

**TURISTIČKA ZAJEDNICA  
GRADA GOSPIĆA**

**STRATEGIJA  
TURISTIČKOG RAZVOJA  
GRADA GOSPIĆA**



Gospić, rujan 2017. godine

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>4</b>
1.1. Pristup – razumijevanje problema.....	4
1.1.1. Turistički proglašenje Grada Gospića .....	5
1.1.2. Jesmo li pripremljeni na budućnost? .....	5
1.2. Poluge djelovanja na razvoj turizma Grada Gospića.....	6
1.2.1. Promijeniti svijest interesnih subjekata o turizmu .....	6
1.2.2. Uspostaviti odgovornost za razvoj turizma .....	7
1.2.3. Podići ugled i imidž Gospića .....	7
1.3. Svrha i ciljevi Strategije turističkog razvoja.....	8
1.4. Temeljna metodološka načela .....	9
1.5. Program istraživanja i radionica.....	10
<b>2. OPĆE ZNAČAJKE PROSTORA GRADA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Položaj grada Gospića u Lično-senjskoj županiji, Hrvatskoj i širem okruženju .....	11
2.2. Osnovne zemljopisne značajke .....	13
2.3. Infrastruktura i ekološki problemi .....	14
2.3.1. Cestovni promet .....	14
2.3.2. Željeznički promet .....	15
2.3.3. Zračni promet .....	16
2.3.4. Telekomunikacije.....	16
2.3.5. Vodoopskrba .....	16
2.3.6. Ovodnja .....	17
2.3.7. Otpad .....	17
2.3.8. Energetika.....	18
2.3.9. Akcijski plan energetski održivog razvijanja grada Gospića (SEAP) .....	18
2.4. Postojeća planerska dokumentacija i pravni okvir.....	19
2.4.1. Županijska razvojna strategija Ličko-senjske županije.....	19
2.4.2. Prostorni plan Ličko-senjske županije.....	20
2.4.3. Prostorni plan Grada Gospića .....	20
2.5. Socio-demografske, socio-ekonomiske i socio-kulturne značajke Grada Gospića .....	21
2.6. Osnovne gospodarske značajke .....	24
<b>3. STRATEŠKA ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA TURISTIČKOG RAZVOJA .....</b>	<b>27</b>
3.1. Turistički resursi .....	27
3.1.1. Turistička atrakcijska osnova .....	27
3.2. Ostali turistički resursi .....	33
3.2.1. Smještajno - ugostiteljski kapaciteti .....	33
3.3. Turistička potražnja .....	35

3.4. Tradicija lokalnog stanovništva kao turistički resurs .....	39
3.5. Turistička zajednica.....	40
<b>4. GLOBALNI TURISTIČKI TRENDYOVI.....</b>	<b>42</b>
4.1. Kvalitativni trendovi promjena u suvremenom društvu koji utječu na turizam .....	42
4.2. Trendovi u suvremenom turizmu .....	45
4.3. Tipovi suvremenih turista .....	46
4.4. Trendovi na turističkom tržištu .....	47
4.5. Profil suvremenog turista .....	48
<b>5. SWOT ANALIZA.....</b>	<b>49</b>
<b>6. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA GOSPIĆA.....</b>	<b>56</b>
6.1. Strateška vizija, misija i ciljevi razvoja.....	56
6.1.1. Opće naznake i osnovni razvojni principi.....	56
6.1.2. Metodološki pristup u ostvarivanju vizije.....	56
6.1.3. Temeljne odrednice za razvoj turizma.....	57
6.2. Vizija i misija turističkog razvjeta Grada Gospića .....	57
6.2.1. Vizija turističkog razvjeta Grada Gospića.....	58
6.3. Misija turističkog razvjeta turizma Grada Gospića.....	59
6.4. Strateški razvojni ciljevi.....	60
6.5. Razrada mjera .....	66
<b>7. MOGUĆI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA .....</b>	<b>80</b>
7.1. Uvodne naznake .....	80
7.2. Alternativni razvojni scenariji .....	80
7.2.1. Gospic po mjeri gospicana.....	80
7.2.2. Gospic po mjeri Europe .....	81
7.2.3. Gospic po mjeri privilegiranih.....	82
<b>8. KONCEPCIJA I PLAN REALIZACIJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I KLJUČNI PROJEKTI .....</b>	<b>84</b>
8.1. Uvodne naznake .....	84
8.2. Koncept diferencijacije – ključna odrednica za efikasno i dugoročno održivo strukturiranje turizma Grada Gospića.....	84
8.3. Programske aspekte turističkog razvoja Grada Gospića .....	85
8.4. Sustav turističkih doživljaja Grada Gospića.....	85
8.5. Proizvodi i aktivnosti .....	89
<b>9. KONCEPCIJA I PLAN REALIZACIJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I KLJUČNI PROJEKTI .....</b>	<b>91</b>
9.1. Ključni projekti .....	91
<b>10. PROJEKCIJA RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA .....</b>	<b>118</b>
10.1. Projekcija rasta i broja noćenja.....	118

