaliditetom** – Aktivno uključiti lokalne udruge u planiranje i evaluaciju pristupačnosti kako bi se bolje razumjele stvarne potrebe korisnika.
6. **Promocija inkluzivnog turizma** – Kreirati posebne programe i ponude prilagođene osobama s invaliditetom, promovirati destinaciju kao pristupačnu i prijateljsku prema svima.

### Veza: 2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti usluga u destinaciji

Senj treba uspostaviti snažniju koordinaciju između svih turističkih pružatelja usluga kroz formalizirane mreže ili udruge koje će omogućiti zajedničko planiranje, promociju i razvoj turističke ponude. Važno je poticati digitalnu transformaciju usluga, uključujući izradu i održavanje ažuriranih web stranica te implementaciju online rezervacijskih sustava. Također, preporučuje se razvoj integriranih turističkih paketa koji objedinjuju smještaj, gastronomiju, aktivnosti i kulturne sadržaje, što će olakšati korisnicima pristup i povećati atraktivnost destinacije. Redovita edukacija i informiranje pružatelja usluga dodatno će poboljšati kvalitetu i usklađenost ponude

### Veza: 2.7.4. Društvena i kognitivna pristupačnost

Preporuke za poboljšanje društvene i kognitivne pristupačnosti u destinaciji Senj mogu uključivati:

- Edukaciju i senzibilizaciju zajednice — Organizirati radionice i kampanje za lokalno stanovništvo i zaposlenike u turizmu o potrebama i pravima osoba s kognitivnim teškoćama.
- Razvoj jednostavnih i jasnih informacija — Pripremiti turističke vodiče, signalizaciju i komunikacijske materijale u jednostavnom jeziku, uz korištenje simbola i vizualnih pomagala.
- Podršku inkluzivnim aktivnostima — Poticati organizaciju kulturnih i društvenih događanja prilagođenih osobama s kognitivnim teškoćama te osigurati asistenciju i pratnju.
- Uključivanje osoba s invaliditetom u planiranje — Aktivno uključiti osobe s kognitivnim teškoćama i njihove predstavnike u procese donošenja odluka o razvoju destinacije.
- Suradnja s lokalnim udrugama — Partnerstvo s udrugama koje se bave osobama s invaliditetom za zajednički razvoj pristupačnih usluga i programa.

### 2 Veza: 9.1. Istraživanje trenutačnih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu

Preporuke za unaprjeđenje mogu uključivati slijedeće:

- **Edukacija i obuka:** Pokrenuti lokalne inicijative za obuku zaposlenika u turizmu i ugostiteljstvu, u suradnji s obrazovnim institucijama i stručnjacima iz industrije.
- **Poticanje zapošljavanja mladih:** Razviti programe koji će poticati zapošljavanje mladih ljudi u sektoru turizma, uključujući stipendiranje i pripravničke programe.
- **Digitalna transformacija:** Pružiti podršku malim i srednjim poduzetnicima u implementaciji digitalnih alata, kao što su online rezervacijski sustavi i digitalni marketing.

- **Produženje sezone:** Razviti strategije za produženje turističke sezone kroz promociju izvansezonskih atrakcija i aktivnosti, čime bi se smanjila sezonalnost zapošljavanja.

Implementacijom ovih preporuka, Senj može unaprijediti konkurentnost svoje turističke ponude i zadovoljstvo posjetitelja, čime će se pozitivno utjecati na lokalno gospodarstvo i kvalitetu života zajednice.

#### Veza: 2.9.1. Istraživanje trenutanih potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu

Preporuke za budući razvoj:

1. **Ulaganje u obrazovanje i obuku**
  - Uvođenje stručnih programa i tečajeva u suradnji sa srednjim školama i učilištima.
  - Organizacija radionica, seminara i certificiranih tečajeva za sezonske radnike.
2. **Poticaji za zapošljavanje**
  - Subvencije za lokalne poslodavce koji zapošljavaju mlade i lokalno stanovništvo.
  - Programi sufinanciranja smještaja za sezonske radnike.
3. **Produženje turističke sezone**
  - Razvoj ponude izvan ljetnih mjeseci (npr. kulturni turizam, gastro-turizam, outdoor aktivnosti).
4. **Promocija turističkih zanimanja**
  - Kampanje za podizanje svijesti među mladima o prednostima rada u turizmu.
  - Povezivanje s regionalnim centrima izvrsnosti i turističkim zajednicama.

#### Veza: 2.9.2. Istraživanje potreba međunarodnih dionika

*Strateško pozicioniranje*

- Izraditi *brand identitet* Senja kao autentične, održive i kulturne destinacije.
- Povezati se s europskim tematskim rutama (kulturni turizam, baština, karnevali, itd.).

*Razvoj ponude i infrastrukture*

- Uložiti u raznoliku turističku ponudu: smještaj, eno-gastro doživljaje, vodičke usluge.
- Razviti sadržaje za pred- i postsezonu.

*Internacionalizacija*

- Prilagoditi komunikaciju na stranim jezicima.
- Osnažiti online prisutnost i SEO/marketing kampanje.
- Sudjelovati na međunarodnim sajmovima i B2B događanjima.

*Podrška međunarodnim partnerstvima*

- Uspostaviti kontakt točku (npr. Turistički ured za međunarodna partnerstva).
- Uključiti se u EU projekte za razvoj održivog turizma.
- Razviti katalog potencijalnih investicijskih projekata u turizmu.

#### Veza: 2.10.1. Pregled korištenja postojećih komunikacijskih kanala

Za destinaciju Senj, preporučuje se kombinacija tradicionalnih i digitalnih komunikacijskih kanala kako bi se učinkovito doprijelo do različitih ciljnih skupina (turisti, partneri, lokalna zajednica). Primjer preporuke komunikacijskih kanala:

### 1. DIGITALNI KANALI

#### Službena web stranica destinacije

Višejezična (hrvatski, engleski, njemački, talijanski).  
Interaktivna karta, kalendar događanja, online booking.

#### Društvene mreže

Facebook – informiranje lokalnog stanovništva i turista srednje dobi.  
Instagram – vizualna promocija prirodnih ljepota i kulturnih događanja.  
YouTube – promotivni video sadržaji, npr. "48 sati u Senju".  
TikTok – za mlađe publike (npr. kratki videi o legendama, lokalnoj hrani, karnevalu).  
Google My Business i TripAdvisor  
Redovito ažuriranje lokacija i odgovaranje na recenzije.  
Korištenje ovih kanala za vjerodostojnu promociju.  
E-mail newsletter  
Za turiste, lokalne dionike i međunarodne partnere – npr. najave događanja, nove ponude, EU projektne aktivnosti.

### 2. TRADICIONALNI KANALI

Turistički informativni centar (TIC)  
Osobna komunikacija s posjetiteljima.  
Letci, mape, brošure na više jezika.  
Lokalni mediji i radio  
Najave događanja, intervjui, suradnja s lokalnom zajednicom.  
Sajmovi i B2B događanja  
Promocija Senja na turističkim sajmovima (npr. ITB Berlin, WTM London).  
Mogućnost direktne komunikacije s turoperatorima i investitorima.

### 3. SURADNIČKI I PARTNERSKI KANALI

Suradnja s influencerima i travel blogerima  
Autentične priče i vizualna promocija.  
Turističke agencije i turooperatori  
Direktan kanal prema tržištima (Njemačka, Češka, Austrija).  
Partnerstvo s nacionalnim i županijskim tijelima (HTZ, TZ Kvarner, Ličko-senjska županija)  
Zajedničke kampanje i pozicioniranje.

Za Senj je ključno imati konzistentnu, profesionalnu i multikanalnu komunikaciju, prilagođenu različitim tržištima i uz oslonac na lokalne posebnosti. Kombinacija digitalne prisutnosti i ljudskog pristupa omogućava prepoznatljivost i autentičan doživljaj.

## Veza: 2.10.2. Analiza digitalnog prisustva

Preporuke za unaprjeđenje

### 1. Redizajn web stranice

- Moderan, responzivan dizajn.

- Integracija s online booking platformama.
- Optimizacija za tražilice (SEO).
- 2. **Digitalna strategija društvenih mreža**
  - Kalendar objava.
  - Korištenje profesionalne fotografije i videa.
  - Uključivanje TikToka, YouTubea, Story i Reels formata.
- 3. **Online oglašavanje**
  - Korištenje Google Ads, Facebook/Instagram Ads, targetiranje po zemljama (npr. Njemačka, Češka).
  - Retargeting kampanje i oglašavanje posebnih događanja (npr. karneval).
- 4. **Upravljanje online reputacijom**
  - Aktivno praćenje i odgovaranje na recenzije.
  - Poticanje gostiju da ostavljaju komentare i ocjene.
- 5. **Suradnja s influencerima i blogerima**
  - Angažiranje putopisaca za stvaranje sadržaja.
  - Organiziranje fam tripova (putovanja za promotivne partnere).

### Veza: 2.10.3. Analiza offline aktivnosti

Offline komunikacija u turizmu nije stvar prošlosti – štoviše, ona dodaje emocionalnu i fizičku komponentu doživljaju destinacije. Letci, mape, table i tematski vodiči moraju biti više od "informacije" – moraju pričati priču Senja, pozivati na istraživanje i stvarati vezu s mjestom. Kad to napraviš kvalitetno i autentično, gost to ne zaboravlja – i vraća se.

Preporuke za poboljšanje offline komunikacijskih aktivnosti

#### 1. Profesionalne tematske brošure i letci

Umjesto generičkih letaka, Senj treba razviti seriju atraktivnih tematskih brošura, npr.:

"Uskoci kroz Senj" – s kartom i kratkim povijesnim pričama uz ilustracije.

"Planinarenje & Bura" – vodič po stazama, s QR linkovima na vremenske uvjete i savjete.

"Gastro karta Senja" – preporuke za lokalne specijalitete, s pričama o namirnicama.

"Obiteljski vodič" – zabavni sadržaji za djecu, kartica s pečatima/igramama.

Sve brošure moraju biti dvojezične (hr/en), grafički suvremene, vizualno ujednačene i s QR poveznicama na digitalne resurse.

#### 2. Turističke mape – tiskane i ilustrirane

Senj treba kvalitetnu, čitku, ilustriranu mapu grada i okolice:

- označene točke interesa, rute, preporučeni itinerari po danima,
- posebna verzija za djecu i obitelji,
- distribuirati je na ulazima u grad, u hotelima, kafićima, kampovima.

#### 3. Sustav informativnih i interpretacijskih ploča

Postavljanje info-tabli i priča na ključnim lokacijama:

- povijesne točke, prirodni vidikovci, trgovi, šetnice,
- tabla mora imati kratki narativ, ilustraciju i QR kod za multimediju (npr. zvučna priča, video, karta),
- tabla dizajnom treba pratiti identitet destinacije (font, boje, simboli).

#### 4. Mini vodiči i džepni kalendari događanja

- Mjesečni letak s kalendarom događanja – gdje, kada, za koga,

- Džepni vodiči po temama: kultura, aktivnosti, obiteljski sadržaji – koji se lako uzmu iz hotela, info-punkta ili restorana.

## 5. Lokalna suvenirna karta i pečatiranje

Kao motivacijska offline aktivnost:

- uvedi "Senjsku putovnicu" – turisti skupljaju pečate na različitim lokacijama (tvrđava, plaža, restoran, muzej),
- tko skupi sve – dobiva simboličan suvenir (značka, razglednica).

Gdje distribuirati offline materijale

- Info-centri, recepcije, kafići, restorani, suvenirnice
- Autobusne stanice, benzinske pumpe, trajekti (npr. Prizna)
- Turistički sajmovi i partnerske destinacije (Plitvice, Karlovac, Gorski kotar – za međudestinacijsku promociju)

### Veza: 2.10.4. Analiza suradnji s trećim stranama

Preporuke za unapređenje suradnji s medijima

- **Izrada medijske strategije** koja uključuje planirane kampanje, teme i ključne poruke.
- **Aktivno uključivanje PR stručnjaka** za vođenje odnosa s medijima.
- Organizacija **fam tripova i press tura** za nacionalne i međunarodne novinare, blogere i influencere.
- Razvoj partnerstva s turističkim portalima, časopisima i televizijskim programima usmjerenim na turizam.
- Redovno slanje **press materijala i priopćenja** s atraktivnim sadržajima.
- Korištenje **digitalnih kanala** za proširenje doseg medijskih objava.

### Veza: 2.11.2. Direktna konkurencija

Strategija diferencijacije destinacije Senj

Senj se nalazi u jedinstvenoj poziciji na spoju mora i planine, s bogatom poviješću i specifičnim klimatskim fenomenima (bura). Da bi se istaknuo među sličnim destinacijama, treba graditi svoj **autentični identitet** oko onoga što konkurencija **nema ili ne koristi dovoljno**. Neki od primjera u tom kontekstu mogu biti:

#### 1. Istaknuti povijesno-kulturni identitet "Grada Uskoka"

- **Tvrđava Nehaj** kao glavni vizualni i simbolički brend destinacije
- Razviti **interaktivne povijesne ture** (uskoci, bura, obrana od Osmanlija)
- Uskoci kao tematski turistički proizvod (festival, radionice, escape room)

**Zašto je to prednost?**

Konkurentske destinacije nemaju tako snažnu povijesnu priču vezanu uz otpor i slobodu.

## 2. Pozicioniranje Senja kao "Grada bure i kontrasta"

- Iskoristiti **specifičan klimatski fenomen** – buru kao turistički doživljaj (vidikovci, foto-točke, priče o buri)
- Razviti ponude pod sloganom tipa: "*Osjeti moć bure*", "*Uživaj gdje planina ljubi more*"

### **Zašto je to prednost?**

Bura je jedinstven i često negativno percipiran element – Senj ga može preokrenuti u **turistički brend**.

## 3. Outdoor & aktivni turizam s pogledom na more

- Razviti **biciklističke i pješačke staze** između mora i Velebita
- Organizirati **tematske trekking i hiking rute** (Senjska bura, Put uskoka, Panoramski krug)
- Iskoristiti blizinu **NP Sjeverni Velebit i Parka prirode Velebit**

### **Zašto je to prednost?**

Starigrad i Karlobag nude slične sadržaje, ali Senj ima **bogatiju kulturno-povijesnu podlogu i pristupniju poziciju** za putnike sjevera.

## 4. Razvoj cjelogodišnje ponude

- Zimske ture bure i wellnessa (bura kao prirodni "detoks")
- Kulturni vikendi u predsezoni (uskoci, priče grada, lokalna kuhinja)
- Jesenske ture lokalnih proizvoda i tradicije (med, rakija, sir, riba)

### **Zašto je to prednost?**

Većina konkurencije funkcionira samo sezonski – Senj se može pozicionirati kao **cjelogodišnja destinacija s karakterom**.

## 5. Brendiranje autentične lokalne gastronomije

- Edukativne i gastro ture: "*Okusi bure*", "*Uskok na pjatu*"
- Uključiti OPG-ove i lokalne konobe u turistički proizvod

### **Zašto je to prednost?**

Autentična kuhinja je ključ za emocionalnu vezu turista s destinacijom.

Senj može i treba iskoristiti **ono što konkurencija ne može kopirati**:

- **Bura kao iskustvo, ne prepreka**
- **Povijest uskoka kao jedinstven narativ**
- **Spoj mora, planine i vjetra u jednom danu**
- **Autentičnost bez masovnog turizma**

**Veza: 2.12.19. Preporuke za povećanje razine pristupačnosti destinacije osobama s posebnim potrebama**

Za povećanje razine pristupačnosti destinacije Senj osobama s posebnim potrebama, važno je obuhvatiti fizičku pristupačnost (pristup prostorima, prometnicama, objektima) i komunikacijsku pristupačnost (pristup informacijama, uslugama i sadržaju). U nastavku su preporuke podijeljene po tim kategorijama:

### **1. Fizička pristupačnost**

#### **Infrastruktura i javni prostori**

- Ukloniti arhitektonske barijere: osigurati rampe, dizala i taktilne podne površine u javnim zgradama (gradska uprava, muzej, knjižnica, kulturni centri).
- Pristupačni sanitarni čvorovi: ugraditi ih na svim javnim lokacijama (autobusni kolodvor, plaže, muzeji).
- Prilagoditi gradske pločnike i prijelaze: spustiti rubnjake, postaviti taktilne oznake i zvučne signale na semaforima.
- Osigurati pristup plažama: barem jedna gradska plaža treba imati pristupnu rampu, stazu do mora i vodene kolica (npr. plaža Škver ili Prva draga).
- Pristupačan javni prijevoz: vozila s rampama, zvučne i vizualne obavijesti u autobusima.

### **2. Turistički objekti i smještaj**

- Smještajni kapaciteti: potaknuti vlasnike hotela i apartmana da prilagode sobe osobama u kolicima (šire vrata, tuš kabine bez praga).
- Restorani i kafići: omogućiti ulaz bez stepenica, osigurati prostor za manevriranje kolicima, dostupne toalete.
- Kulturne atrakcije: npr. Tvrđava Nehaj – budući da nije moguće ugraditi lift, omogućiti virtualnu turu ili pristupne sadržaje za sve posjetitelje.

### **3. Komunikacijska pristupačnost**

- Informacijska pristupačnost
- Web stranica destinacije (TZ Senj): mora biti pristupačna (WCAG 2.1 standard) – kontrast, navigacija tipkovnicom, alt tekst, mogućnost povećanja fonta.
- Pristupačni promotivni materijali: brošure na Brailleovom pismu, audio vodiči, video sadržaji s titlovima i znakovnim jezikom.
- Informacijski punktovi: opremiti ih interaktivnim ekranima s jednostavnim sučeljem, velikim fontovima i više jezika.

### **4. Osoblje i edukacija**

Edukacija turističkih djelatnika: o komunikaciji s osobama s invaliditetom, osnovama znakovnog jezika, i inkluzivnom pristupu.

Pomoćni servisi: uključiti volontere, turističke vodiče s posebnom edukacijom za vođenje osoba s teškoćama u kretanju, vida ili sluha.

### **5. Dugoročne mjere i promocija**

- Suradivati s udrugama osoba s invaliditetom pri planiranju i testiranju pristupačnih rješenja.
- Kreirati kartu pristupačnih lokacija (smještaj, ugostiteljski objekti, plaže) i redovito je ažurirati.
- Certificiranje destinacije kao pristupačne kroz nacionalne ili EU standarde (npr. „Pristupačna Hrvatska“, „Accessible Tourism“ oznake).

#### **Veza: 2.12.21. Preporuke za istraživanje potreba međunarodnih dionika**

Destinacija Senj bi mogla napraviti slijedeće u cilju istraživanja potreba međunarodnih dionika:

**1. Analiza tržišta i dionika**

- Mapirati relevantne turooperatore koji već nude ili bi mogli ponuditi Hrvatsku/Sjeverni Jadran u svom programu.
- Istražiti vrste usluga koje nude (kultura, aktivni odmor, senior turizam, grupna putovanja, specijalizirani aranžmani).
- Prepoznati koji su im ključni kriteriji za suradnju (smještajna infrastruktura, prometna povezanost, pristupačnost, lokalna podrška).

**2. Terensko i digitalno istraživanje**

- Anketa među turoperatorima: fokus na percepciju Senja kao destinacije, što im nedostaje za uključivanje u ponudu.
- Upitnici turistima na ciljanim tržištima (putem online kampanja i suradnje s agencijama).
- Sudjelovanje na sajmovima i B2B događanjima (npr. ITB Berlin, WTM London) radi direktnih razgovora s dionicima.

**3. Razvoj komunikacijskog paketa**

- Pripremiti profesionalni paket za turooperatore: uključuje foto/video materijale, pregled atrakcija, smještajne kapacitete, itinerare, opcije prijevoza.
- Izraditi B2B odjeljak na web stranici TZ Senj s materijalima za partnere (download zona, kontakt, online prezentacije).

**Tablica 33 Pregled specifičnih niša za koje destinacija Senj ima potencijal**

Kategorija turista	Interesi / motivi	Prilike za Senj
Kultura & baština	Povijesni gradovi, muzeji, tvrđave	Tvrđava Nehaj, Senjska bura, glagoljica
Ljubitelji prirode	Planinarenje, more, mir	Nacionalni park Sjeverni Velebit, park prirode Velebit
Motociklisti i cikloturisti	Scenic routes, izazovi	Jadranska magistrala, brdske rute
Seniori / 55+ turizam	Lagani programi, povijest, sigurnost	Umjereni tempo, kulturni sadržaji, lokalna kuhinja
Obitelji s djecom	More, aktivnosti, sigurnost	Obiteljski smještaj, lokalna iskustva

Na temelju postojeće povezanosti i interesa moguće je napraviti prijedlog emitivnih tržišta

**Tablica 34 Prijedlog emitivnih tržišta za destinaciju Senj sukladno utvrđenim tržišnim nišama**

Tržište	Potencijal	Posebnosti
Njemačka	Visok broj dolazaka u Hrvatsku, lojalnost destinacijama	Naglasak na prirodu, aktivni i kulturni turizam
Austrija	Geografska blizina, jezična bliskost	Cikloturizam, obiteljski odmor
Poljska	Rast interesa za Jadran	Fokus na pristupačne i sadržajne destinacije
Češka / Slovačka	Tradicionalni gosti	Obiteljski turizam, kamping
Italija	Blizina i poznatost regije	Posebni itinerari kroz oba dijela Jadrana
Nizozemska i Skandinavija	Zanimanje za prirodu i aktivni odmor	Eko-turizam, hiking, adventure

UK & Irska	Tržišta s visokom potrošnjom	Potrebna jača marketinška vidljivost i prijevoz
Francuska	Zanima ih kultura i autentičnost	Male kulturne destinacije van glavnih ruta

### Zaključne preporuke

- Početi od pilot suradnje s 3–5 turoperatora s ključnih tržišta (Njemačka, Austrija, Poljska).
- Organizirati studijska putovanja (fam trips) za strane agencije i novinare.
- Stvoriti lokalne tematske ture (kulturne, planinske, gastronomske) koje se mogu jednostavno uklopiti u aranžmane.
- Fokusirati promociju na manje poznate autentične doživljaje, umjesto masovnog turizma.

### Veza: 2.12.22. Prijedlog suradnji s trećim stranama

U tablici niže dat je prijedlog suradnji s trećim stranama za destinaciju Senj

**Tablica 35 Prijedlozi suradnje s trećim stranama za destinaciju Senj**

Vrsta partnera	Cilj suradnje	Aktivnosti / Prijedlozi	Primjeri / Alati
Mediji (klasični i online)	Povećanje vidljivosti kroz novinske i online članke	- Press putovanja za novinare - Gostujući članci - Tematske reportaže - Suradnja s turističkim portalima	National Geographic Traveler, Lonely Planet, Jutarnji Putovanja, Turistički burza
Influenceri i blogeri	Autentična promocija na društvenim mrežama	- Influencer putovanja - Nišna ciljana suradnja (outdoor, kultura, obitelj) - Hashtag kampanje - Recenzije i video sadržaj	Instagram, TikTok, YouTube (npr. @croatiafulloflife, @exploringcroatia)
Turističke platforme i portali	Digitalna promocija i bolja prepoznatljivost online	- Optimizacija profila destinacije - Uključivanje lokalnih iskustava i smještaja - Virtualne ture - SEO članci i opisi	TripAdvisor, Booking, Komoot, OutdoorActive, Airbnb Experiences
Obrazovne i kulturne institucije	Jačanje kulturnog i edukativnog imidža destinacije	- Partnerstva za istraživanja i projekte - Digitalizacija baštine - Natječaji za video/foto sadržaje mladih	Sveučilišta, turističke škole, muzeji, kulturne udruge
Turoperatori i turističke agencije	Uključivanje Senja u aranžmane i pakete	- Suradnja s agencijama koje nude Hrvatsku - Razvoj prodajnih alata (brošure, itinerari) - Edukacije za agente	TUI, Jet2Holidays, Kompas, Id Riva Tours
Lokalni i regionalni mediji	Uključivanje lokalne zajednice	- Redovito uključivanje događanja - Informativne emisije i reportaže - Podcast o destinaciji	Radio Senj, lokalni portali, društvene stranice zajednice
Specijalizirani portali i blogovi	Pozicioniranje Senja među nišnim publikama	- Outdoor sadržaji - Kultura i baština - Aktivni turizam - Gastro i lokalni proizvodi	Hiking Croatia, Croatia Underrated, Gastro.hr

### Veza: 2.12.23. Preporuke vezane uz konkurenciju

Kako bi se uspješno anulirao utjecaj izravne i neizravne konkurencije trebalo bi:

#### 1. Prepoznati glavne konkurentske destinacije

Senj se nalazi u jedinstvenoj poziciji između Kvarnera i Dalmacije te se prirodno natječe s:

**Tablica 36 Destinacije konkurenti destinaciji Senj**

Konkurentske destinacije	Zajedničke značajke
<b>Novi Vinodolski</b>	Obalni grad s kulturnom baštinom i obiteljskim turizmom
<b>Crikvenica</b>	Razvijenija infrastruktura, već prepoznat brand obiteljskog i zdravstvenog turizma
<b>Karlobag</b>	Manja destinacija s planinsko-morskim karakterom, mirnija i manje razvijena
<b>Rab</b>	Otok s bogatom poviješću i razvijenim kulturnim turizmom, bolja prometna povezanost brodovima

#### 2. Glavne slabosti Senja u odnosu na konkurenciju

- **Nejasno komunicirana ponuda destinacije** u smislu prepoznatljivosti i stvaranja svijesti o destinaciji kod potencijalnih turista
- **Niža prepoznatljivost brenda** – Senj nije dovoljno marketinški prisutan u promotivnim kanalima (npr. agencije, digitalne platforme).
- **Slabija turistička infrastruktura** – manji broj kvalitetno opremljenih smještajnih kapaciteta i ugostiteljskih objekata.
- **Nedovoljna valorizacija kulturne baštine** – Tvrđava Nehaj i glagoljaška tradicija još nisu dovoljno iskorišteni u storytelling turizmu.
- **Ograničena ponuda izvan sezone** – nema dovoljno događanja, animacije ni specijaliziranih tura izvan glavne sezone.

#### 3. Komparativne prednosti Senja koje treba istaknuti

- **Autentičnost i identitet:** Senjska bura, glagoljica, Tvrđava Nehaj – svi su snažni kulturno-povijesni simboli koji nemaju pandan u regiji.
- **Pristup planini i moru:** Jedinstvena pozicija na spoju Velebita i mora omogućuje raznovrsne aktivnosti (planinarenje, biciklizam, kupanje).
- **Manje gužve i "slow tourism":** Idealan za turiste koji traže mir, autentičnost i lokalna iskustva, što je trend među putnicima iz Skandinavije i Zapadne Europe.
- **Ekološka očuvanost i lokalna gastronomija:** Prostor za razvoj eko- i gastro-turizma (npr. proizvodi od bure, lokalni sir, med, rakije).

#### 4. Preporuke za diferencijaciju od konkurencije

*A. Fokusirati se na tematski turizam:*

- **Kulturni turizam:** razviti priču o Senjskoj biskupiji, glagoljici, Uskocima – putem vodiča, interpretacijskih centara, aplikacija i tura.
- **Aktivni turizam:** označiti i digitalizirati planinarske i biciklističke staze (povezane s Velebitom), promovirati sportske ture za entuzijaste.
- **Eko i "slow travel":** ponuditi pakete koji uključuju boravak u prirodi, lokalnu hranu, radionice (npr. kuhanje, ribolov, izrada suvenira).

*B. Razviti prepoznatljiv vizualni identitet i kampanju:*

- Branding kampanja: na primjer kampanja “**Senj – Grad bure i baštine**”, koja ujedinjuje lokalne specifičnosti s emocionalnim storytellingom.
- Vizualni sadržaji: kvalitetne fotografije i video priče koje ističu dramatičnu prirodu, povijesnu jezgru i mir koji Senj nudi.

*C. Jačanje ponude u predsezoni i posezoni:*

- Organizirati festivale, radionice i kulturne manifestacije van srpnja i kolovoza (npr. festival glagoljice, Dani bure, biciklističke utrke).
- Suradnja s školama i udrugama za edukacijski turizam.

Ključne konkurentске prednosti su **autentična povijest, spoj planine i mora te snaga lokalnog identiteta (bura, glagoljica, Uskoci)** – sve to treba biti temelj brendiranja i promocije.

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



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

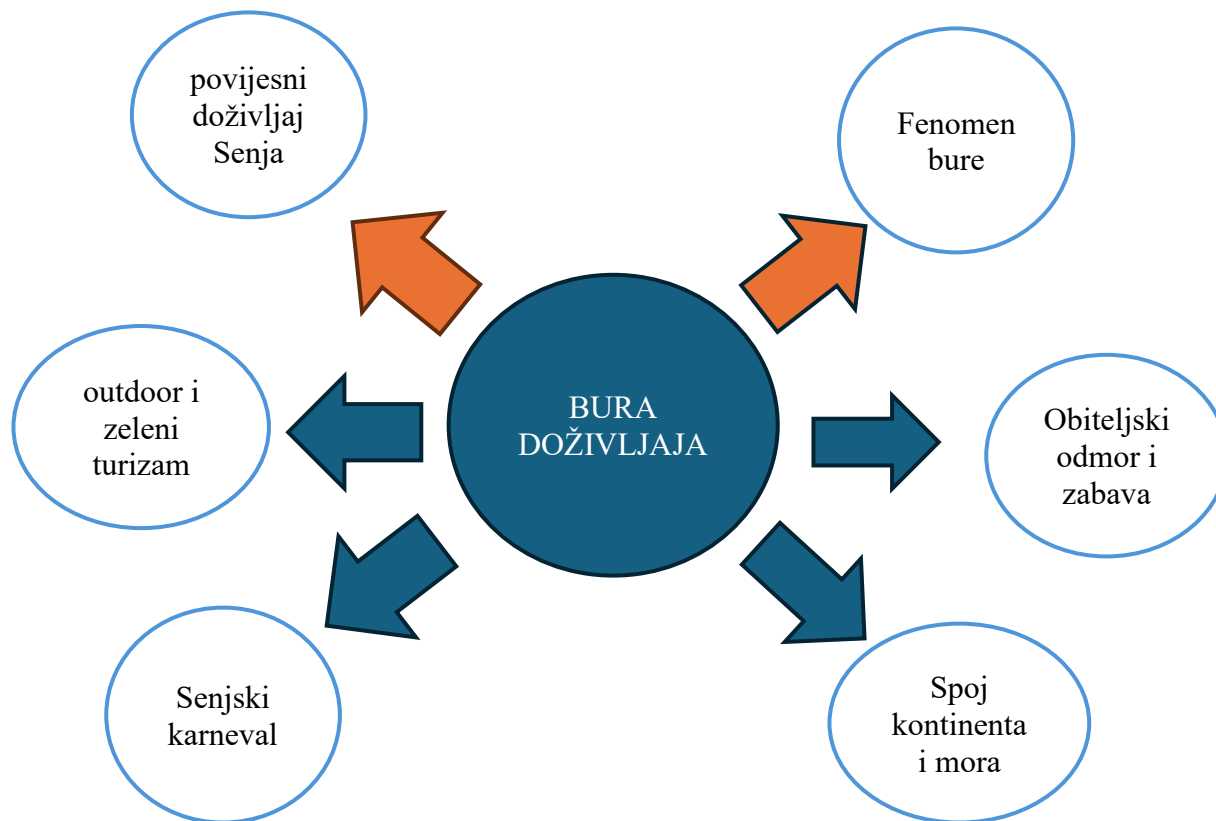
Pozicioniranje je ključno jer određuje kako se destinacija percipira u odnosu na konkurenciju i pomaže privući ciljne skupine turista s interesima koji odgovaraju njezinoj ponudi.

U kontekstu Ličko-senjske županije, gdje dominiraju Plitvička jezera i Velebit kao glavni magneti, **Senj najveća i administrativno najvažnija obalna destinacija Ličko-senjske županije** s urbanim karakterom i bogatom povijesnom jezgrom. Dok je **Karlobag** manji obalni gradić, a **Novalja** izrazito sezonska i festivalski orijentirana destinacija (na otoku Pagu), **Senj nudi spoj mora, kulturne baštine i planinskog zaleđa**, što ga čini specifičnim i strateški važnim u turističkoj strukturi županije – time zauzima jedinstvenu poziciju spoja mora i planine. Drugim riječima – Senj ima **najraznolikiju osnovu za razvoj održivog, cjelogodišnjeg turizma** u obalnom dijelu županije.

Bogatstvo raznolikosti ponude destinacije Senj komunicirana je kroz slogan "Senj - bura doživljaja" kojim je kao lajt motiv naglašena bura kao komparativna prednost ali je i manje vidljiv drugi značajan jedinstven element koji može privući turiste - senjska bogata povijest i kultura.

Upravo zato turistička ponuda destinacije Senj pod sloganom „Bura doživljaja“ treba biti jasno strukturirana i segmentirana kako bi potencijalni turisti lako razumjeli širok spektar sadržaja i doživljaja. Prijedlog strukturirane ponude prezentiran je na Shemi 1.

**Shema 1 Koncept turističke ponude pod sloganom "Bura doživljaja"**



## Primjer koncept turističke ponude “Bura doživljaja” u Senju:

### 1. Glavne tematske cjeline (paketi doživljaja)

#### GLAVNI:

- **Povijesni doživljaj Senja**  
Obilasci tvrđave Nehaj, muzeja i starih utvrda, tematske ture o Uskocima i lokalnoj povijesti uz interaktivne radionice i priče lokalnih vodiča.
- **Fenomen bura – prirodni doživljaj bure** - Organizirani izleti i edukativni programi o buri, njeno praćenje kroz vidikovce, wellness programi s naglaskom na blagotvorno djelovanje bure i zdravlja.

#### PRATEĆI:

- **Senjski karneval** - turistička valorizacija najstarijeg hrvatskog karnevala
- **Spoj kontinentalnog i morskog**  
Kombinacija izleta u okoliš (planinarenje, biciklizam u prirodi) i morskih aktivnosti (kupanje, ribarenje, vožnja brodom), s gastro turama koje spajaju kopnene i mediteranske okuse.
- **Obiteljski odmor i zabava**  
Sadržaji prilagođeni djeci i roditeljima – dječja igrališta, mini zoo, obiteljski izleti i radionice, tematski parkovi i animacije.
- **outdoor i zeleni turizam**

### 2. Jasna i atraktivna prezentacija

- Svaki paket treba imati osobni naziv, “priču”, vizualni identitet i ključne informacije (trajanje, težina, ciljna skupina, cijena).
- Kratki promotivni video i foto materijali za svaki paket na webu i društvenim mrežama.
- Intuitivna destinacijska web platforma gdje turist bira paket prema interesima.
- Mogućnost kombiniranja paketa prema vlastitim željama (modularan pristup).
- Mogućnost rezervacije tura, smještaja i wellness usluga u jednom koraku.

Tablica 37 Godišnji plan aktivnosti za ostvarenje koncepta „Bura doživljaja“ u destinaciji Senj

Mjesec	Aktivnosti	Kampanje	Kanali oglašavanja	Cilj
<b>Siječanj - Ožujak</b>	Izrada vizuala i promotivnih materijala; lansiranje web platforme; edukacija pružatelja usluga	„Upoznajte Senj – Bura doživljaja čeka na vas“	Društvene mreže (Instagram, Facebook), influencer marketing	Izgradnja brenda i povećanje angažmana turista
<b>Travanj - Lipanj</b>	Promocija wellness programa i tematskih radionica; priprema ljetnih paketa	„Započnite godinu zdravijim izborom - wellness i priroda u Senju“	Časopisi i portali o zdravlju, Google Ads	Privući goste izvan sezone, povećati popunjenost wellness kapaciteta
<b>Srpanj - Rujan</b>	Realizacija obiteljskih i morskih programa; organizacija festivala, izleta i karnevala	„Ljeto ispunjeno doživljajima – bura, more i zabava za cijelu obitelj“ / „Senjska maskenbal avantura“	YouTube video oglasi, Facebook grupe, Instagram, turističke agencije	Maksimizirati broj gostiju i produžiti njihov boravak
<b>Listopad - Prosinac</b>	Fokus na kulturne i povijesne sadržaje; razvoj zimskih wellness paketa; božićni event	„Otkrijte bogatu povijest i jesensku čaroliju Senja“	Kulturni časopisi, email marketing, specijalizirani portali	Produžiti sezonu, ciljano privlačiti kulturne i wellness turiste
<b>Cjelogodišnje</b>	SEO optimizacija weba; redovno objavljivanje na društvenim mrežama; suradnja s lokalnim medijima i agencijama	Najava sezonskih aktivnosti i kontinuirane promocije	Web, društvene mreže, Google Ads, lokalni mediji	Održavanje stalnog interesa, povećanje vidljivosti destinacije

Ovaj plan aktivnosti omogućuje sistematičan, ciljano usmjeren razvoj i promociju destinacije pod sloganom „Bura doživljaja“ kroz cijelu godinu s fokusom na povećanje broja gostiju i kvalitete njihovog doživljaja.

#### 4. Sezonska i cjelogodišnja raznolikost

- Jasno označiti što je dostupno tijekom glavne sezone (plaže, mora) i što je za kontinentalno doba godine (planinski izleti, prirodni wellness, kulturni događaji).
- Promovirati cjelogodišnje wellness i kulturne ponude koje nadopunjuju sezonske sadržaje.

#### 5. Komunikacija i edukacija

- Organizirati radionice i prezentacije za lokalne pružatelje usluga o značaju jasne i privlačne ponude.
- Uključiti digitalne vodiče i mobile aplikacije za samostalno istraživanje

Turist će kroz jasno segmentirane i vizualno privlačne pakete “Bura doživljaja” brzo razumjeti što može doživjeti u Senju i moći će birati ponudu prema svojim željama i potrebama. Time se izbjegava konfuzija kod prevelike raznolikosti i potiče bolji turistički doživljaj i zadržavanje turista u destinaciji.