10.2. Projekcija razvoja smještajnih kapaciteta .....	118
10.3. Procjena ulaganja u smještajne kapacitete i novozaposlene osobe .....	120
<b>11. KOMUNIKACIJSKE SMJERNICE .....</b>	<b>121</b>
<b>12. PROVEDBE I PRAĆENJA .....</b>	<b>122</b>
12.1. Interesni subjekti i usklađivanje njihovih interesa .....	122
12.2. Praćenje provedbe .....	123
<b>13. ZAKLJUČCI I PREPORUKE .....</b>	<b>124</b>
<b>14. PROVEDBENI PLAN STRATEGIJE TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA GOSPIĆA .....</b>	<b>125</b>

## 1. UVOD

### 1.1. Pristup – razumijevanje problema

Dinamične društvene i gospodarske promjene, u znatnoj mjeri, definiraju i oblikuju razvoj turizma na određenom prostoru. Definiranje i oblikovanje turističkog razvoja na određenom prostoru najučinkovitije je formulirati posredstvom strateškog dokumenta razvoja turizma.

Upravo zbog toga javlja se i potreba formuliranja Strategije turističkog razvoja Grada Gospića a koja polaziti od slijedećih obilježja.

Grad Gospic neosporivo raspolaže izuzetnim prirodnim resursima. Međutim, ti prirodni resursi još

uvijek su nedovoljno iskorišteni ili se neprikladno koriste i nisu u funkciji turističkog razvoja Grada Gospića.

Prirodna osnova na području Grada Gospića pogoduje razvoju cijele lepeze izuzetno atraktivnih turističkih proizvoda koje je moguće povezati i time osigurati dodatne vrijednosti boravka turista na području Gospića. Međutim,



danas se samo mali broj turističkih proizvoda na prostoru Grada Gospića nalazi u početnoj fazi svog oblikovanja i razvoja.

Turistički sektor na području Grada Gospića, danas je, u usporedbi s mogućnostima, na niskoj razini razvoja te ostvaruje minimalne ekonomske učinke.

Zbog toga je nužno postići konsenzus privatnog i javnog sektora o usmjerenjima budućeg razvoja turizma, a upravo je to zadaća Strategije turističkog razvoja Grada Gospića.

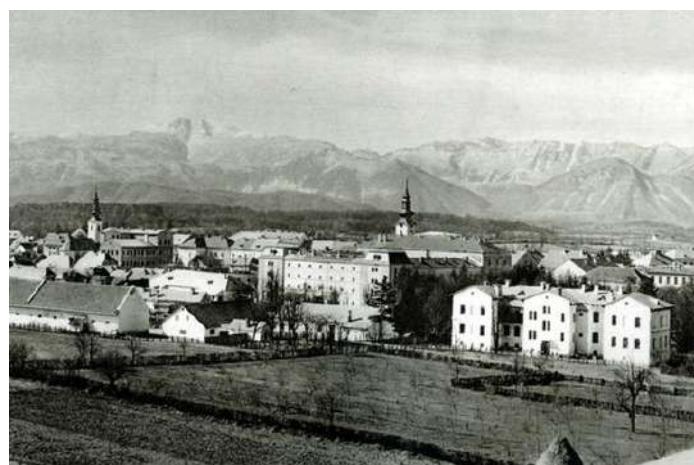
Opće gospodarsko stanje na području Grada Gospića nije zadovoljavajuće. Zbog toga bez odlaganja treba iskoristiti šansu koju pruža razvoj turizma kao opći generator gospodarskog boljštaka Gospića.