**Tablica 38 Glavne atrakcije i jedinstvenosti destinacije Senj**

Vrsta atrakcije	Opis / Jedinstvenost
Tvrđava Nehaj	Ikonična povijesna utvrda iz 16. stoljeća, simbol Senja i senjskih uskoka – idealna za kulturni turizam.
Senjska bura	Klimatska i prirodna posebnost – snažna lokalna bura s potencijalom za brendiranje gastronomije i outdoor turizma.
Stara gradska jezgra	Autentična arhitektura, srednjovjekovne ulice i sakralni objekti – neiskorišteno za tematske ture.
Senjski karneval	Najstariji karneval u Hrvatskoj
Blizina Velebita	Neposredan pristup NP Sjeverni Velebit i PP Velebit – potencijal za planinarski, biciklistički i eko-turizam.
Kultura glagoljice i uskoka	Duboka povijesna i jezična baština – rijetka u Europi, odlična osnova za edukativni i kulturni turizam.
Festival i karneval u Senju	Jedan od najstarijih ljetnih karnevala u Hrvatskoj – autentično i zabavno iskustvo za posjetitelje.

Ključne preporuke za pozicioniranje:

1. **Razviti tematsku turističku ponudu** (kultura, aktivni odmor, gastronomija).
2. **Ubrzati digitalnu vidljivost** – web stranica, društvene mreže, Google Maps, TripAdvisor.
3. **Brendirati Senj kroz jedinstvene elemente:** Uskoci, bura, Tvrđava Nehaj, glagoljica, spoj planine i mora.
4. **Stvarati partnerstva** – s nacionalnim parkovima, lokalnim zajednicama, agencijama i influencerima.
5. **Uložiti u sadržaj izvan sezone** – manifestacije, vikend paketi, edukativni turizam.

Kada se ocjenjuju atrakcije destinacije Senj prema dva temeljna kriterija

- **Razvojni potencijal** (koliko se može dodatno razviti kao turistički proizvod)
- **Marketinški potencijal** (koliko je atraktivno za promociju i brendiranje)

Ocjene su od 1 (nizak potencijal) do 5 (vrlo visok potencijal) slijedeće:

**Tablica 39 Ocjena atrakcija destinacije Senj kao turističkih proizvoda**

Atrakcija	Razvojni potencijal	Marketinški potencijal	Komentar
Tvrđava Nehaj	4	5	Ikoničan simbol Senja, idealan za storytelling, no potrebna modernizacija interpretacije.
Senjska bura	5	4	Jedinstvena prirodna pojava – potencijal za tematske ture, gastro i outdoor branding.
Stara gradska jezgra	4	3	Autentična i povijesna, ali nedovoljno interpretirana i turistički aktivirana.
Blizina Velebita (NP/PP)	5	4	Ogroman potencijal za aktivni turizam – potrebno jače povezivanje s destinacijom.
Kultura glagoljice i uskoka	4	5	Snažna povijesna i identitetska vrijednost – odlična osnova za kulturni i edukativni turizam.
Senjski ljetni karneval	3	4	Događaj s potencijalom za brendiranje

Najveći razvojni i marketinški potencijal imaju **Uskoci, Tvrđava Nehaj, bura, karneval, Velebit, te glagoljaška i Uskočka baština** – upravo oni trebaju činiti **temelj strateškog turističkog proizvoda Senja**.

**Marketinška strategija za atrakcije destinacije Senj**, temeljena na tablici koju smo prethodno ocijenili – s jasnim ciljevima, ciljnim skupinama, komunikacijskim kanalima i prijedlogom konkretnih aktivnosti za svaku atrakciju izgledala bi ovako:

**Tablica 40 Marketinška strategija po atrakcijama destinacije Senj**

Atrakcija	Ciljna publika	Glavni komunikacijski kanal	Ključne aktivnosti/promotivne ideje
Tvrđava Nehaj	Kulturni turisti, obitelji, školske grupe	Web stranica, društvene mreže, edukativni portali	- 3D virtualna šetnja i aplikacija s AR vodičem - Video kampanja „Na vrhu Senja“ - Interaktivne radionice za djecu i škole
Senjska bura	Avanturisti, foodies, digitalni nomadi	Influenceri, blogovi, YouTube	- Brendiranje proizvoda „Izloženo buri“ (sir, rakija, suhomesnato) - Bura experience tour: foto-točke, priče lokalaca - Tematski sadržaj: „Što je bura donijela?“
Stara gradska jezgra	Kulturni putnici, stariji turisti, parovi	TripAdvisor, vodiči, Google Maps	- QR kodovi i digitalni vodič za samostalno istraživanje - Večernje ture uz glazbu i degustacije - Storytelling ruta „Legende Senja“
Blizina Velebita	Planinari, outdoor entuzijasti, kampisti	Outdoor forumi, specijalizirani portali	- Paket „Od mora do vrha“ (planinarenje + kupanje) - Bike & hike vodič - Suradnja s parkovima (kombi transfer, zajednički promo)
Glagoljica i uskoci	Kulturni entuzijasti, edukativne grupe, studenti	YouTube, TikTok (edutainment), školski portali	- Mini-serijal „Pisma kamena“ (video priče o glagoljici) - Escape room „Uskokova tajna“ - Dan glagoljice: radionice i kaligrafija

Senjski karneval	Mladi, zabave željni turisti, influenceri	Instagram, TikTok, turističke agencije	- Hashtag kampanja #KarnevalSenj - Aftermovie i reels za privlačenje mlađe publike - „Doživi masku“ – najam nošnji i foto spotovi
------------------	---	--	---

Dodatne strateške smjernice:

- **Konzistentni vizualni identitet:** sve kampanje trebaju koristiti zajedničku estetiku, boje i slogane.
- **Korištenje lokalnih ambasadora:** uključiti Senjane (posebno mlade) u promociju destinacije kroz vlastite priče.
- **Suradnje:** s Nacionalnim parkovima, lokalnim OPG-ovima, kulturnim udrugama i digitalnim nomadima.

A cylindrical stone tower with a tiled roof and decorative battlements. The tower is constructed from light-colored, textured stone blocks. The roof is covered in red tiles. The battlements are made of stone and have a decorative, scalloped shape. The tower is surrounded by a black metal railing. The background is a clear blue sky.

**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 41 Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti**

	<b>Pokazatelj</b>	<b>Područje održivosti</b>	<b>Kod pokazatelja/ Tematsko područje</b>
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	OUD-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: Strategija) i Nacionalnim planom razvoja održivog turizma do 2027. godine (u daljnjem tekstu: Nacionalni plan)	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 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.		
<b>Podatci</b>	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« ( <a href="https://podaci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx">https://podaci.dzs.hr/media/bz5hplcj/gradovi-u-statistici.xlsx</a> ) PC-Axis baza podatka 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.		
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		<p>Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika <i>pokazatelj</i></p> $= \frac{\text{ukupan broj noćenja turista u vršnom mjesecu}}{\text{broj dana u vršnom mjesecu} \cdot \text{broj stalnih stanovnika u destinaciji}}$ <p>Pod pojmom »vršni mjesec« misli se na mjesec u kojem je ostvaren najveći broj noćenja.</p>		
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje		
<b>2025 (početna vrijednost)</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

### 1.1.2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom (ZL-2)</b>
-------------------------------------	---

<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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	
<b>Podatci</b>	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	
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom u destinaciji računa se kao omjer broja ispitanika zadovoljnih turizmom i ukupnog broja ispitanika.</p> <p>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.</p> <p>Udio lokalnog stanovništva zadovoljnih turizmom i udio stanovnika koji ostvaruju koristi od turizma u destinaciji procjenjuje se pitanjima koja su definirana smjericama za provođenje primarnih istraživanja.</p>		
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine		
	<b>2025 (početna vrijednost)</b>	<b>2026</b>	<b>2029</b>

## 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)	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Neto spremnost na preporuku smatra se jednim od glavnih standarda za vrednovanje iskustva korisnika</p>

		<p>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 of mouth) ujedno su jedan od najvažnijih izvora informacija prilikom odabira destinacije putovanja, te u kombinaciji s pokazateljem o zadovoljstvu daje pravu sliku utiska same destinacije.</p>
	Podpokazatelji (opcionalno)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Udio (%) turista koji borave u ko – mercijalnim smještajnim objektima i jednodnevnih posjetitelja koji su zadovoljni boravkom u destinaciji</li> <li>– Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u sezoni</li> <li>– Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji u predsezoni ili posezoni</li> <li>– Neto spremnost na preporuku destinacije u sezoni</li> <li>– Neto spremnost na preporuku destinacije u predsezoni ili posezoni</li> </ul>
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji</li> <li>2. nepotvrđivanje očekivanja</li> <li>3. usporedba s idealnim boravkom</li> <li>4. namjera preporuke destinacije prijateljima, rodbini ili kolegama</li> </ol>
	Mjerna jedinica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1., 2. i 3. Prosječna vrijednost zadovoljstva turista i jednodnevnih posjetitelja</li> <li>4. Udio (%) promotora (eng. promoters) odnosno onih koji</li> </ol>

		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	
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		<p>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</p> <p>Vrijednosti pokazatelja mjere se pomoću varijabli/pitanja koja su definirana smjericama za provođenje primarnih istraživanja, donesenih od strane ministarstva nadležnog za poslove turizma.</p>	
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake dvije godine za ITR I i II, za ITR III i IV svake četiri godine	
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2029</b>

### 1.3. Pristupačnost destinacije

#### 1.3.1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom PD-1</b>
-------------------------------------	--

<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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.
<b>Podatci</b>	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
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		$EA$ – broj svih evidentiranih atrakcija u destinaciji $EAP$ – broj atrakcija pristupačnih osobama s invaliditetom $Udio\ pristupačnih\ atrakcija = \frac{EAP}{EA} \times 100$
<b>Učestalost mjerenja</b>		Svake dvije godine
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		2026                      2029

#### 1.4. Sigurnost destinacije

##### 1.4.1. Broj organiziranih turističkih ambulanti

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Broj organiziranih turističkih ambulanti (SD-1)	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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
<b>Obilježja podataka</b>	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
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Pokazatelj je informacija o broju ambulanti u destinaciji, te se broj direktno preuzima i služi kao pokazatelj.

Učestalost mjerenja	Jednom godišnje				
	2025 (početna vrijednost)	2026	2027	2028	2029

## 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
<b>Obilježja podataka</b>	Naziv	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (<math>m^3</math>)</li> <li>2. Ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (<math>m^3</math>)</li> <li>3. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja</li> <li>4. Broj ostvarenih turističkih noćenja u smještaju u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja</li> <li>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</li> </ol>
	Mjerna jedinica	N/P
	Izvor /potencijalni izvor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Javni isporučitelji vodne usluge – Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode</li> <li>2. Javni isporučitelji vodne usluge – Vodovod/komunalno poduzeće, interni izvještaji o mjesečnoj potrošnji vode</li> <li>3. – 5. eVisitor</li> <li>6. DZS, Naselja obuhvaćena mrežom javne vodoopskrbe i Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)</li> </ol>
	Dostupnost i podatkovni jaz	1. – 6. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1 – 6. Svake dvije godine
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>Pokazatelj se izračunava kao omjer (%) finalne potrošnje vode po noćenju turista (<math>m^3</math>) u smještajnim objektima destinacije i u odnosu na potrošnju vode po stanovniku destinacije (<math>m^3</math>).</p> <p><math>F_1</math> – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja  <math>F_2</math> – ukupna finalna potrošnja vode u kućanstvima i smještajnim objektima kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja  <math>T_1</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja  <math>T_2</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja  <math>N_1</math> – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)  <math>N_2</math> – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)</p>	

	<p><math>S</math> – broj stanovnika u destinaciji</p> $\text{potrošnja vode po noćenju turista} = \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ $\text{potrošnja vode po noćenju stanovnika} = \frac{1}{S} \left( \frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ <p>omjer potrošnje vode po noćenju turista i stanovnika</p> $= \frac{\text{potrošnja vode po noćenju turista}}{\text{potrošnja vode po noćenju stanovništva}} \times 100$ <p>Alternativna metoda: Anketa gospodarskih subjekata u turizmu u smještajnim objektima = norma potrošnje vode turista po noćenju / potrošnja vode</p>	
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine	
2025 (početna vrijednost)	2027	2029

## 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

<b>Obilježja pokazatelja</b>	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	<p>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.</p> <p>Noćenja turista jesu svaka registrirana noć osobe (turista) u objektu koji pruža uslugu smještaja (prijavljena noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju u sustavu eVisitor).</p> <p>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.</p>
	Podpokazatelj (opcionalno)	N/P
<b>Obilježja podataka</b>	Naziv	<p>1. Ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (tone)</p> <p>2. Ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (tone)</p> <p>3. Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima destinacije u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja</p> <p>4. Ukupan broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima destinacije u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja</p> <p>5. Broj stanovnika u destinaciji</p>
	Mjerna jedinica	<p>1. i 2. tone</p> <p>3, 4 i 5. N/P</p>
	Izvor /potencijalni izvor	<p>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</p> <p>3. – 4. eVisitor</p> <p>5. DZS, Popis stanovništva RH (godišnje procjene)</p>

	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	<p>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</p> <p><math>F_1</math> – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja (tone)  <math>F_2</math> – ukupne količine komunalnog otpada nastalog u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja  <math>T_1</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem noćenja  <math>T_2</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja  <math>S</math> – broj stanovnika u destinaciji  <math>N_1</math> – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)  <math>N_2</math> – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)  <math>W_{TN}</math> – količina otpada po turističkom noćenju,</p> $W_{TN} = \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ <p><math>W_{RN}</math> – količina otpada po noćenju stanovnika,</p> $W_{RN} = \frac{1}{S} \left( \frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ <p><math>W_T</math> – 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 (<math>T_2</math>) i količine otpada po turističkom noćenju (<math>W_{TN}</math>),</p> $W_T = T_2 \times W_{TN}.$ <p><math>W_R</math> – količina otpada od lokalnog stanovništva u destinaciji u vremenskom intervalu (mjesec s najvećim brojem noćenja). Izračunava se kao umnožak broja stanovnika (<math>S</math>), broja dana u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem noćenja (<math>N_2</math>) i količine otpada po noćenju stanovnika (<math>W_{RN}</math>),</p> $W_R = S \times N_2 \times W_{RN}.$	

	<p>omjer količine komunalnog otpada koji su proizveli turist u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju i lokalno stanovništvo</p> $(za\ promatrani\ period) = \frac{W_T}{W_R}$	
Učestalost mjerenja	Svake dvije godine	
2025 (početna vrijednost)	2027	2029

### 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	<p>Cilj 13: Klimatske promjene – zaštita prirodnih područja doprinosi ublažavanju klimatskih promjena kroz očuvanje šuma i drugih ekosustava koji apsorbiraju ugljikov dioksid.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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
<b>Podatci</b>	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	Biportal Biportal Podatci JLS-a
	Dostupnost podataka i podatkovni jaz	1. – 3. Podatak je dostupan
	Periodičnost prikupljanja podataka	1. – 3. Na razini godine

<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	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	
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake četiri godine	
<b>2025 (početna vrijednost)</b>	<b>2026</b>	<b>2029</b>

## 2.4. Održivo upravljanje energijom

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

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva destinacije (UEN-1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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
<b>Obilježja podataka</b>	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
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p>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).</p> <p><math>F_1</math> – ukupna finalna potrošnja el. energije u kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanje ostvarenim brojem noćenja  <math>F_2</math> – ukupna finalna potrošnja el. energije kućanstvima i smještajnim objektima u destinaciji kalendarskom mjesecu s najviše ostvarenih noćenja  <math>T_1</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najmanjim ostvarenim brojem noćenja  <math>T_2</math> – broj ostvarenih turističkih noćenja u smještajnim objektima u kalendarskom mjesecu s najvećim ostvarenim brojem noćenja  <math>S</math> – broj stanovnika u destinaciji  <math>N_1</math> – broj dana u mjesecu s najmanjim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)  <math>N_2</math> – broj dana u mjesecu s najvećim brojem turističkih noćenja (28/29/30/31)</p>	

	<p><i>potrošnja el. energije po noćenju turista</i></p> $= \frac{F_2 N_1 - F_1 N_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2}$ <p><i>potrošnja el. energije po noćenju stanovnika</i></p> $= \frac{1}{S} \left( \frac{T_2 F_1 - T_1 F_2}{T_2 N_1 - T_1 N_2} \right)$ <p><i>omjer potrošnje el. energije po noćenju turista i stanovnika</i></p> $= \frac{\text{potrošnja el. energije po noćenju turista}}{\text{potrošnja el. energije po noćenju stanovnika}} \times 100$		
Učestalost mjerenja	Svake četiri godine		
	2025 (početna vrijednost)	2026	2029

## 2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama

### 2.5.1. Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika (UPK-1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Pokazatelj</b>	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
<b>Podatci</b>	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
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		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	
2025 (početna vrijednost)	2027	2029

### 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.			
<b>Podatci</b>	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.			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		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.			
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

--	--	--	--	--

### 3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji

Pokazatelj (kod pokazatelja)	Prosječna duljina boravka turista u destinaciji (TP-2)	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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 skraćivanja 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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najvećim brojem ostvarenih turističkih noćenja</li> <li>– Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u kalendarskom mjesecu s najmanjim brojem ostvarenih turističkih noćenja</li> <li>– Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u komercijalnom smještaju</li> <li>– Prosječna duljina boravka turista u destinaciji u nekomercijalnom smještaju</li> </ul>
<b>Podatci</b>	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			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Prosječna duljina boravka turista u destinaciji $= \frac{\text{Ukupan broj registriranih noćenja u destinaciji}}{\text{Ukupan broj dolazaka turista u destinaciju}}$			
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

### 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu

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

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema satima rada</li> <li>– Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane po spolu, godišnji prosjek</li> <li>– Prosjek broja zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane u odnosu na ukupan broj zaposlenih (%)</li> </ul>
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Broj zaposlenih prema mjestu rada</li> <li>2. Broj zaposlenih u djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane</li> </ol>

	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			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Podaci se preuzimaju iz službenih administrativnih izvora			
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

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

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (PGS-2)</b>				
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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 (opcionarno)	– dodana vrijednost gospodarskih subjekata registriranih na području destinacije ostvarena tijekom godine – bruto dobit/gubitak gospodarskih djelatnosti registriranih na području destinacije ostvaren tijekom godine
<b>Podatci</b>	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			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		Podaci će na zahtjev biti dostupni u Ministarstvu			
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

#### 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

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija (TI-1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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 attribute 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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– popisi kulturnih dobara (opcionalno, uključujući procjenu i naznaku ranjivosti)</li> <li>– identifikacija i popisivanje nematerijalne kulturne baštine</li> <li>– popis lokaliteta i dobara prirodne baštine s naznakom vrste, stanja očuvanja i ranjivosti.</li> </ul>
<b>Podatci</b>	Naziv podataka	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Popis i vrsta zaštićenih kulturnih dobara</li> <li>2. Popis i vrsta kulturnih dobara nacionalnog značaja</li> <li>3. Popis i vrsta preventivno zaštićenih dobara</li> </ol>

		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.			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>					
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

#### 4.2. Održivo upravljanje destinacijom

##### 4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom (OUD -1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	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.

		<p>Cilj 8: Dostojan rad i ekonomski rast – Strategije koje promiču održivi razvoj turističkih destinacija mogu doprinijeti održivom ekonomskom rastu i stvaranju kvalitetnih radnih mjesta.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
	<p>Povezanost sa Strategijom i Nacionalnim planom</p>	<p>Strateški cilj: Otporan turizam                  Posebni cilj: Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog razvoja</p>
<p><b>Obilježja pokazatelja</b></p>	<p>Definicija</p>	<p>Pokazatelj je definiran kao praćenje statusa implementacije Plana upravljanja, pri čemu je polazište terminski plan aktivnosti i njihove implementacije</p>
	<p>Opis i svrha</p>	<p>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.</p>
	<p>Podpokazatelji (opcionalno)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Objavljeni dokument strategije i/ili akcijskog plana destinacije.</li> <li>– Strategija/plan su jasno vidljivi i dostupni online.</li> <li>– Udio implementiranih aktivnosti iz plana (Implementirana aktivnost je aktivnost koja je u potpunosti provedena, završena, te postoje informacije u učinku iste)</li> </ul>

<b>Podatci</b>	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			
<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>		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.			
<b>Učestalost mjerenja</b>		Jednom godišnje			
<b>2025 (početna vrijednost)</b>		<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>

#### 4.3. Održivo upravljanje prostorom

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

<b>Pokazatelj (kod pokazatelja)</b>	<b>Broj ostvarenih noćenja u smještajnim objektima destinacije po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS (OUP-1)</b>	
<b>Povezanost pokazatelja sa sustavima</b>	Povezanost pokazatelja s međunarodnim sustavima	UN TOURISM – MST (prilagodba) – Broj posjetitelja po hektaru građevinskog područja
	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
<b>Obilježja pokazatelja</b>	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.
	Podpokazatelji (opcionalno)	-
<b>Podatci</b>	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

<b>Metodologija izračuna pokazatelja</b>	<p><math>T_N</math> – broj turističkih noćenja unutar destinacije ostvarenih u jednoj godini</p> <p><math>P_S</math> – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama stanovanja (ha)</p> <p><math>P_M</math> – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama mješovite namjene ((pretežito stambene namjene) (ha)</p> <p><math>P_T</math> – površina izgrađenog građevinskog zemljišta u zonama predviđenim za odvijanje ugostiteljsko-turističke aktivnosti</p> <p><i>broj turističkih noćenja u komercijalnom i nekomercijalnom smještaju</i></p> <p><i>po izgrađenoj građevinskoj površini</i> <math>= \frac{T_N}{P_S + P_M + P_T}</math></p>	
<b>Učestalost mjerenja</b>	Svake dvije godine	
<b>2025 (početna vrijednost)</b>	<b>2027</b>	<b>2029</b>

Izvor: Pravilnik o pokazateljima za praćenje razvoja i održivosti turizma, Narodne Novine 112/24

Podaci za izračun pokazatelja održivosti destinacije prikupljeni su primarno iz javno dostupnih izvora i službenih evidencija javnopravnih tijela putem integriranog informacijskog sustava turizma.



**6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA**

## 6. RAZVOJNI SMJER SA MJERAMA I AKTIVNOSTIMA

Analizom strateških dokumenata koji se odnose na turizam na regionalnoj i lokalnoj razini primjetno je da se destinacija Senj **spominje** kao važna točka turizma, ali:

- bez **jasne, provedene vizije kulturno-povijesnog brendiranja** (Nehaj, Uskoci, bura, glagoljica).
- Županijski dokumenti primarno naglašavaju **infrastrukturno-ruralni i ekološki aspekt**.

Strategija razvoja Grada Senja za razdoblje 2015–2020 jasno navodi da Senj želi postati “prepoznatljiva turistička destinacija očuvane kulturne i prirodne baštine”, uz naglasak na kvalitetne smještajne kapacitete i lokalne proizvode. Grad Senj ima Prostorni plan uređenja (noveliziran 2022.), koji u posebnoj glavi pokriva i turizam, prostor za kulturnu baštinu i prometne kapacitete iz čega je vidljivo da ispravno prepoznaje svoju resursnu osnovu i njezin značaj u daljnjem razvoju.

Županijska Strategija razvoja turizma i više (zastarijelih) strateških dokumenata (npr. Turistički masterplan 2008.) spominju Senj, ali u okviru općeg turističkog potencijala obale dok je naglasak na investicijama u pomorsku i lučku infrastrukturu. Fokus je pretežno na ruralnom, gastro i ekološkom turizmu, te infrastrukturnim ulaganjima – bez detaljnih najava projekata vezanih uz Tvrđavu Nehaj ili Uskoke. Ličko-senjska županija redovito navodi Senj kao jednu od priobalnih destinacija, ali naglasak je na infrastrukturnim i ruralnim segmentima. Kulturno-povijesni potencijal grada se ne tematizira eksplicitno.

Grad Senj treba razviti **jasnu i provedivu strategiju kulturnog turizma** (usmjerena na Nehaj, manifestacije, interpretaciju baštine). Ta strategija treba se zakonski inkorporirati i županijske strateške planove i EU projektne aplikacije.

Senj ima **tri glavna povijesno-kulturna motiva** koja mu daju osnovu za razvoj jake kulturne priče:

1. **Uskočki vojni identitet** (obrana, tvrđava, otpor)
2. **Srednjovjekovna pismenost i glagoljica**
3. **Surov prirodni ambijent** (bura, stijene, more + Velebit)

Elementi potencijala:

### 1. Povijesna važnost

- Senj je jedan od najstarijih gradova na Jadranu – naseljen još u doba Ilira i Rimljana.
- Bio je utvrđeni grad i sjedište Uskoka – specifične vojne i kulturne skupine koja je ostavila snažan trag.
- Tvrđava Nehaj iz 16. stoljeća – simbol otpora Osmanlijama i Mlečanima.
- Snažna glagoljaška tradicija – važna uloga u očuvanju hrvatskog jezika i pismenosti.

### 2. Autentičnost i mistika

- Vjetrovit, dramatičan krajolik, pogled na more i Velebit.
- Kulturni identitet povezan s borbom, slobodom i samostalnošću.
- Mit o "grubim" Senjanima koji su živjeli po svojim pravilima – turistički zanimljivo ako se ispriča na pravi način.

**Što bi Senj trebao napraviti da se brendira kao „kulturno-povijesna zvijezda“ sjevera?**

### 1. Razviti snažan brend identitet

- Osmisliti jasan **slogan i vizualni identitet**
- Brendirati **Uskoke** kao centralnu priču – **autentična niša koju nema nitko drugi**.

- Ispričati priče o junacima, bitkama, glagoljici, buri – kroz suvremeni storytelling (izložbe, AR aplikacije, video vodiče...).

## 2. Ulagati u interpretaciju baštine

- Urediti **multimedijalni centar o Uskocima i buri**.
- Unaprijediti turističku ponudu **Tvrđave Nehaj** – proširiti doživljaj (kostimirani vodiči, noćne ture, rekonstrukcije bitaka).
- Digitalizirati glagoljicu, pokrenuti glagoljašku rutu ili festival.
- Uređenje **starog grada** – uz naglasak na obnovu autentičnih fasada, trgova i povijesnih putokaza.
- osigurati povijesni storytelling kroz vođene ture kroz grad na primjeru grofice Dragančić

## 3. Organizirati atraktivne događaje

- **Uskočki dani** – festival borbe, vitezova, srednjovjekovne glazbe, hrane i rukotvorina.
- **Snaga senjske bure** – zimski festival koji spaja mitove, glazbu i lokalnu kuhinju.
- **Glagoljaški tjedni** – radionice, predstave i predavanja u suradnji s akademskom zajednicom.

## 4. Povezati Senj s tematskim turizmom

- **Kulturni turizam** – suradnja s putničkim agencijama i edukacijskim ustanovama.
- **Planinarsko-morski paketi** – spoj mora i Velebita.
- **Motivacijski turizam** – boravci u stilu "Uskočkog kampa", team building, avantura.

## 5. Vidljivost i promocija

- Digitalna transformacija – nova moderna web-stranica, društvene mreže s vizualnim pričama.
- Suradnja s influencerima, dokumentarnim produkcijama, YouTube povijesnim kanalima.
- Povezivanje s gradovima prijateljima (npr. s nekim od jadranskih gradova slične povijesti).

## Prijedlog strateškog okvira razvoja turizma u destinaciji Senj

Senj treba razvijati kulturni, povijesni i tematski turizam kroz snažno brendiranje temeljeno na uskočkom naslijeđu, glagoljaštvu i autentičnom mediteranskom karakteru. Paralelno se razvijaju aktivni turizam (Velebit) i outdoor niše (biciklizam, planinarenje, burini doživljaji).

**Tablica 42 Hodogram aktivnosti za strateški razvoj turizma (3 godine)**

Faza	Trajanje	Ključne aktivnosti	Očekivani ishod
<b>1. Analiza i postavljanje temelja</b>	0–6 mj.	SWOT, uključivanje zajednice, razvoj brend identiteta i slogana, početak digitalne prisutnosti	Jasna poruka i pozicioniranje Senja kao "Grada Uskoka i bure"
<b>2. Infrastruktura i doživljaj</b>	6–18 mj.	Uređenje Tvrđave Nehaj, tematske rute, razvoj festivala (Uskok Fest), obnova stare gradske jezgre, edukacija vodiča	Stvaranje konkretne turističke ponude i doživljaja koji se mogu komunicirati tržištu
<b>3. Komunikacija i promocija</b>	12–36 mj.	Video kampanje, društvene mreže, suradnje s influencerima, sajmovi, kampanje prema ciljnim tržištima	Jačanje svijesti o Senju, povećanje posjećenosti, diferencijacija od konkurencije
<b>4. Održivi razvoj i širenje</b>	od 24. mj.	Razvoj lokalnih proizvoda, edukacija poduzetnika, širenje ponude na ruralno zaleđe i Velebit	Održiva i integrirana turistička zajednica s ekonomskim koristima za lokalno stanovništvo

Tablica 43 Vrste turizma koje Senj treba razvijati u konceptu bure događaja

Vrsta turizma	Opis	Elementi ponude
Kulturno-povijesni	Temeljen na Uskocima, glagoljici i tvrđavi Nehaj	Muzeji, interpretacijski centar, kostimirane ture, multimedija
Tematski turizam	Doživljajni turizam kroz mitologiju, legendu, vjetar (buru), ratničku prošlost	Festival bure, Uskok escape room, tematski apartmani
Outdoor / aktivni	Povezivanje mora i planine (Velebit) za aktivni odmor	Planinarenje, biciklizam, hiking ture, pustolovni paketi
Edukativni	Suradnja s školama, fakultetima, baštinskim projektima	Glagoljaške radionice, povijesne škole, ljetni kampovi
Sezonski događajni	Tematski festivali i kulturni programi koji produljuju sezonu	Uskočki dani, Noć bure, Ljetne kulturne večeri, senjski karneval

Tablica 44 Ciljana emitivna tržišta (po vrstama turizma)

Vrsta turizma	Primarna tržišta	Sekundarna tržišta
<b>Kulturno-povijesni</b>	Njemačka, Austrija, Italija	Češka, Slovenija, Poljska
<b>Tematski / doživljajni</b>	Hrvatska, Mađarska, Slovačka	Skandinavija (posebno Danci i Švedani)
<b>Outdoor i aktivni turizam</b>	Nizozemska, Slovenija, Njemačka	Belgija, Češka
<b>Edukativni turizam</b>	Hrvatska, Austrija (školski programi)	Njemačka, Italija
<b>Sezonski događajni</b>	Hrvatska, BiH, Srbija	Mađarska, Crna Gora

Tablica 45 Marketinški alati i kanali promocije

Alat / Kanal	Opis primjene u kontekstu Senja
Društvene mreže (IG, TikTok, YT)	Promocija putem kratkih priča o Uskocima, videa iz tvrđave, “bura challenge” kao viralan sadržaj
Web stranica destinacije	Moderan, mobilni-friendly portal s virtualnim šetnjama, kartama, bookingom i legendama
Influenceri i travel blogeri	Suradnja s influencerima specijaliziranim za povijest, kulturu, avanturu i mitologiju
Storytelling video kampanje	Seriya kratkih filmova o uskočkom naslijeđu, buri i životu kroz stoljeća (na više jezika)
Sajmovi i B2B promocija	Nastupi na sajmovima (ITB, WTM, TTG Rimini) s novim brendom i tematskim paketima
PR i mediji	Organizacija press tura, suradnja s povijesnim magazinima i dokumentarnim TV kanalima
Lokalni suveniri i brendirani proizvodi	Razvoj linije autentičnih proizvoda za ambasadore brenda (uskok pivo, sol bure, glagoljaške majice)

Značajno ni bilo također ako bi se tvrđava Nehaj mogla uvrstiti na UNESCO-vu listu svjetske kulturne baštine što je dug i zahtjevan proces ali nije neizvediv ako bi se prijava na listu u kontekstu da Senj predstavlja **izniman primjer obrambenog, kulturnog i identitetskog urbanog sustava** na rubu europskih granica. Njegova povijest – od **glagoljaške pismenosti**, preko **uskočke vojne autonomije**, do **držanja pred osmanskim ekspanzijom** – čini ga **jedinstvenim kulturnim svjedočanstvom europske otpornosti i raznolikosti**.

Tvrđava Nehaj nije samo vojna građevina, već **simbol ideološkog otpora i samostalnosti**, dok su tiskara i glagoljaška tradicija dokaz kulturnog otpora kroz pismenost i jezik.

Iako se destinacija Senj treba primarno brendirati prema gore navedenim kulturno-povijesnim resursima, treba razvijati i ostale dijelove destinacije koji imaju potencijal (još uvijek nedovoljno iskorišten). Uz razvoj temeljnog brenda, potrebno je raditi na sinergiji ostalih destinacija unutar destinacije Senj kako bi se:

- ponudila sinergija planina i mora u jednom danu – mogućnost spajanja ljetnog kupanja s planinskim aktivnostima.
- povećao prosječni boravak – diversifikacija ponude može zadržati posjetitelje dulje.
- povezala kulturna i prirodna baština – Tvrđava Nehaj + NP Sjeverni Velebit kao kombinacija zaokruženog turističkog proizvoda.

### **Nacionalni park Sjeverni Velebit – potencijal i karakteristike:**

#### **Glavne prednosti:**

- **Izuzetna prirodna vrijednost** – Velebitski botanički vrt, strogi rezervat Hajdučki i Rožanski kukovi, Premužićeva staza, botanički rezervat.
- **Bioraznolikost i očuvanost** – park je dijelom UNESCO-ve mreže biosfernih rezervata.
- **Planinarski i pustolovni turizam** – visoki potencijal za trekking, promatranje divljih životinja, foto-safarije.

#### **Ograničenja:**

- Teža dostupnost (osim Premužićeve staze i Kuće Velebita), ograničena infrastruktura (posebno u zimskom razdoblju).
- Sezonalnost – najviše posjetitelja ljeti, slab interes van sezone zbog vremenskih uvjeta.

### **Kuća Velebita – edukativno-prezentacijski centar u Krasnu**

#### **Potencijal:**

- **Moderan interpretacijski centar** – interaktivni sadržaji, tehnologija proširene stvarnosti, 3D prikazi speleoloških sustava.
- **Edukacija i promocija zaštite prirode** – atraktivno za škole, organizirane grupe, ljubitelje prirode.
- **Mogućnost cjelogodišnjeg poslovanja** – za razliku od samog NP koji je podložan sezonskim ograničenjima.

#### **Nedostaci:**

- Nedovoljna promocija u odnosu na vrijednost sadržaja.
- Nedostatak povezanih sadržaja u okolici (gastromonija, suvenirnice, smještaj).

### **Mjesta koja administrativno potpadaju pod Grad Senj, a nalaze se u blizini NP Sjeverni Velebit**

#### **Ključna naselja:**

- **Krasno** – ishodište/polazno mjesto za Nacionalni park, poznato marijansko svetište.
- **Stinica, Jablanac** – polazišta za more i planine (blizina otoka Raba).
- **Velebitska sela** – idealna za razvoj ruralnog, eko i etno turizma.

#### **Turistički potencijal:**

- **Ruralni i agro-turizam** – lokalna proizvodnja sira, meda, rakije.
- **Outdoor turizam** – biciklizam, planinarenje, lov, nordijsko hodanje.
- **Religijski turizam** – svetište Majke Božje od Krasna.
- **Zimski turizam (niski intenzitet)** – moguć za razvoj skijaškog trčanja, snježnih šetnica.

## 6.1. PESTLE I SWOT ANALIZA DESTINACIJE SENJ

Destinacija Senj djeluje unutar snažnog političkog i pravnog okvira u Hrvatskoj i Europskoj uniji koji podupire razvoj turizma. Ekonomija se snažno oslanja na sezonski turizam sunca i mora, uz mogućnosti proširenja kroz kulturne i prirodne atrakcije. Destinacija ima bogatu povijesnu baštinu s tvrđavom Nehaj kao simbolom te izvanredne prirodne resurse poput zaštićenog prostora Velebita i čistog Jadranskog mora. Međutim, sezonalnost turizma, nedostatak kvalitetnih hotelskih kapaciteta i demografski problemi predstavljaju izazove.

Turistička promocija se temelji na jedinstvenoj kombinaciji prirode i kulturne baštine, dok atrakcije poput tvrđave Nehaj otvaraju nove mogućnosti za razvoj kulturnog turizma i produljenje turističke sezone. Dobro usklađivanje razvoja s europskim fondovima i trendovima u ekoturizmu te aktivnom odmoru predstavljaju prilike. S druge strane, prijetnje uključuju klimatske promjene, konkurenciju jadranskih destinacija i depopulaciju lokalnog stanovništva, što može otežati održiv razvoj turizma.

**Tablica 46 PESTLE analiza destinacije Senj**

Faktor	Opis
<b>Politički</b>	Stabilno političko okruženje Hrvatske, članica EU, podrška razvoju turizma i kulturne baštine
<b>Ekonomski</b>	Grad je manji turistički centar s potencijalom rasta, ekonomija ovisi o sezonalnom turizmu, ulaganja su potrebna
<b>Sociokulturni</b>	Grad bogate povijesti i tradicije (uskoci, tvrđava Nehaj), demografski problem depopulacije i starenja stanovništva
<b>Tehnološki</b>	Rast informatičkih tehnologija za promociju, nedostatak modernih turističkih sadržaja
<b>Ekološki</b>	Izuzetno prirodno bogatstvo: Velebit, Jadransko more, bura, zaštićeni prirodni parkovi
<b>Pravni</b>	Zaštita prirodnih i kulturnih dobara, EU fondovi za razvoj turizma, potrebni dodatni zakonski poticaji

PESTLE analiza destinacije Senj jasno pokazuje da grad ima snažan potencijal za razvoj turizma zahvaljujući povoljnom političkom i pravnom okviru te članstvu Hrvatske u EU, što otvara pristup fondovima i poticajima. Ekonomski, postoji dobra osnova, ali i izazovi povezani sa sezonalnošću i infrastrukturom. Sociokulturni aspekti naglašavaju bogatu povijest i tradiciju kao ključne atrakcije, no demografski trendovi poput starenja i iseljavanja zahtijevaju pažnju.