Upravo je Strategija turističkog razvoja poduzetnički okvir koji definira najprimjerenija strateška usmjerenja turističkog razvoja koja će potaknuti opći gospodarski prosperitet Gospića. Time se stvaraju osnova i uvjeti za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Na temelju navedenih elemenata proizlazi da je zadaća Strategije turističkog razvoja stvoriti okvire za perspektivan društveni i gospodarski razvoj Gospića i stvoriti osnovu za poboljšanje kvalitete života njezina stanovništva.

U pristupanju izradi Strategije turističkog razvoja Grada Gospića valja uzeti u obzir slijedeće osnovne odrednice: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine, naročito u pogledu vizije razvoja turizma te poticanje strategija diferencijacije turističkog razvoja pojedinih područja.

Kao podloga, koristiti će se Strategija gospodarskog razvjeta Ličko-senjske županije i Strategija gospodarskog razvjeta Grada Gospića kao i Prostorni plan Ličko-senjske županije i Prostorni plan Grada Gospića.



Uskladiti interes javnog i privatnog sektora te stanovništva na području Gospića, jedan je od primarnih ciljeva Strategije turističkog razvoja.

Polazna osnova za pristupanje izradi Strategije turističkog razvoja Grada Gospicā je atraktivan prostor koji još uvijek ne funkcioniра kao usklađeni sustav ponude, iskustava niti kao razvijena međunarodna turistička struktura.

Strategijom turističkog razvoja potiče se interes da se razvojno- investicijskim projektima Gospicā preobraze u međunarodnu turističku destinaciju, a time da se otvorи proces za turističko pozicioniranje područja Grada Gospicā na međunarodnom turističkom tržištu.

Snažni poticaji za izradu Strategije turističkog razvoja motiviraju jaki županijski i lokalni interesi za razvoj turizma kao potencijalnog pokretača gospodarskog napretka i blagostanja stanovništva. Strategiju turističkog razvoja potiče i jaka potreba za uspostavu kontroliranog razvoja i zaštitom prostora kao i rješenjem problema utjecaja više ključnih subjekata i interesnih skupina povezanih s turizmom.

Sve navedeno, konzultantska tvrtka Mili i Petar j.d.o.o. ugradila je u Strategiju turističkog razvoja Grada Gospicā, koja se i prezentira na narednim stranicama ovog dokumenta.

Sve fotografije preuzete su sa internetskih domena: [www.visitgospic.com](http://www.visitgospic.com), [www.gospic.hr](http://www.gospic.hr), [www.licko-senjska.hr](http://www.licko-senjska.hr), [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) i [www.visit-lika.com](http://www.visit-lika.com).

### **1.1.1. Turistički proglaš Grada Gospicā**

Turizam i turistička industrija područje je izraženih vanjskih utjecaja u kojemu tržišni mehanizam ne osigurava održivi dugoročni razvoj. Imajući u vidu da je budućnost turizma Grada Gospicā suprotstavljeni funkcijama cilja različitih „igrača“, smatramo važnim da se na razini šire javnosti ovog područja razmotri i usvoji strateški vrijednosni okvir na temelju kojeg se trebaju vrednovati buduće razvojne inicijative.

Na osnovi cijelovitog autorskog angažmana na ovom projektu, te napose izvedenih istraživanja i intervjuja s ključnim interesnim subjektima moguće je definirali prijedlog strateškog vrijednosnog okvira koji predstavljamo u nastavku.