Tehnološki razvoj pruža prostor za unapređenje promocije i modernizaciju turističke ponude. Ekološki faktori su velika snaga s prirodnim parkovima i ljepotama, ali i obvezuju na održivi pristup zaštiti okoliša. Pravni aspekti dodatno podržavaju održivi razvoj turizma. Ukupno, PESTLE analiza potvrđuje da je Senj perspektivna destinacija kojoj je potrebna usklađena strategija za maksimalno iskorištavanje prilika uz ublažavanje prijetnji i slabosti, osobito u segmentima infrastrukture i demografije.

**Tablica 47 SWOT analiza destinacije Senj**

Snage (S)	Slabosti (W)
Bogata povijesna i kulturna baština poput tvrđave Nehaj	Malo hotelskih kapaciteta; dominira smještaj u apartmanima i kampovima
Prirodne ljepote i zaštićena područja (Velebit, more)	Sezonska koncentracija turizma (glavna sezona 4 mjeseca)

Dobar geografski položaj na Jadranu	Nedostatak razvoja kulturne ponude i organiziranih događanja
Prirodni fenomen bura koji daje karakterističnu klimu	Demografski problemi: depopulacija i starenje stanovništva
Održiv razvoj kroz projekte poput Parka Nehaj	Nedovoljna promocija i loša infrastruktura (posebno izvan sezone)
Prilike (O)	Prijetnje (T)
Razvoj kulturnog i aktivnog turizma	Klimatske promjene i njihova mogućnost utjecaja na turizam
Povezivanje i umrežavanje s regijom Lika-Karlovac	Konkurencija drugih jadranskih destinacija
Korištenje EU fondova za razvoj infrastrukture i promociju	Odlazak mladih i smanjenje radne snage
Rastuća potražnja za ekoturizmom i aktivnim odmorom	Negativni utjecaji masovnog turizma na okoliš

SWOT analiza destinacije Senj jasno ističe bogatstvo kulturne i prirodne baštine kao glavnu snagu koja pruža jedinstvenu turističku ponudu. Međutim, sezonska ovisnost i nedostatak kvalitetnih hotelskih kapaciteta predstavljaju značajne slabosti koje ograničavaju razvoj. Prilike su usmjerene na razvoj kulturnog i aktivnog turizma te iskorištavanje EU fondova, što može pomoći u diversifikaciji turističke ponude i produljenju sezone. S druge strane, prijetnje poput klimatskih promjena, jake konkurencije i demografskih izazova zahtijevaju pažljivo planiranje kako bi se osigurala dugoročna održivost turizma. Ukupno, analiza daje dobar temelj za razvoj strateških djelovanja usmjerenih na jačanje infrastrukture i promocije Senja kao atraktivne destinacije tijekom cijele godine.

## 6.2. Identificiranje općih načela i ciljeva turizma destinacije Senj

Razvoj turizma izuzetno je važan za destinaciju Senj jer ima multiplikativne efekte na gospodarske, socijalne, kulturne i druge aspekte života u gradu i okolici. Senj je već usmjerio svoj razvoj prema resursima kojima raspolaže, posebice prirodnim bogatstvima kao što su Velebit i Jadransko more, te bogatoj kulturnoj baštini poput tvrđave Nehaj. Naglasak je na održivom i ekološkom razvoju turizma, koji treba biti temelj daljnjih aktivnosti s ciljem očuvanja prirode i kulturne autentičnosti. Takav pristup omogućuje razvoj turizma bez narušavanja vrijednosti koje Senj čine posebnom destinacijom, uz uključivanje lokalne zajednice u planiranje i provođenje turističkih aktivnosti.

U tom kontekstu identificirana su temeljna načela i ciljevi za destinaciju Senj usmjerena na održivost, valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa, razvoj infrastrukture i produženje turističke sezone kroz diversifikaciju ponude i promociju autentičnih sadržaja.

**Tablica 48 Temeljna načela turizma u destinaciji Senj**

NAČELO TURIZMA	Kategorija	Potkategorija	Primjer za temeljna načela turizma u Senju
<b>Ekološka održivost</b>	Održivi turizam	Zaštita okoliša	Očuvanje prirodnih ljepota Velebita i Jadranskog mora uz minimalan utjecaj turizma
<b>Socijalna održivost</b>	Održivi turizam	Poštivanje lokalne zajednice	Promicanje senjskih tradicija (uskoci, lokalna povijest) i uključivanje mještana u turističke aktivnosti
<b>Ekonomska održivost</b>	Održivi turizam	Ravnoteža koristi	Poticaaj razvoju lokalnih usluga i obrta te produženje turističke sezone kroz kulturne manifestacije

<b>Autentičnost</b>	Kvaliteta turizma	Kulturna baština	Očuvanje tvrđave Nehaj i drugih povijesnih znamenitosti kao glavnih atrakcija
<b>Partnerstvo</b>	Upravljanje	Suradnja dionika	Suradnja lokalne vlasti, turističkih dionika i zajednice za razvoj destinacije
<b>Inovacija</b>	Razvoj proizvoda	Novi turistički sadržaji	Razvijanje kulturnih i aktivnih turističkih ponuda (pješačke staze, događanja)
<b>Odgovornost</b>	Etički aspekti	Očuvanje resursa	Edukacija turista o specifičnoj klimi i prirodnim fenomenima poput bure
<b>Kvaliteta usluge</b>	Turistička ponuda	Zadovoljstvo turista	Pružanje kvalitetnog smještaja u apartmanima i kampovima te izvrsne lokalne gastronomije

Ova prilagođena načela pridonose strateškom razvoju Senja kao održive i autentične turističke destinacije, iskorištavajući njegove prirodne i kulturne posebnosti te uključujući lokalnu zajednicu.

Glavni cilj destinacije Senj je održivi razvoj turizma kao pokretača gospodarskog, kulturnog i socijalnog razvoja destinacije Senj uz očuvanje prirodnih i kulturnih vrijednosti te kvalitetu života lokalne zajednice iz kojeg proizlaze opći ciljevi destinacije Senj kako slijedi:

Tablica 49 Identifikacija općih ciljeva destinacije Senj

CILJEVI	GLAVNI CILJ	PODCILJ	Primjer podcilja
<b>EKONOMSKI</b>	Održivi razvoj i sinergija turizma, lokalne proizvodnje i zajednice	Povećanje prihoda od turizma	Razviti nove turističke sadržaje za produljenje sezone
		Generiranje lokalnih radnih mjesta	Podrška obrazovanju i zapošljavanju u turističkom sektoru
		Poticanje lokalne proizvodnje	Promocija lokalnih poljoprivrednih i ribarskih proizvoda
		Povećanje investicija	Privlačenje investitora za razvoj smještajnih kapaciteta
		Povećanje konkurentnosti destinacije	Unaprjeđenje turističkih usluga i promocije
<b>KULTUROLOŠKI</b>	Očuvanje i valorizacija lokalne kulturne baštine	Promocija lokalne kulture	Organizacija kulturnih manifestacija u tvrđavi Nehaj
		Edukacija posjetitelja	Vođene ture koje predstavljaju povijest uskoka
		Jačanje lokalnog identiteta	Poticanje uključivanja lokalne zajednice u turističke aktivnosti
<b>EKOLOŠKI</b>	Dugoročna zaštita prirode i održivi razvoj turizma	Očuvanje prirodnih resursa	Provedba mjera zaštite Parka prirode Velebit i NP Sjeverni Velebit
		Smanjenje otpada i zagađenja	Uvođenje sustava selektivnog prikupljanja otpada u turističkim zonama
		Održivo upravljanje turističkim prometom	Regulacija broja posjetitelja tijekom vršnih sezona
<b>SOCIJALNI</b>	Harmonični odnosi između turista i lokalne zajednice	Poboljšanje kvalitete života lokalne zajednice	Razvoj socijalnih programa za stanovnike pogođene sezonalnošću
		Poticanje kulturne razmjene	Organizacija radionica tradicionalnih zanata
<b>INFRASTRUKTURNI</b>	Razvoj funkcionalne i sigurne infrastrukture	Unaprjeđenje prometne infrastrukture	Modernizacija pristupnih cesta i javnog prijevoza
		Digitalizacija i tehnološka infrastruktura	Uvođenje besplatnog Wi-Fi-a u središtu grada i turističkim zonama

Ova struktura ciljeva ističe ključne razvojne smjerove Senja usmjerene na održivost, valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa, te poticanje gospodarskog i socijalnog razvoja zajednice

### 6.3. Oblikovanje strateškog pravca i prioriteta

Za destinaciju Senj mjere i aktivnosti za ostvarivanje razvojnih smjerova povezane su sa strateškim nacionalnim prioritetima, primarno sa Strategijom održivog razvoja turizma do 2030. godine. One su usklađene s propisima Zakona o turizmu, posebno u dijelu integriranog upravljanja destinacijom, te uključuju razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju dionika, unaprjeđenje infrastrukture i razvoj ljudskih potencijala.

Prema članku 30., stavku 2. Zakona o turizmu, turistička zajednica može provoditi mjere za upravljanje turističkim tokovima samo ako su te mjere predviđene planom upravljanja destinacijom i na temelju izračuna prihvatnih kapaciteta, a odluku o provedbi donosi jedinica lokalne samouprave ili druga nadležna tijela.

Za destinaciju Senj je važno da su mjere i aktivnosti jasno definirane u okviru planskih dokumenata poput Strategije razvoja i Plana upravljanja destinacijom, povezane sa izvorima financiranja iz nacionalnih i europskih fondova, te da su dodijeljeni nositelji provedbe i rokovi izvršenja.

Dakle, za Senj nije predviđeno da se izostave mjere iz čl. 30., st. 2. Zakona o turizmu, već je potrebno da aktivnosti budu usklađene s tim odredbama, posebno u segmentima upravljanja turističkim tokovima, zaštite okoliša i održivog razvoja, što je u skladu s nacionalnim strateškim prioritetima. Ove mjere garantiraju da turistički razvoj u Senju bude kontroliran, održiv i usmjeren ka očuvanju resursa i kvalitete života lokalne zajednice.

Strateški razvoj destinacije Senj treba biti usmjeren prema iskorištavanju njenih jedinstvenih konkurentskih prednosti, koje uključuju prepoznatljiv prirodni fenomen bure, bogatu povijesnu i kulturnu baštinu te raznoliku turističku ponudu usmjerenu na aktivni i kulturni turizam. Pravi razvojni pravac treba integrirati slogan „Bura doživljaja“ kao centralni element brendiranja i promocije destinacije, ističući nekoliko ključnih turističkih proizvoda: avanturističke i prirodne doživljaje (planinarenje na Velebitu, promatranje bure i jutarnjih magli), kulturne sadržaje (tvrđava Nehaj, uskoci, lokalna tradicija) te gastronomske i rekreativne usluge (lokalna kuhinja, biciklizam, more).

Kako bi Senj postao prepoznatljiv na tržištu, strateški razvoj treba uključivati:

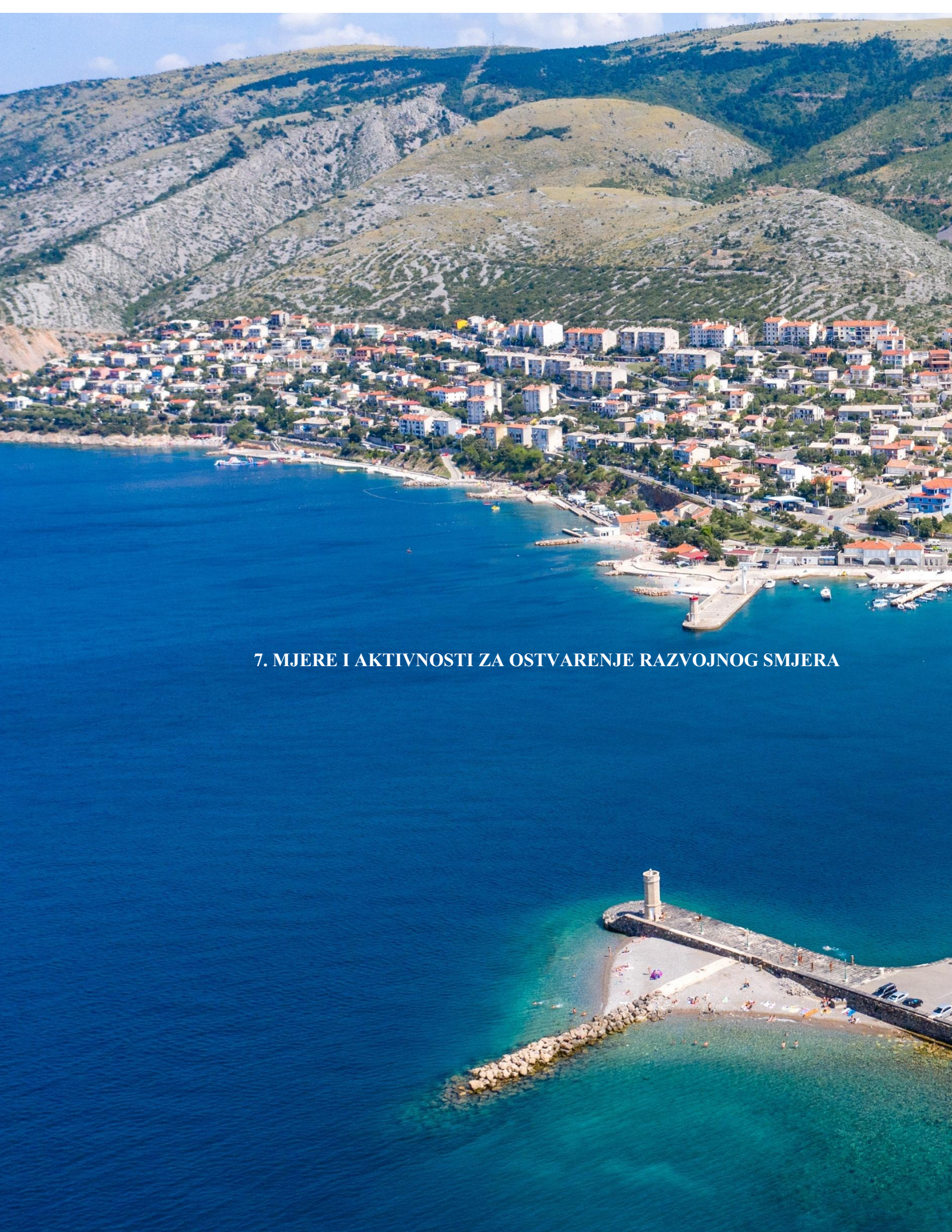
- Očuvanje i valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa u skladu s održivim razvojem.
- Razvijanje cjelovitih turističkih paketa koji povezuju prirodu, povijest i iskustva „bure“ kao specifičnog lokalnog fenomena.
- Unaprjeđenje infrastrukture i kvalitetnih usluga koje omogućuju sigurnu i ugodnu posjetu tijekom cijele godine, ne samo tijekom ljetne sezone.
- Intenzivnu promociju destinacije kroz digitalne kanale i sadržaje koji će dočarati jedinstvenost „bure doživljaja“, ciljajući specifične segmente tržišta zainteresirane za aktivni i kulturni turizam.
- Uključivanje lokalne zajednice u razvoj i provedbu turističkih programa kako bi se osigurala autentičnost, socijalna inkluzija i dugoročna održivost.

Ovakav pravac razvoja osigurava da Senj bude konkurentan i prepoznatljiv u regiji kao destinacija koja nudi autentične prirodne fenomene uz bogat kulturni sadržaj, razvijajući turizam koji poštuje okoliš i lokalnu zajednicu. Time se balansira rast turizma s očuvanjem identiteta i resursa destinacije

U tom kontekstu vizija razvoja destinacije Senj do 2029. godine glasila bi:

"Senj je prepoznatljiva i održiva turistička destinacija koja se ističe svojom jedinstvenom prirodnom pojavom bure, bogatom kulturnom baštinom i cjelogodišnjom ponudom aktivnog i kulturnog turizma. Destinacija uspješno balansira gospodarski rast i očuvanje okoliša, unaprjeđuje kvalitetu života lokalne zajednice te kontinuirano inovira turističke proizvode i usluge. Senj je destinacija koja kroz autentične doživljaje povezane s fenomenom bure i tradicionalnim vrijednostima gradi snažan emocionalni identitet, a prepoznatljivost na tržištu postiže kroz održive prakse, kvalitetnu infrastrukturu i uključivanje lokalne zajednice u razvoj turizma".

Ova vizija usklađuje se s nacionalnim i EU strateškim ciljevima održivog turizma, uključujući produljenje turističke sezone, zaštitu prirodnih i kulturnih vrijednosti te jačanje konkurentnosti i otpornosti destinacije.



## 7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA

## 7. MJERE I AKTIVNOSTI ZA OSTVARENJE RAZVOJNOG SMJERA

Tablica s ključnim pokazateljima uspješnosti (KPI) za razvoj turizma u destinaciji Senj ima ključnu ulogu u praćenju i ostvarivanju strateških ciljeva. Kroz jasno definirane mjere i aktivnosti, zajedno s mjerljivim pokazateljima, omogućava se transparentno i sustavno praćenje napretka, identificiranje izazova i pravovremeno donošenje odluka za unaprjeđenje turističke ponude i upravljanja destinacijom.

**Tablica 50 Konkretni ciljevi razvoja turizma u Senju s mjerljivim pokazateljima i aktivnostima koje se mogu pratiti za uspjeh strategije**

KPI (Kategorija)	Jedinica mjere	Mjere	Aktivnosti
<b>Povećanje prihoda od turizma (EKONOMSKI)</b>	EUR	Povećanje prihoda kroz diversifikaciju turističke ponude i produženje sezone	Organizacija novih događanja u pred i posezoni, razvoj aktivnog turizma i kulturnih proizvoda
<b>Povećanje broja posjetitelja (EKONOMSKI)</b>	Broj posjetitelja	Rast broja domaćih i stranih turista kroz marketinške kampanje	Ciljane digitalne kampanje, suradnja s turističkim agencijama, razvoj brenda „Bura doživljaja“
<b>Povećanje broja zaposlenih u turizmu (SOCIJALNI)</b>	Broj zaposlenih	Otvaranje novih radnih mjesta u turizmu kroz potporu lokalnim poduzetnicima i obrtima	Edukacijski programi, poticaji za zapošljavanje u turizmu i ugostiteljstvu
<b>Povećanje zadovoljstva turista (KULTUROLOŠKI/SOCIJALNI)</b>	% zadovoljnih posjetitelja	Unaprjeđenje kvalitete usluga i aktivnosti kroz praćenje povratnih informacija gostiju	Implementacija sustava za praćenje zadovoljstva, trening zaposlenika i razvoj autentičnih doživljaja
<b>Zaštita prirodnih resursa (EKOLOŠKI)</b>	Broj inicijativa	Implementacija mjera zaštite prirode i održivog upravljanja posjetiteljima	Uvođenje edukacije o okolišu i održivom turizmu, postavljanje signalizacije na prirodnim stazama
<b>Razvoj infrastrukture (INFRASTRUKTURNI)</b>	Broj projektata	Unaprjeđenje prometne, digitalne i turističke infrastrukture	Modernizacija cesta, uvođenje digitalnih info točaka i razvoj pristupačnosti za osobe s invaliditetom

Važnost ove tablice ogleda se u tome što destinaciji Senj pruža okvir za ciljani razvoj kroz konkretne akcije koje se mogu evaluirati i prilagođavati prema rezultatima. Tako se osigurava balans između ekonomskih koristi, očuvanja prirode i kulture, kao i društvene odgovornosti prema lokalnoj zajednici. Kroz praćenje KPI-jeva poput povećanja broja posjetitelja, prihoda, zaposlenosti te zadovoljstva turista i lokalnog stanovništva, Senj može kvalitetno upravljati svojim razvojem, promovirati održivost i povećati svoju konkurentnost na turističkom tržištu.

Na kraju, ovakav pristup omogućuje i transparentnost prema dionicima te potiče uključivanje lokalne zajednice, što doprinosi dugoročnoj kvaliteti i održivosti turizma u destinaciji.

Za destinaciju Senj izrađena je detaljna tablica s povezanim strateškim, operativnim ciljevima, aktivnostima, pokazateljima (KPI), nositeljima provedbe, početnim i ciljnim vrijednostima te rokovima, prilagođene specifičnostima Senja i usklađene s nacionalnom Strategijom održivog razvoja turizma do 2030. i Zakonom o turizmu.

**Tablica 51 Operativne mjere cjelovit i detaljan okvir za strateško planiranje i provedbu razvojnih ciljeva destinacije Senj, usklađene s nacionalnim i regionalnim strateškim dokumentima, naglašavajući održivost, inovacije, očuvanje okoliša, socijalnu uključenost i**

Strateški cilj iz nacionalne Strategije do 2030	Strateški cilj iz Plana upravljanja destinacijom	Operativni cilj	Aktivnost	Pokazatelj	Nositelj/izvor financiranja	Početna vrijednost	Ciljna vrijednost	Rok
<b>Promovirati održivi ekonomski rast i valorizirati lokalne proizvode</b>	Povećanje prihoda od turizma kroz diversifikaciju ponude	Razviti nove turističke proizvode temeljene na prirodnim i kulturnim resursima	Organizacija kulturnih manifestacija i ekoturističkih tura povezane s fenomenom bure	Povećanje prihoda u EUR od kulturnih i ekoturističkih proizvoda	Grad Senj, Turistička zajednica, EU fondovi	100000	200000	2026
<b>Povećati otpornost destinacija kroz bolju infrastrukturu i upravljanje tokovima</b>	Unaprjeđenje prometne i digitalne infrastrukture	Modernizirati cestovnu infrastrukturu i omogućiti digitalni pristup turističkim informacijama	Rekonstrukcija pristupnih cesta i postavljanje interaktivnih info punktova	Broj kilometara rekonstruiranih cesta i broj digitalnih info punktova	Grad Senj, Ministarstvo turizma, EU fondovi	10	30	2028
<b>Potaknuti uključivanje lokalne zajednice i kulture u turizam</b>	Jačanje veze između turizma i lokalne zajednice	Povećati sudjelovanje lokalnog stanovništva u turističkim aktivnostima	Organizacija radionica i edukacija za lokalne proizvođače i vodiče	Broj organiziranih radionica i sudionika	Turistička zajednica, lokalne udruge, EU fondovi HGK	5	15	2025
<b>Minimizirati negativne utjecaje turizma na okoliš</b>	Implementacija mjera zaštite prirode i održivog upravljanja turističkim prometom	Uvesti sustave za upravljanje posjetiteljima u zaštićenim područjima	Postavljanje kontrolnih punktova i edukacija posjetitelja o pravilima ponašanja	Broj kontrolnih punktova i smanjenje negativnog utjecaja na okoliš	Park prirode Velebit, Grad Senj, Ministarstvo zaštite okoliša	0	5	2027

					NP Sjeverni Velebit				
<b>Poboljšati kvalitetu života lokalne zajednice kroz turizam</b>	Povećati socijalnu uključenost i sigurnost	Razviti programe uključivanja lokalnog stanovništva u turistički razvoj	Organizacija interkulturalnih susreta i radionica	Broj programa i sudionika	Grad Senj, lokalne zajednice, EU fondovi	2	8	2026	
<b>SC 1: CJELOGODIŠNJI I URAVNOTEŽEN TURIZAM</b>	SCP 1: Očuvanje prirodnih resursa	OC 1: Zaštita biološke i georazolikosti	Provedba zaštitnih mjera u prirodnim staništima, monitoring i edukacija lokalnog stanovništva i turista	Površina zaštićenih područja (ha)	NP Sjeverni Velebit, Park prirode Velebit, Grad Senj, EU fondovi	5000	6000	2028	
		OC 2: Održivo korištenje resursa	Uvođenje sustava racionalnog korištenja vode i energije u turističkim objektima	Potrošnja vode i energije (količina po kapacitetu)	Turistički objekti, Grad Senj, Vodovod	100%	75%	2030	
	SCP 2: Smanjenje otpada i zagađenja	OC 1: Odgovorno upravljanje otpadom	Uspostava sustava selektivnog prikupljanja i reciklaže otpada u turističkim zonama	Postotak selektivno prikupljenog otpada (%)	Komunalno poduzeće Senj, Turistička zajednica	10%	80%	2027	
		OC 2: Smanjenje plastike	Zamjena jednokratne plastike ekološkim alternativama i zabrana staklene i plastične ambalaže u turističkim objektima	Broj objekata s politikom zabrane plastike	Grad Senj, Turistička zajednica, inspekcija	0	70%	2026	
	SCP 3: Održivo upravljanje turističkim prometom	OC 1: Poticanje zelenog transporta	Izgradnja i unaprjeđenje biciklističkih i pješačkih staza, promocija javnog prijevoza	Duljina biciklističkih staza (km)	Grad Senj, Ministarstvo prometa, TZ Senj	15	50	2027	
		OC 2: Ekoturizam	Razvoj i promocija ekoturističkih ruta i iskustava, uključivanje lokalnih vodiča	Broj ekoturističkih tura i sudionika	Lokalne udruge, BBK Senj, NP Sjeverni Velebit	2	10	2026	
			OC 1: Korištenje	Postavljanje solarnih panela i drugih obnovljivih izvora	Instalirani kapacitet	Grad Senj, Ministarstvo	50	500	2030

	SCP 4: Energetska održivost	obnovljivih izvora energije	energije u javnim i privatnim turističkim objektima	obnovljive energije (kW)	zaštite okoliša, EU fondovi				
		OC 2: Osvjetljenje prirodnih područja	Postavljanje energetske učinkovitog LED osvjetljenja na prirodnim stazama i u turističkim zonama	Broj osvijetljenih staza i područja	Ministarstvo zaštite okoliša, Grad Senj	0	20	2028	
<b>SC 2: TURIZAM UZ OČUVAN OKOLIŠ, PROSTOR I KLIMU</b>	SCP 5: Edukacija i podizanje svijesti	OC 1: Edukacija posjetitelja	Organizacija radionica, edukacijskih programa i radionica o održivom turizmu	Broj edukacijskih programa i sudionika	Turistička zajednica, škole, lokalne udruge, NP Sjeverni Velebit	3	15	2027	
		OC 2: Angažman lokalne zajednice	Aktivno uključivanje stanovnika u turističke aktivnosti i planiranje	Broj uključenih stanovnika i događanja	Turistička zajednica, Grad Senj	10	40	2026	
	SCP 6: Promicanje održivih praksi među dionicima	OC 3: Poticanje održivih događanja	Organizacija i promocija događanja s ekološkim i društveno odgovornim sadržajima	Broj održanih održivih događanja	Turistička zajednica, udruge NP Sjeverni Velebit, PP Velebit	0	10	2027	
	SCP 7: Očuvanje kulture baštine	OC 1: Zaštita povijesnih lokaliteta	Konzervacija i obnova tvrđave Nehaj i ostalih važnih kulturnih spomenika	Površina obnovljenih spomenika	Grad Senj, Ministarstvo kulture	0	5	2026	
			OC 2: Evidencija i dokumentacija kulture baštine	Izrada digitalne baze kulturnih lokaliteta i artefakata	Broj dokumentiranih i evidentiranih lokaliteta	Muzej, Turistička zajednica	10	50	2025
		OC 3: Održavanje tradicijskih običaja	Organizacija lokalnih festivala i događanja s tradicionalnim elementima	Broj održanih događanja	Lokalna zajednica, Turistička zajednica	20	40	2026	
	SCP 8: Promocija lokalne kulture	OC 1: Razvijanje kulturnih ruta	Kreiranje i promocija tematskih kulturnih i povijesnih ruta	Broj kulturnih ruta	Turistička zajednica, lokalne udruge	1	5	2027	

		OC 2: Kulturne manifestacije	Organizacija i promocija manifestacija s naglaskom na lokalne običaje i umjetnike	Broj manifestacija	Turistička zajednica Grad Senj, POU	2	10	2026
		OC 3: Uključivanje lokalnih umjetnika	Poticanje sudjelovanja lokalnih umjetnika i obrtnika u kulturnim aktivnostima	Broj uključenih umjetnika	Turistička zajednica, udruge, knjižnica, POU	0	15	2027
	SCP 9: Edukacija posjetitelja	OC 1: Interpretacija kulturne baštine	Razvijanje vodičkih programa i edukativnih materijala	Broj vodičkih programa	Turistička zajednica	2	10	2025
		OC 2: Radionice i aktivnosti za turiste	Organizacija radionica i radionica za interaktivni rad s turistima	Broj radionica	Turistička zajednica	1	8	2026
		OC 3: Suradnja sa školama	Uključivanje školskih programa u turističke i kulturne aktivnosti	Broj uključenih škola	Škole, Turistička zajednica, Muzej	0	10	2026
	SCP 10: Jačanje lokalnog identiteta	OC 1: Ponos zajednice	Promocija lokalnih heroja, tradicionalnih vrijednosti i priča	Broj javnih promotivnih aktivnosti	Grad Senj, Turistička zajednica	0	15	2027
		OC 3: Prijenos znanja	Organizacija edukativnih radionica za mlađe generacije	Broj edukativnih radionica	Škole, lokalne udruge	0	10	2027
	SCP 11: Razvoj autentičnih turističkih proizvoda	OC 1: Ekološki turizam	Razvijanje ponuda poput planinarenja, promatranja prirode i edukativnih izleta	Broj ekoloških turističkih proizvoda	turističke agencije, PP Velebit, NP Sjeverni velebit	2	10	2026
		OC 2: Turizam temeljen na fenomenu bure	Organizacija događaja vezanih uz buru doživljaja	Broj događaja	Turistička zajednica, Grad Senj, Lučka uprava	1	5	2026
		OC 3: Autentični suvenir	Poticaj lokalnim proizvođačima suvenira i rukotvorina	Broj novih suvenira	Turistička zajednica, lokalni obrtnici	0	20	2027

	SCP 12: Održavanje međukulturnog dijaloga	OC 1: Razmjena kultura	Organizacija međunarodnih kulturnih susreta i događaja	Broj međunarodnih događaja	Turistička zajednica	0	5	2027
SC 3: KONKURENTAN I INOVATIVAN TURIZAM	SCP 13: Pozicioniranje destinacije kao prepoznatljive	OC 1: Razvoj jedinstvenog brenda	Izrada i implementacija brendirane kampanje „Bura doživljaja“	Prepoznatljivost brenda (%)	Turistička zajednica	15	50	2026
	SCP 14: Unapređenje turističke infrastrukture	OC 1: Digitalna promocija	Produženje digitalne prisutnosti na društvenim mrežama i turističkim portalima	Broj digitalnih kanala i dosega	Turistička zajednica, Ministarstvo turizma	5	20	2025
		OC 2: Promocija na tržištu	Organizacija promotivnih putovanja i sudjelovanje na međunarodnim sajmovima turizma	Broj sudjelovanja i kampanja	Turistička zajednica	2	10	2026
		OC 3: Povezivanje s drugim destinacijama	Uspostava zajedničkih turističkih ruta i partnerstava s okolnim destinacijama	Broj povezanih destinacija i ruta	Turistička zajednica, regionalne turističke zajednice	1	5	2027
	SCP 16: Promocija autentičnosti	OC 1: Promocija autentičnih proizvoda	Razvijanje programa prezentacije lokalnih običaja, zanata i gastronomije	Broj prezentacija	Turistička zajednica	3	15	2027
	SCP 17: Povećanje investicija	OC 1: Privlačenje ulaganja	Aktivnosti na privlačenju investitora u turizam i vezane infrastrukture	Iznos investicija u EUR	Grad Senj, Ministarstvo gospodarstva	1.000.000	5.000.000	2028
		OC 2: Razvoj smještajnih kapaciteta	Izgradnja i obnova smještajnih kapaciteta, uključujući ekološki prihvatljive objekte	Broj novih i obnovljenih kapaciteta	Privatni investitori, Grad Senj	100	300	2030
	SCP 18: Povećanje konkurentnosti destinacije	OC 1: Brendiranje destinacije	Unapređenje imidža destinacije kroz komunikacijske kampanje i vizualni identitet Bure događaja	Stopa prepoznatljivosti brenda	Turistička zajednica	10	40	2027
		OC 2: Digitalizacija	Uvođenje pametnih digitalnih rješenja za informacije, rezervacije i usluge	Broj digitalnih rješenja i korisnika	Turistička zajednica	1	15	2026

	SCP 19: Unaprijeđenje turističke infrastrukture	OC 1: Javna i komunalna infrastruktura	Osigurati kvalitetnu čistu i sigurnu infrastrukturu: javni toaleti, odmorišta, pristupni putevi	Broj obnovljenih infrastrukturnih objekata	Grad Senj, komunalna poduzeća	20	50	2027
	SCP 20: Unaprijeđenje turističke infrastrukture	OC 1: Ekološka rasvjeta	Postavljanje LED i solarnih svjetiljki u turističkim zoni	Broj instaliranih svjetiljki	Grad Senj, Ministarstvo zaštite okoliša	0	30	2028
	SCP 21: Unaprijeđenje turističke infrastrukture	OC 1: Podrška kulturnoj infrastrukturi	Obnova i održavanje muzeja, galerija i info centara	Broj obnovljenih kulturnih objekata	Grad Senj, Ministarstvo kulture, Muzej	2	7	2026
	SCP 22: Unaprijeđenje turističke infrastrukture	OC 1: Muzeji i galerije	Razvoj stalnih i privremenih izložbi te edukativnih programa	Broj izložbi i sudionika	Turistička zajednica, muzej. POU, Knjižnica	1	6	2027
	SCP 24: Ekološki prihvatljiva infrastruktura	OC 1: Zeleni certifikati	Uvođenje i certificiranje ekoloških standarda u turističkim objektima	Broj certificiranih objekata	TZ LSŽ, Ministarstvo turizma	0	15	2027
		OC 2: E- mobilnost	Promocija i razvoj električnog i pametnog prijevoza	Broj stanica za punjenje i korisnika	Grad Senj, Ministarstvo prometa	0	10	2028
		OC 3: Upravljanje otpadom	Razvoj sustava gospodarenja otpadom posebno za turističke zone	Postotak recikliranog otpada	Komunalna poduzeća, Grad Senj	10%	80%	2027
	SCP 25: Prilagodba za osobe s invaliditetom	OC 1: Pristupačne staze i objekti	Izgradnja pristupačnih staza i sanitarnih čvorova za osobe s invaliditetom	Broj pristupačnih lokacija	Grad Senj, lokalne udruge	2	10	2028
		OC 2: Pristup atrakcijama	Osiguranje pristupa povijesnim, kulturnim i prirodnim atrakcijama za sve korisnike	Broj pristupačnih atrakcija	lokalna uprava	1	5	2027
<b>SC 4: OTPORAN TURIZAM</b>	SCP 26: Povećanje prihoda od turizma	OC 1: Rast turističkog prometa	Promocija destinacije na novim tržištima i u pred i posezoni	Broj noćenja i dolazaka	Turistička zajednica, Grad Senj	150000	300000	2030
	SCP 27: Generiranje	OC 1: Zapošljavanje u turizmu	Poticaji i potpora zapošljavanju u turističkom sektoru	Broj novih zaposlenih	Grad Senj, Turistička zajednica	50	150	2027

lokalnih radnih mjesta	OC 2: Podrška poduzetnicima	Programi potpore malim i srednjim poduzećima u turizmu	Broj podržanih poduzeća	Grad Senj, Ministarstvo gospodarstva	5	20	2026
	OC 3: Edukacija i osposobljavanje	Organizacija edukacija i radionica za turističke djelatnike	Broj održanih edukacija	Turistička zajednica, lokalne škole	0	15	2025
SCP 28: Poticanje lokalne proizvodnje	OC 1: Podrška domaćim proizvođačima	Promocija i programi potpore lokalnim proizvođačima i OPG-ovima ( med, sir)	Broj uključenih proizvođača	Grad Senj, Turistička zajednica	10	30	2026
SCP 29: Pобољшanje kvalitete života lokalne zajednice	OC 1: Razvoj infrastrukture	Izgradnja i unaprjeđenje javnih sadržaja, parkova i zelenih površina	Broj obnovljenih i novouređenih javnih prostora	Grad Senj, komunalne službe	5	20	2027
	OC 2: Zapošljavanje lokalnog stanovništva	Poticanje lokalnog zapošljavanja	Broj zapošljenih lokalno	Grad Senj, privatni sektor	100	250	2028
	OC 3: Pristup javnim sadržajima	Povećanje kvalitete i pristupačnosti javnih usluga	Broj dostupnih javnih usluga	Grad Senj, lokalne zajednice	20	50	2028
SCP 30: Poticanje socijalne uključenosti	OC 1: Osnaživanje ranjivih skupina	Programi podrške i integracije ranjivih skupina u turističke aktivnosti	Broj provednih programa	Grad Senj, udruge za socijalnu pomoć	0	5	2026
SCP 31: Jačanje društvene kohezije	OC 2: Suradnja među generacijama	Organizacija zajedničkih radionica i susreta mladih i starijih generacija	Broj održanih susreta	Lokalna zajednica	0	8	2028
SCP 32: Promicanje kulturne razmjene	OC 2: Učenje o drugim kulturama	Radionice i edukacije o stranih kulturama za turiste	Broj radionica	Turistička zajednica	0	6	2028
SCP 33: Edukacija i razvoj lokalnih kapaciteta	OC 1: Razvoj turističkih vještina	Organizacija školovanja i usavršavanja turističkih djelatnika	Broj polaznika edukacija	Turistička zajednica, škole	0	15	2026
	OC 2: Podrška poduzetništvu	Programi za potporu poduzetništvu u turizmu	Broj podržanih projekata	Grad Senj, Ministarstvo gospodarstva	0	10	2027