### **1.1.2. Jesmo li pripremljeni na budućnost?**

Grad Gospic je destinacija karakteristične kulture, čistog i sačuvanog okoliša, snažne duhovne proizvodnje u koju stanovnici ulažu dosta energije, znanja i strasti. Ljudi i kultura Grada Gospicā, na međunarodnoj sceni, prepoznati su svojom umjetnošću, hranom..., ponosni su na svoj lički stil življenja koji drugi sve više prepoznaju i cijene. Od samog početka turizma, Gospic je u središtu pozornosti svjetske javnosti kao odredište netaknute prirode, ljepote i ljudi otvorena srca.

Pohvale turista koje su usmjerene na opći doživljaj prigodom boravka na našem prostoru, ujedno je i pitanje vlastite odgovornosti za budućnost Gospicā kao turističke destinacije.

Pitanje je, međutim, koliko danas kapitaliziramo jedinstvene turističke vrijednosti Grada Gospicā. Koristimo li mogućnosti ispravno? Je li bogatstvo koje proizvodimo u turizmu u korelaciji s resursima koje trošimo? Surađujemo li dovoljno u zajedničkom interesu?

Koliko štitimo i unapređujemo svoje ključne vrijednosti? Jesmo li razvili senzibilitet o turizmu kao činjenici koja integrira naše svekoliko stvaralaštvo, odgovornost i osjećaj za mjeru? Jesmo li svjesni da će naš turizam sutra izgledati onako kako ga mi danas odredimo i usmjerimo?

U Gradu Gospic glavnina je turističkog posla u privatnom smještaju, koji je povjesno otvorio mogućnost personalizacije odnosa s gostima.

Autocesta Zagreb – Ploče otvorila je mogućnosti i za značajniji vikend turizam. Turizam Gospicā raspolaze i određenim profesionalnim kadrovima. Podatke o gostima i njihovu zadovoljstvu redovito se prikuplja i analizira.

U turizam Grada Gospić uđaže se dosta energije i znanja kako bi se održao i unaprijedio turistički promet i potrošnju. Međutim, zbog tržišnih promjena, turistički kapaciteti Grada Gospića danas više nisu okrenuti budućnosti. Nije se razvilo proizvode i usluge koji bi barem donekle izvukli turizam Gospića iz niske razine profesionalnog poslovanja.

Turizam Grada Gospića ima premalo kvalitetnih hotela i premalo hotela koji posluju cijele godine. Nema ni dovoljno kvalitetnih obiteljski vođenih malih hotela koji bi do kraja iskoristili šanse rasta individualnog tržišta.

Na području Grada Gospića ne investira se dovoljno u razvoj drugih sadržaja kao što su tematski parkovi, tereni za golf, športsko - rekreativni i zdravstveni sadržaji koji će privući posjetitelje u većem dijelu godine. Ne uđaže se dovoljno u ljude a napose u turistički menadžment. Svi akteri turizma Grada Gospića nisu dovoljno okrenuti novim gostima i novim tržištima. Ne prati se dovoljno najnovije tržišne trendove i premalo istražuju potrebe gosta budućnosti.

Prijeti opasnost da Gospic ostane destinacija za uživanje u nekoliko ljetnih tjedana na klasični način. Prijeti opasnost da, zbog neshvaćanja kretanja suvremenih tijekova, glavni akteri gospicke turizma izgube sposobnost da trezveno i na vrijeme jasno definiraju turističku budućnost Grada Gospića i pravila igre koja će vrijediti za sve interesne subjekte.



Glavni akteri Grada Gospića moraju biti svjesni izazova globalne konkurenциje koja tjeran inovacije proizvoda i upravljačkih procesa u turizmu. Nove tehnologije, odnos prema gostu i napose prema ekologiji područja su koja traže posebne napore.

Međutim, turizam Grada Gospića još uvijek nije upravljački pripremljen za budućnost koja mu realno pripada, jer je današnji modus operandi gospicke turizmu bitno ispod njegovih strateških vrijednosti. Budući da dugoročni

potencijal rasta turizma Grada Gospića može biti ugrožen, postoji odlučnost da se aktivnom turističkom politikom područja utječe na procese koji su suprotni našim dugoročnim interesima.

## **1.2. Poluge djelovanja na razvoj turizma Grada Gospića Promijeniti svijest interesnih subjekata o turizmu**

Danas se turizam više tretira kao ekonomski-finansijska kategorija i nerijetko kao izvor brzih i lakih zarada, osobito u špekulacijama nekretninama i zemljишtem.