	SCP 34: Očuvanje socijalne ravnoteže	OC 1: Pristupačnost za lokalno stanovništvo	Prilagodba turističkih zona i objekata za pristupačnost svih skupina stanovništva	Broj prilagođenih objekata	Grad Senj, lokalne udruge	0	12	2028
	SCP 35: Jačanje sigurnosti i dobrobiti	OC 1: Sigurnost posjetitelja i stanovnika	Jačanje sustava mjera zaštite i sigurnosti nastavak edukacije sigurnosnog osoblja	Broj sigurnosnih incidenata	Grad Senj, Policijska uprava	10	0	2028
		OC 2: Održavanje javnog reda	Unapređenje komunalnih službi i inspekcijskih aktivnosti	Broj provedenih inspekcija	Grad Senj, komunalne službe	30	50	2027
	SCP 36: Razvoj prometne infrastrukture	OC 1: Pristupne ceste	Modernizacija i održavanje pristupnih cesta destinaciji	Duljina obnovljenih cesta (km)	Grad Senj, Ministarstvo prometa	10	40	2028
		OC 2: Parkirališta za posjetitelje	Izgradnja novih i organizacija postojećih parkirališta u blizini turističkih atrakcija	Broj parkirališta	Grad Senj, privatni sektor	5	15	2026
		OC 3: Biciklističke i pješačke staze	Izgradnja i označavanje biciklističkih i pješačkih staza destinacije	Duljina biciklističkih i pješačkih staza (km)	Grad Senj, Ministarstvo prometa	10	50	2027
	SCP 37: Unaprijeđenje turističke infrastrukture	OC 2: Suvremeni smještajni kapaciteti	Izgradnja novih i obnova postojećih smještajnih kapaciteta sa ekološkim standardima	Broj novih i obnovljenih kapaciteta	Privatni investitori, Grad Senj	50	150	2030
		OC 3: Objekti za aktivnosti na otvorenom	Razvoj turističkih sadržaja poput parkova za aktivnosti, adrenalinskih parkova	Broj objekata za aktivnosti	Turistička zajednica, Grad Senj	3	10	2027
	SCP 38: Razvoj energetske i vodne infrastrukture	OC 1: Održiva energija	Uvođenje solarnih i drugih obnovljivih izvora energije u turističke zone	Kapacitet instalirane obnovljive energije (kW)	Grad Senj, Ministarstvo zaštite okoliša	50	500	2030
		OC 2: Vodoopskrba i odvodnja	Unapređenje infrastrukturnih sustava za opskrbu vodom i odvodnju	Kvaliteta i dostupnost vodnih sustava	Komunalno poduzeće Senj, Grad Senj	80%	98%	2027
		OC 3: Pristup vodi na turističkim lokacijama	Postavljanje javnih česmi i pristupačnih izvora vode u turističkim zonama	Broj javno dostupnih izvora vode	Turistička zajednica, Grad Senj	0	20	2028

SCP 39: Digitalizacija i tehnološka infrastruktura	OC 1: Internet i mobilna povezanost	Povećanje dostupnosti interneta i mobilnih mreža u svim turističkim zonama	Pokrivenost internetom i mobilnim signalom (%)	Telekom operateri, Grad Senj	60%	95%	2027
	OC 2: Pametni turistički sustavi	Uvođenje sustava za pametno upravljanje turizmom i informatijskog sustava	Broj instaliranih pametnih sustava	Turistička zajednica, Grad Senj	1	5	2028

An aerial photograph capturing a coastal town and a prominent stone fortress. The fortress, a large square structure with crenellated walls and a flat roof, stands on a sandy area. To its left, a paved path leads through a dense forest of trees with vibrant autumn foliage in shades of orange, yellow, and green. In the background, the town's buildings with red-tiled roofs are visible, along with a harbor area and a pier extending into the sea. The sea is a deep blue, and the sky is a clear, light blue with a few wispy clouds. The overall scene is bathed in the warm, golden light of late afternoon or early morning.

## 8. VREMENIK AKTIVNOSTI

## 8. VREMENIK AKTIVNOSTI

Tablica 52 Vremeni aktivnosti

## SC 1: CJELOGODIŠNJI I URAVNOTEŽEN TURIZAM

Strateški podcilj (SCP)	Aktivnost	2026	2027	2028	2029
SCP 1: Očuvanje prirodnih resursa	Provedba zaštitnih mjera u prirodnim staništima, monitoring i edukacija lokalnog stanovništva i turista				
	Uvođenje sustava racionalnog korištenja vode i energije u turističkim objektima				
SCP 2: Smanjenje otpada i zagađenja	Uspostava sustava selektivnog prikupljanja i reciklaže otpada u turističkim zonama				
	Zamjena jednokratne plastike ekološkim alternativama i zabranom plastične ambalaže				
SCP 3: Održivo upravljanje turističkim prometom	Izgradnja i unaprjeđenje biciklističkih i pješačkih staza				
	Razvoj i promocija ekoturističkih ruta i iskustava				
SCP 4: Energetska održivost	Postavljanje solarnih panela i drugih obnovljivih izvora energije				
	Postavljanje energetski učinkovitog LED osvjetljenja na prirodnim stazama				

## SC 2: TURIZAM UZ OČUVAN OKOLIŠ, PROSTOR I KLIMU

Strateški podcilj (SCP)	Aktivnost	2026	2027	2028	2029
SCP 5: Edukacija i podizanje svijesti	Organizacija edukacijskih programa i radionica o održivom turizmu				
	Aktivno uključivanje stanovnika u turističke aktivnosti i planiranje				
SCP 6: Promicanje održivih praksi među dionicima	Organizacija i promocija održivih događanja				
SCP 7: Očuvanje kulturne baštine	Konzervacija i obnova tvrđave Nehaj i drugih spomenika				
	Izrada digitalne baze kulturnih lokaliteta i artefakata				
	Organizacija festivala i događanja s tradicionalnim elementima				

SCP 8: Promocija lokalne kulture	Kreiranje i promocija kulturnih ruta				
	Organizacija manifestacija s naglaskom na lokalne običaje				
	Poticanje sudjelovanja lokalnih umjetnika i obrtnika				
SCP 9: Edukacija posjetitelja	Razvijanje vodičkih programa i edukativnih materijala				
	Organizacija interaktivnih radionica za turiste				
	Uključivanje školskih programa u turističke aktivnosti				
SCP 10: Jačanje lokalnog identiteta	Promocija lokalnih heroja i tradicionalnih vrijednosti				
	Organizacija edukativnih radionica za mlade generacije				

### SC 3: KONKURENTAN I INOVATIVAN TURIZAM

Strateški podcilj (SCP)	Aktivnost	2026	2027	2028	2029
SCP 11: Razvoj autentičnih turističkih proizvoda	Razvijanje ponuda ekološkog turizma (planinarenje, promatranje prirode, edukativni izleti)				
	Organizacija događaja temeljenih na fenomenu bure				
	Poticaj lokalnim proizvođačima suvenira i rukotvorina				
SCP 12: Održavanje međukulturnog dijaloga	Organizacija međunarodnih kulturnih susreta i događaja				
SCP 13: Pozicioniranje destinacije kao prepoznatljive	Izrada i implementacija brendirane kampanje „Bura doživljaja“				
SCP 14: Unaprjeđenje turističke infrastrukture	Produženje digitalne prisutnosti na društvenim mrežama i turističkim portalima				
	Sudjelovanje na međunarodnim sajmovima i promotivnim putovanjima				
	Uspostava zajedničkih turističkih ruta s okolnim destinacijama				

### SC 4: OTPORAN TURIZAM

Strateški podcilj (SCP)	Aktivnost	2026	2027	2028	2029
SCP 26: Povećanje prihoda od turizma	Promocija destinacije na novim tržištima i u pred/posezoni				
SCP 27: Generiranje lokalnih radnih mjesta	Poticaji i potpora zapošljavanju u turističkom sektoru				

	Programi potpore poduzetništvu u turizmu				
SCP 28: Poticanje lokalne proizvodnje	Promocija i programi potpore lokalnim proizvođačima i OPG-ovima				
SCP 29: Pобољшanje kvalitete života lokalne zajednice	Izgradnja i unaprjeđenje javnih sadržaja, parkova i zelenih površina				
SCP 30: Poticanje socijalne uključenosti	Programi podrške i integracije ranjivih skupina u turističke aktivnosti				
SCP 31: Jačanje društvene kohezije	Organizacija zajedničkih radionica i susreta mladih i starijih generacija				
SCP 32: Promicanje kulturne razmjene	Radionice i edukacije o stranim kulturama za turiste				
SCP 33: Edukacija i razvoj lokalnih kapaciteta	Organizacija školovanja i usavršavanja turističkih djelatnika				
SCP 34: Očuvanje socijalne ravnoteže	Prilagodba turističkih zona i objekata za pristupačnost svih skupina stanovništva				
SCP 35: Jačanje sigurnosti i dobrobiti	Jačanje sustava zaštite i sigurnosti te edukacija sigurnosnog osoblja				
	Poticanje lokalnog zapošljavanja				
	Povećanje pristupa javnim sadržajima				
SCP 36: Razvoj prometne infrastrukture	Modernizacija i održavanje pristupnih cesta				
	Postavljanje javnih česmi i pristupa vodi u turističkim zonama				
SCP 37: Unaprjeđenje smještajnih kapaciteta	Izgradnja novih i obnova postojećih smještajnih objekata s ekološkim standardima				
SCP 38: Razvoj energetske i vodne infrastrukture	Uvođenje solarnih i drugih obnovljivih izvora energije u turističke zone				
	Unaprjeđenje sustava opskrbe vodom i odvodnje				
SCP 39: Digitalizacija i tehnološka infrastruktura	Povećanje dostupnosti interneta i mobilne mreže u turističkim zonama				
	Uvođenje sustava za pametno upravljanje turizmom (smart tourism)				
SCP 40: Eko-infrastrukturna otpornost	Uvođenje i certificiranje ekoloških standarda u turističkim objektima				
	Promocija e-mobilnosti i razvoj mreže stanica za punjenje električnih vozila				
	Razvijanje sustava gospodarenja otpadom u turističkim zonama				
SCP 41: Pristupačnost za sve	Izgradnja pristupačnih staza i objekata za osobe s invaliditetom				
	Osiguravanje pristupa kulturnim, povijesnim i prirodnim atrakcijama				

9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I  
OSTALIH PROJEKATA



## 9. POPIS PROJEKATA OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE I OSTALIH PROJEKATA

Naziv projekta	Opis	Procjena vrijednosti
Razvoj infrastrukture -izgradnja i unapređenje javnih sadržaja ,parkova ,zelenih površina	Javno zelena površina s igralištem kod Karambe -napravljen idejni projekt u tijeku glavni	120.000,00€
Odgovorno upravljanje otpadom	Uspostava sustava selektivnog prikupljanja i reciklaže otpada u turističkim zonama –(TN Stinica )implementacija polupodzemnih i nadzemnih spremnika i naselje Starigrad implementacija nadzemnih spremnika	60.000,00€
Rekonstrukcija gradske vijećnice – lože	U narednom periodu planira se izvršiti uređenje podruma (lapidarija), prizemlja i svih katova, koji radovi obuhvaćaju: tesarske, zidarske, izolaterske, keramičarske, gipsarske, parketarske, soboslikarske, stolarske i bravarske radove	2.000.000,00 EUR
Radovi čišćenja i saniranja izmeta, visinski radovi te postavljanje zaštite od ptica na lokalitetu tvrđave Nehaj Senj	Radovi čišćenja i saniranja izmeta na lokalitetu tvrđave Nehaj u Senju, na 110 otvora/prozora-puškarica uz izvođenje visinskih radova i postavljanje zaštite od ptica, imaju za cilj očuvanje i zaštitu ovog vrijednog kulturno-povijesnog spomenika.	40.000,00 eura
Ugradnja vrv klimatizacijskog sustava grijanja i hlađenja te odvlaživanja izložbenog i upravnog dijela gradskog muzeja u Senju sa izradom glavnog strojarskog projekta	Gradski muzej Senj navedenim radovima ugradnje klimatizacijskog sustava grijanja i hlađenja planira provesti mjere energetske učinkovitosti zgrade na adresi Milana Ogrizovića 5, 53270 Senj (palače Vukasović), planira smanjiti troškove uzrokovane dosadašnjim načinima grijanja te osigurati zdrave unutarnje klimatske uvjete	300.000,00 EUR
Uređenje atriya gradskog muzeja Senj	Gradski muzej Senj nalazi se u palači obitelji Vukasović, koja predstavlja vrhunski objekt profane arhitekture iz 14./15. St. Građena u gotičko-renesansnom stilu s bogatim arhitektonskim karakteristikama profanih venecijanskih elemenat na pročelju	200.000,00 EUR
Modernizacija postava Kuće Velebita -posjetiteljskog centra NP-a	Postav Kuće Velebita uglavnom je multimedijalni sadržaj koji je u funkciji osam godina i potrebno ga je modrenizirati kroz izradu novih sadržaja (aplikacija) i kao nove računalne opreme. Osim osuvremenjavanja potrebno je ugraditi najnovija rješenja po pitanju VR-a. Vjek trajanja računalne opreme je kratak i potrebna je stalna nadogradnja i usavršavanje.	3.000.000,00 eur

Uređenje i sanacija podrumskog prostora palače Vukasović	Projekt uključuje pripreme radove rušenja i demontaže – otucanje žbuke, uklanjanje postojećih stepenica od betona, demontaža zidnih ovjesa, zatim zidarske i tesarske radove, radove sanacije kapilarne vlage te soboslikarske i ličilačke radove	50.000,00 EUR
Uređenje fasade palače Vukasović	Gradski muzej Senj nalazi se u palači obitelji Vukasović, koja predstavlja vrhunski objekt profane arhitekture iz 14./15. St. Građena u gotičko-renesansnom stilu s bogatim arhitektonskim karakteristikama profanih venecijanskih elemenat na pročelju.	100.000,00 EUR
Zaštita postojeće vanjske i unutarnje drvene stolarije te otvorenog grednika	Stolarija (prozori, vrata) i grednici (drvene grede) čine ključni dio izvorne arhitekture palače. Njihova očuvanost svjedoči o graditeljskoj tradiciji, tehnikama i materijalima karakterističnim za određeno povijesno razdoblje. Obnova smanjuje rizik od oštećenja konstrukcije i produžuje vijek trajanja palače	100.000,00 EUR
Uređenje uredskih prostorija u zgradi gradskog muzeja Senj	Kustosima i muzejskom pedagogu potrebni su funkcionalni i adekvatni prostori za pripremu izložbi, vođenje edukacija i istraživački rad. Dobro uređeni uredi povećavaju učinkovitost i kvalitetu rada muzeja. Prikladni uredi odražavaju profesionalnost muzeja i jačaju njegov ugled. Posjetitelji, stručnjaci i partneri dobivaju bolji dojam o instituciji i njezinom radu.	30.000,00
Osvremenjivanje stalnog postava <i>prirodoslovna zbirka Velebit</i>	Projekt doprinosi održivosti destinacije kroz čuvanje i revitalizaciju kulturne baštine u muzeju. Osvremenjivanje će se izvesti na visokoj razini kvalitete, ekonomično i profilirano u odnosu na osnovnu djelatnost Muzeja. Opisani će program doprinijeti unapređenju muzejske izložbene djelatnosti te na taj način privući više posjetitelja, čime se iznova potvrđuje aktivna društvena uloga muzeja kao ustanove	10.400,00 EUR
Rekonstrukcija elektroinstalacija U gradskom muzeju Senj	Gradski muzej Senj smješten je u palači Vukasović, upisanoj u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske pod brojem Z-2003. Ona je pak smještena u staroj povijesnoj jezgri grada i predstavlja važnu kulturnu instituciju koja čuva i prezentira bogatu povijesnu i kulturnu baštinu senjskog kraja	100.000,00 EUR
IZDAVANJE ČASOPISA <i>SENJSKI ZBORNIK</i> – 4 sljedeća sveska (53., 54., 55. I 56.)	Senjsko muzejsko društvo i Gradski muzej Senj kontinuirano od godine 1965. Objavljuju znanstveni časopis <i>Senjski zbornik</i> (ISSN / E-ISSN: 0582-673X / 1849-0999).	30.000,00 EUR

Obnova i rekonstrukcija Planinarskog doma Zavižan	Obzirom na starost objekta, izloženost ekstremnim vremenskim uvjetima, parcijalnu nadogradnju kroz dugi niz godina utvrđeno je kako je domu nužno potrebna rekonstrukcija koja bi uskladila ostarjelu građevinu s današnjim standardima i zahtjevima vođenim idejom održivog	2.800.000,00 eura
Izrada predgotovljenog WC-a za posjetitelje NP Sjeverni Velebit na lokacijama bez komunalne infrastrukture te postavljanje suhih WC-a na novim lokacijama (Alan, Babić Siča, Velebitski botanički vrt).	Rekonstrukcija postojećeg suhog sanitarnog čvora za posjetitelje u tzv. Vodeni zahod. Zamjena dotrajalih i postavljanje novih suhih wc-a na glavnim ulazima u Park (6 komada) tipa KAZUBA ekološki WC-i.	220.000,00
Izgradnja i uređenje kuće senjskih književnika Kuća književnika	Izgradnja i uređenje kuće senjskih književnika u svrhu proširenja turističke ponude te zaštita kulturne i povijesne baštine	Nije poznato
Obnova Austro-ugarskog bunkera na južnoj strani senjske luke	Obnova i uređenje Austro-ugarskog bunkera na južnoj strani senjske luke sa edukativno-izložbenim sadržajima u svrhu obogaćivanja turističke ponude	
Obnova crkve Svetog Franje	Ruševina crkve sv. Franje nalazi se u centralnoj zoni povijesne urbanističke cjeline Senja, kulturnog dobra upisanog u Registar kulturnih dobara Republike Hrvatske pod brojem Z-4186. Crkva sv Franje sagrađena je 1558.g istovremeno sa samostanom sa kojim je formirala centralni gradski blok utvrđene jezgre Senja. Napravljen je geodetski snimak lokacije i ostataka zidova crkve sa preklomom na katastarsko stanje. Izrađena je konzervatorska studija sa smjernicama te idejno rješenje prve faze uređenja prostora.	Nije poznato
Uređenje šetnice kroz gradski Kolan	Uređenje šetnice kroz gradski Kolan te uređenje tzv. Bablje plaže	Nije poznato
Uređenje trga cimiter	Cilj je cjelovitom i sveobuhvatnom obnovom vratiti duh i vizure prošlog vremena te na taj način spriječiti devastaciju i daljnje propadanje navedenog područja	562.500,00 eura
Nastavak uređenja Pavlinskog trga – uređenje ulice Potok	Uređenja Pavlinskog trga – uređenje ulice Potok u vidu popločavanja te ukopavanje telefonske i elektro infrastrukture	Nije poznato

Javni izljevi vode – senjski vodovodni sustav	Projekt obnove senjskih izljeva vode podržalo je Ministarstvakulture te su zajedničkim sredstvima obnovljene fontana na Travici i fontana u Majoriji. Tako uređene fontane nisu došle do punog izražaja budući nije došlo do povezivanja s okolnim prostorom te je ostalo prostora za dovršetak i povezivanja u cjelinu koja bi se mogla prezentirati posjetiteljima i turistima	Nije poznato
Muzej senjskog pomorstva	Izgradnja i uređenje Muzeja senjskog pomorstva	Nije poznato
Obnova pročelja zgrada unutar zaštićene starogradske jezgre	Obnova pročelja zgrada unutar zaštićene starogradske jezgre iz sredstava spomeničke rente u kojoj je planirano uređenje 14 pročelja.	Nije poznato
Uređenje starog kamenog mosta preko Kolana	Uređenje starog kamenog mosta preko Kolana	Nije poznato
Rekonstrukcija kupališta banja i parka u naselju sv. Juraj, grad senj“	Projektom je planirana rekonstrukcija kupališta Banja i parka u naselju u Sv. Juraj na način da se rekonstruiraju obalni zidovi i zaobalne površine sa manjim dijelom novih obalnih linija, obnova svlačionica i sanitarnih čvorova, obnova parka, vodovodne i elektro instalacije. U sklopu plaže će biti osiguran pristup moru osobama smanjene pokretljivosti izvedbom rampe na rubnom južnom dijelu zahvata uz postojeći gat luke Sv. Juraj.	1.090.000,00 €
Uređenje i opremanje dječjeg igrališta u gradu Senju	Projektom je planirano uređenje i opremanje dječjeg igrališta u gradu Senju u cilju osiguranja kvalitetnih i priuštivih sadržaja za djecu i mlade. Projekt podrazumijeva uklanjanje derutnih igrala, čišćenje terena te priprema za postavljanje novih igrala i opreme (kombinirano igralo, ljuljačka, vrtuljak, 2 njihalice, klackalica, trampolin te postavljanje 3 klupe i 2 kante za smeće). Uređenjem i opremanjem igrališta doprinosi se unaprjeđenju kvalitete provođenja slobodnog vremena djece i mladih	78.074,25 €
Izgradnja i opremanje centra za starije osobe (izvaninstitucijske i institucijske usluge) Senj	Cilj projekta je poboljšanje dostupnosti integrirane cjelovite skrbi za starije osobe unapređenjem socijalne Infrastrukture tj. Izgradnjom i opremanjem Centra za starije osobe (izvaninstitucijske i institucijske usluge).	11.014.962,57 €
Uređenje i opremanje dječjeg igrališta u gradu Senju	Projektom je planirano uređenje i opremanje dječjeg igrališta u gradu Senju u cilju osiguranja kvalitetnih i priuštivih sadržaja za djecu i mlade	78.074,25 €
Dogradnja i opremanje postojeće ustanove za predškolski odgoj i	Cilj projekta je osigurati infrastrukturne i materijalne kapacitete u svrhu povećanja dostupnosti i učinkovitosti ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja za svu djecu od	525.000,00 eura sukladno procjeni

Obrazovanje	Najranije dobi.	
Energetska obnova zgrade Sportska dvorana Robert Barbić -Beli , na adresi S. Strahimira Kranjčevića 3, Senj	S obzirom na namjenu građevine potrebno je izvršiti rekonstrukciju fasade, ravnog krova, stolarije, ugradnja dizalice topline, ugradnja solarnih panela za dogrijavanje tople vode, ugradnja fotonaponskih panela za proizvodnju električne energije, zamjena postojeće rasvjete, ugradnja punionice za električna vozila, ugradnja podizno klizne rampe za osobe sa invaliditetom, parkinga za osobe sa invaliditetom, Parking za bicikle . Svrha projekta je privođenje predmetnog objekta arhitektonskoj funkcionalnosti, višoj Energetskoj učinkovitosti što će izravno utjecati na kvalitetu boravka korisnika u objektu, bolje uvjete rada Zaposlenih te omogućiti potencijalni razvoj i novu kvalitetu pružanja usluga u ustanovi.	2.329.979,25 €
Uređenje višenamjenskog školsko -sportskog igrališta na k.č.br. 1303/2 i Dijelu 1305 k.o. sveti juraj namjenjene za odgoj i obrazovanje uz postojeću područnu Osnovnu školu " vjenceslav novak" u svetom jurju	Uređenje sportskog igrališta koje trenutno u derutnom stanju kao i prostor i oprema oko igrališta. Ovim projektom urediti će se igralište kao vanjski odgojno obrazovni prostor u skladu s potrebama osnovnoškolaca što uključuje sve potrebne građevinske radove i opremanje samog igrališta.	225.770,24 €
Održavanje nerazvrstanih cesta na području Grada Senja u 2025. godini.	Cilj projekta je održavanje nerazvrstanih cesta na području Grada Senja, a sve sukladno Programu održavanja komunalne infrastrukture.	200.000,00 €
„Obnova parka senjskih književnika“	Ulaganje u infrastrukturu omogućit će da park ispuni svoj potencijal i postane generator održivog razvoja. Oblikovanje prostorne cjeline sa sadržajem koji zadovoljava potrebe i želje lokalnog stanovništva svih dobnih skupina čime bi se podigla kvaliteta života i pružio cjeloviti turistički doživljaj posjetiteljima.	1.025.208,20 €

Rekonstrukcija i opremanje PŠ Sveti Juraj za potrebe predškolskog odgoja	Projektom rekonstrukcije i opremanje postojeće građevine druge namjene poboljšava se dostupnost ranog i Predškolskog odgoja svoj djeci, stvaraju se poboljšani materijalni uvjeti za djecu i doprinosi jednakosti Obrazovnih šansi te stjecanje temeljnih kompetencija za svu djecu počevši od najranije dobi.	114.673,00 €
Tvrđava Nehaj	Cilj projekta je modernizirati i poboljšati nedostatnost Sadržaja i ponude kroz implementaciju multimedijalne opreme. Multimedijalna oprema, interaktivni elementi i edukativni sadržaji će poboljšati iskustvo posjetitelja kroz Inovativne tehnologije	2.854.544,48 €
Kuća književnika	Bruto površina zgrade iznosi oko 640 m2, raspodijeljena je na 4 etaže od po oko 160 m2. U suteran sa podzemnim prostorijama zgrade predviđa se smještaj Muzeja glagoljice, kao dokaz i spomen razvoju glagoljice i pisane riječi uopće u Senju. Prizemlje: prijemni dio –info pult, uredski i kancelarijski prostor te galerijski izložbeni prostor. I. Kat: smještaj centra senjskih književnika te zavičajne knjižnice senjskih književnika. II. Kat: multimedijalna dvorana, sanitarni čvor i skladište. Na ovaj etaži predviđena je mogućnost za održavanje radionica, edukaciju, književne večeri, sastanke i za djelovanje senjskih kulturnih udruga.	2.000.000 EUR do dovršetka prema procjeni
Senjska glagoljska preša	Prema nacrtu prof. V. Salomona <a href="https://hrcak.srce.hr/42856">https://hrcak.srce.hr/42856</a> nedovršena jer nedostaje tiskarski slog i nije napravljen drveni mehanizam preše/dvostruki vijak. Izrađen u potpunosti drveni korpus preše od stare hrastovine	Cca 25.000,00 eura
Uređenje novog multimedijalnog postava u tvrđavi Nehaj – Doba Uskoka	Trajni postav, u izradi idejni projekt koji radi CLINICA studio d.o.o iz Zagreba (Vedran Kasap/Ozana Ursić). Ideja predstavljena HRT-u koji je prihvatio suradnju	Cca. 2.500.000,00 EUR-
Kaštel ožegovićianum	Veteranski centar	25.000.000,00 EUR-a
Obnova Austro-ugarskog bunkera na južnoj strani senjske luke, edukativno – izložbeni sadržaj	Vojna povijest Senja – stalni postav, <i>Camera obscura</i> – pogled na luku, atrakcija	150.000,00 EUR-a

Izrada replike Velikih vrata (kraj Jozefinske ceste)	1998.g. Pod nadzorom i uz sufinanciranje sredstvima Ministarstva kulture izvršena je djelomična obnova istočnog dijela gradskog bedema, kojom prigodom je izvršena statička i konstruktivna sanacija bedema te je isti ožbukana. Takvo rješenje nije bilo popraćeno odobravanjem građana, dijelom i konzervatorske struke, ali je činjenica da je graditelj Jozefinske ceste major Kaetan Knežić naložio da se gradski bedem u tom dijelu ožbuka, kao što je kasnije na isti način ožbukana i gradski kaštel Ožegovićanum (1896.).	50.000 EUR-a
Osvjetljenje gradskih zidina	Projekt potrebno dovršiti do kraja, osvjetljenjem Leonove kule i dijela zidina sa zapadne strane te otkupom navedene kule i prigradnje uz kulu Trybenac, nakon toga izgradnja nedostajućeg dijela zidina na mjestu prigradnje	250.000,00 EUR-a
Preuređenje i adaptacija Doma kulture	2025. Nakon prestanka dugogodišnjeg zakupa Domu kulture vraćen na upravljanje cjelokupni prostor u suterenu zgrade tako da će cijela zgrada biti namijenjena osnovnoj funkciji za kulturu i obrazovanje, kao i brojnim udrugama i pojedincima, što do sada nije bilo moguće. Cijela zgrada se prilagođava navedenoj namjeni prema standardima za organizaciju događanja, 3 sale različitih kapaciteta koje opremom omogućavaju održavanje paralelnih događanja Prateće prostorije za smještaj i potrebe organizacije većih događanja Mogućnost održavanja savjetovanja, kongresa, kao direktni turistički sadržaj koji do sada u Senju nije postojao	350.000,00 EUR-a
Unaprjeđenje turističke signalizacije grada Senja	Postavljanje modernih i vizualno usklađenih informativnih i putokaznih oznaka na ključnim lokacijama radi lakše orijentacije posjetitelja i povećanja dostupnosti turističkih sadržaja	50.000,00 EUR
Obnova i valorizacija Sunčanog sata	Restauracija postojećeg Sunčanog sata, postavljanje interpretacijskih ploča koje objašnjavaju njegovu povijest i važnost kao turističke atrakcije, digitalizacija AR tehnologijom	40.000,00 EUR
Postavljanje meteorološkog uređaja za mjerenje bure	Nabava i postavljanje suvremenog meteorološkog senzora koji će mjeriti intenzitet bure; podatci će biti dostupni javnosti putem web stranice i info panela	80.000,00 EUR

Manifestacija „Uskočki dani“	Oživljavanje povijesti Senja kroz interaktivne predstave, kostimirane povorke, radionice i prezentacije uskočke tradicije s ciljem očuvanja kulturne baštine.	50.000,00 EUR
Manifestacija“ Senjski ljetni Karneval“	Organizacija tradicionalne karnevalske manifestacije koja okuplja posjetitelje iz cijelog svijeta, uz glazbeni program, radionice, karnevalsku povorku i promociju senjskog identiteta.	80.000,00 EUR
Izrada nove promotivne brošure	Izrada i tiskanje suvremene brošure s naglaskom na prirodne ljepote, povijesnu i kulturnu baštinu te gastronomske posebnosti, u tiskanom i digitalnom obliku.	30.000,00 EUR
Razvoj i proširenje biciklističkih staza u okolici Senja	Produženje i bolje označavanje postojećih biciklističkih ruta, postavljanje odmorišta i info- tabli radi povećanja sigurnosti i atraktivnosti za cikloturiste.	50.000,00 EUR
Uređenje panoramskih vidikovaca	Uređenje i opremanje nekoliko vidikovaca s panoramskim pločama, klupama i informativnim sadržajem, s ciljem podizanja atraktivnosti turističke ponude.	40.000,00 EUR
Ciljane marketinške aktivnosti na inozemnim tržištima	Provedba promotivnih kampanja na ključnim europskim tržištima (Njemačka, Austrija, Slovenija, Italija) putem digitalnih kanala i suradnji s influencerima.	70.000,00
Promocija slogana Senj-bura doživljaja	Projekt je usmjeren na jačanje prepoznatljivosti grada Senja kroz razvoj i promociju jedinstvenog turističkog identiteta. Kroz promotivne aktivnosti, digitalne kampanje i događanja, projekt doprinosi brendiranju Senja kao autentične destinacije bogate doživljajima, tradicijom i prirodnim posebnostima.	40.000,00 EUR
Gastronomska manifestacija „Škamparjada u Svetom Jurju“	Organizacija manifestacije posvećene škampima i ribarskoj tradiciji Svetog Jurja. Događaj uključuje kulinarske prezentacije, natjecanja u pripremi jela od škampa, glazbeni program i promociju lokalne gastronomije.	25.000,00 EUR
ADVENT U SENJU	Advent u Senju je manifestacija koja donosu blagdanski ugođaj u grad pod Nehajem kroz bogat kulturno-zabavni program, prigodnu gastronomsku ponudu i druženje u blagdanskom duhu. Projekt ima za cilj obogatiti turističku ponudu grada Senja u zimskim mjesecima.	100.000,00 EUR

	Kroz organizaciju blagdanih događanja, koncerata renomiranih izvođača, kazališnih predstava, radionica, gastronomskom ponudom, klizalištem projekt potiče zajedništvo, očuvanje tradicije i promociju Senja kao atraktivne adventske destinacije	
--	--	--

## 10. POPIS TABLICA

Tablica 1 Profil odredišta / baza osnovnih podataka o destinaciji .....	8
Tablica 2 Pregled naselja u destinaciji Senj.....	10
Tablica 3 Kvantitativna analiza smještajnih kapaciteta u Gradu Senju u razdoblju od 2020-2024.....	12
Tablica 4 Analiza ugostiteljske ponude Grada Senja prema razdoblju poslovanja, profilu gostiju i prilagođenosti objekta .....	13
Tablica 5 Analiza usklađenosti ugostiteljske ponude destinacije Senj sa aktualnim turističkim trendovima .....	14
Tablica 6 Pregled vrsta turističkih usluga u destinaciji Senj.....	15
Tablica 7 Analiza obilježja posjetitelja destinacije Senj prema dobi u 2024. godini.....	18
Tablica 8 Resursna osnova destinacije Senj .....	19
Tablica 9 Pregled primarne i sekundarne javne turističke infrastrukture destinacije Senj .....	21
Tablica 10 Glavni elementi koji čine prometnu povezanost destinacije Senj.....	26
Tablica 11 Izazovi i mogućnosti u razvoju digitalne infrastrukture za destinaciju Senj.....	28
Tablica 12 Ključni aspekti digitalne povezanosti destinacije Senj .....	29
Tablica 13 Prednosti i izazovi digitalne integracije u destinaciji Senj.....	31
Tablica 14 Analiza sigurnosti i privatnosti u destinaciji Senj.....	32
Tablica 15 Procjena kibernetičke sigurnosti u destinaciji Senj.....	33
Tablica 16 Osnovna procjena usklađenosti destinacije Senj s GDPR-om.....	33
Tablica 17 Procjena komunikacijske pristupačnosti destinacije Senj.....	35
Tablica 18 Strukturirana analiza organiziranosti turističkih usluga u destinaciji Senj .....	37
Tablica 19 Stanje i izazovi potreba poslodavaca u turizmu i ugostiteljstvu u destinaciji Senj.....	39
Tablica 20 Okvirni popis potreba međunarodnih dionika.....	40
Tablica 21 Pregled komunikacijskih kanala koji se koriste u destinaciji Senj.....	40
Tablica 22 Zapažene prednosti i slabosti digitalnog prisustva destinacije Senj .....	41
Tablica 23 Analiza digitalnog prisustva destinacije Senj .....	42
Tablica 24 Analiza offline aktivnosti destinacije Senj.....	43
Tablica 25 Analiza suradnje s medijima destinacije Senj.....	44
Tablica 26 Identifikacija konkurentskih destinacija destinaciji Senj.....	45
Tablica 27 Identifikacija direktne konkurencije destinaciji Senj .....	46
Tablica 28 Identifikacija indirektna konkurencije destinaciji Senj.....	46
Tablica 29 Benchmarking destinacije Senj.....	48
Tablica 30 Analiza stanja destinacije Senj po pitanju faze razvoja turizma u segmentima .....	51
Tablica 31 Aktualni trendovi u turizmu .....	52
Tablica 32 Prikladnost trendova za destinaciju Senj.....	52
Tablica 33 Pregled specifičnih niša za koje destinacija Senj ima potencijal .....	66
Tablica 34 Prijedlog emitivnih tržišta za destinaciju Senj sukladno utvrđenim tržišnim nišama .....	66
Tablica 35 Prijedlozi suradnje s trećim stranama za destinaciju Senj.....	67
Tablica 36 Destinacije konkurenti destinaciji Senj.....	68
Tablica 37 Godišnji plan aktivnosti za ostvarenje koncepta „Bura doživljaja“ u destinaciji Senj .....	73
Tablica 38 Glavne atrakcije i jedinstvenosti destinacije Senj.....	74
Tablica 39 Ocjena atrakcija destinacije Senj kao turističkih proizvoda.....	75

Tablica 40 Marketinška strategija po atrakcijama destinacije Senj .....	75
Tablica 41 Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti koji mjere utjecaj turizma na društvene aspekte održivosti .....	78
Tablica 42 Hodogram aktivnosti za strateški razvoj turizma (3 godine) .....	118
Tablica 43 Vrste turizma koje Senj treba razvijati u konceptu bure događaja.....	119
Tablica 44 Ciljana emitivna tržišta (po vrstama turizma).....	119
Tablica 45 Marketinški alati i kanali promocije .....	119
Tablica 46 PESTLE analiza destinacije Senj.....	121
Tablica 47 SWOT analiza destinacije Senj.....	121
Tablica 48 Temeljna načela turizma u destinaciji Senj.....	122
Tablica 49 Identifikacija općih ciljeva destinacije Senj.....	124
Tablica 50 Konkretni ciljevi razvoja turizma u Senju s mjerljivim pokazateljima i aktivnostima koje se mogu pratiti za uspjeh strategije .....	128
Tablica 51 Operativne mjere cjelovit i detaljan okvir za strateško planiranje i provedbu razvojnih ciljeva destinacije Senj, usklađene s nacionalnim i regionalnim strateškim dokumentima, naglašavajući održivost, inovacije, očuvanje okoliša, socijalnu uključenost i .....	129
Tablica 52 Vremenik aktivnosti .....	139

## **11. POPIS GRAFIKONA**

Graf 1 Trend dolazaka turista u destinaciju Senj ( 2020-2024) .....	16
Graf 2 Broj ostvarenih noćenja u destinaciji Senj (2020- 2024).....	16
Graf 3 Prosječno trajanje boravka turista u destinaciji Senj (2020-2024) .....	17

## 12. POPIS SHEMA

Shema 1 Koncept turističke ponude pod sloganom "Bura doživljaja" .....	71
--	----