Turizam zato moramo valorizirati posredstvom izražavanja naše kulture i identiteta, nacionalnog ponosa, poslovnih vještina i napose kao prostor za dugoročan društveni i gospodarski razvoj Grada Gospića. Turizam Gospića ne smije postati žrtvom trenutačne turističke konjekture, nego se mora igrati na kartu održivog turizma i kreativnih inovacija temeljenih na vlastitoj viziji i pozicioniranju.

### **1.2.2. Uspostaviti odgovornost za razvoj turizma**

Gradska vlast do sada nije bitno utjecala na razvojne procese u turizmu, ni u procesu planiranja i izgradnje kapaciteta, privlačenju kapitala, razvoju ljudskih potencijala, davanju značajnih poticaja i drugim ključnim pitanjima o kojima ovisi opća kvaliteta turizma Grada Gospića.

Svjetska iskustva govore da se turizmom najdjelotvornije upravlja s razine turističke destinacije pa je vrijeme da i Grad Gospić preuzme odgovornost za vlastiti turizam po uzoru na druga područja. Odgovornost je svih dionika u turizmu Grada Gospića osigurati više kvalitetnog zapošljavanja u turizmu. Jedino inteligentnim upravljanjem moguće je podići kvalitetu života svih dionika te zajedničkom suradnjom izgraditi Grad Gospić kao snažnu turističku destinaciju.



### **1.2.3. Podići ugled i imidž Gospića**

Ugled na svjetskom turističkom tržištu moguće je graditi uz iskren i profesionalan odnos s turistima koji posjeti i borave na prostoru Grada Gospića.



Pri tome glavni oslonac je stroga zaštita i unapređenje jedinstvenih vrijednosti, uz ozbiljne napore u razvoju sadržaja i iskustva visoke klase. Treba spojiti od prirode danu atrakcijsku strukturu s visokovrijednim iskustvima kako bi se mogla izgraditi lojalnost gostiju na dugi rok prema Gospiću kao turističkoj destinaciji. Cjelovit sustav usluga u turizmu Gospića mora biti usklađen sa svjetskim konkurentskim standardima i u njih je potrebno ugraditi vlastiti stil i kulturu gostoprимstva.

Zbog toga se predmetnim dokumentom želi oblikovati budućnost turizma Gospića na način:

- da se bitno unaprijede strateške investicije u turističku infrastrukturu, usluge, inovacije i tehnologije;
- da pridobije opće razumijevanje javnosti o stvarnom značenju turizma za gospodarski rast i zapošljavanje na području Grada Gospića;
- da se isporuči visokokvalitetno turističko iskustvo posjetiteljima Grada Gospića;
- da se pronađu i promiču rješenja dugoročne održivosti prirodnih, socijalnih i ekonomskih okvira rasta;
- da se inteligentno promiče Gospić kao turističko odredište kvalitetnih i raznolikih proizvoda;
- da osigura jako i proaktivno vodstvo u budućem upravljanju turizmom na području Grada Gospića.

### 1.3. Svrha i ciljevi Strategije turističkog razvoja

Svrha je Strategije turističkog razvoja Grada Gospića prije svega da poboljša kvalitetu života, osigura gospodarski napredak i blagostanje stanovništva. Također, Strategija turističkog razvoja treba da posluži i kao usuglašena polazna osnova, odnosno poduzetnički okvir za razvoj turizma Gospića u slijedećih deset godina.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića ima dva temeljna cilja:

#### A) Stvaranje regulatornog okvira za ravnotežu ekonomskog napretka i održivosti razvoja;

Odgovarajućom valorizacijom turističkih potencijala osigurati takvu podlogu za razvoj turizma koja će pomiriti dva dugoročna cilja: a) razvoj kvalitete života i blagostanja stanovnika Gospića i ekonomski prosperitet koji se temelji na globalno konkurenčkoj turističkoj strukturi; b) uvažavanje održivosti razvoja i zaštita visokovrijednog prostora.



#### B) Stvaranje osnove za osiguranje suglasnosti javnog i privatnog sektora oko razvojnih usmjerenja i projekata u turizmu kao novog modela upravljanja turizma Gospića;

Osigurati konsenzus javnog i privatnog sektora na definiranim razvojnim ciljevima, koji će biti osnova za implementaciju poduzetničkog okvira koji je definiran Strategijom turističkog razvoja.

U ostvarenju dvaju navedenih temeljnih ciljeva, Strategija turističkog razvoja Grada Gospića usmjerena je na ostvarivanje slijedećih podciljeva:

- a/ na osnovi analize postojećeg lanca vrijednosti u turizmu Gospića u okvirima nacionalne i međunarodne konkurenčke strukture, oblikovati jasnu viziju razvoja turizma Gospića, s artikuliranim ciljevima i strategijom razvoja,
- b/ na osnovi pozicioniranja turističke ponude Gospića u međunarodnoj konkurenciji, na načelima diferencijacije stvoriti osnovu na unapređenju i razvoju turističke ponude Gospića, uz oblikovanje i razvoj novih proizvoda te unapređenje kvalitete usluga.

Cilj Strategije turističkog razvoja je i stvoriti prepostavke za uspješno pozicioniranje područja Gospića na turističkom tržištu uz oblikovanje jasnog imidža u svijesti potencijalnih gostiju na emitivnim tržištima. Strategija turističkog razvoja trebala bi pridonijeti identifikaciji ključnih razvojnih projekata. Također, Strategija bi trebala stvoriti prepostavke za ulazak u investicijski ciklus u javnom i privatnom sektoru, a koji će se temeljiti na tržišnim principima održivosti razvoja te odgovarajućim povratima na ulaganja.

Primjena Strategije turističkog razvoja treba pokrenuti kreativne i inovativne načine suradnje javnog i privatnog sektora na području Grada Gospića.

Strategija turističkog razvoja izrađena je za definirano prostorno područje koje ima resursno-atrakcijsku osnovu i treba poslužiti kao temeljni regulatorni dokument i poduzetnički okvir za razvoj turizma Grada Gospića u slijedećih deset godina.

#### **1.4. Temeljna metodološka načela**

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića primjenjuje metodologiju usmjerenu prema provedbenim rješenjima, koja u slučaju volje javnog i privatnog sektora i stanovništva osigurava mogućnost učinkovite provedbe. Samim time, ova Strategija stvara preduvjete za dogovor sudionika u turizmu Grada Gospića, a time olakšava provedbu predloženih i usvojenih rješenja.

Izrada Strategije turističkog razvoja temelji se na slijedećim ključnim metodološkim načelima.

##### **A) Intenzivna suradnja i uključenost široke strukture gradskih subjekata, interesnih skupina i stručnjaka – piramidalni pristup.**

Načelo suradnje podrazumijeva intenzivnu komunikaciju i rasprave s ključnim subjektima, interesnim skupinama i stručnjacima na gradskoj razini tijekom cijelog procesa izrade Strategije, a što je u funkciji postizanja konsenzusa svih relevantnih subjekata u Gradu Gospiću o razvojnim usmjeranjima.

Ključni čimbenik uspjeha u izradi Strategije turističkog razvoja je aktivno sudjelovanje lokalnih stručnjaka, ključnih subjekata i različitih interesnih skupina povezanih s turizmom u Gradu Gospiću. To se postiže organiziranjem radionica, kojima je cilj razmjena mišljenja, rasprave i dogоворi svih sudionika relevantnih za budući razvoj turizma na području Gospića.



Također, radionice su prilike za raspravu o predloženim rješenjima s interesnim skupinama, što u konačnici vodi postizanju konsenzusa javnog i privatnog sektora u vezi s okvirom predloženom Strategijom. To je dakle u funkciji nesmetane provedbe koja valja uslijediti nakon dovršenja Strategije turističkog razvoja Grada Gospića.

##### **B) Razvoj provedbenih instrumenata, mehanizama i institucionalnih tijela za provedbu.**

Metodologija na kojoj se zasniva izrada Strategije uključuje već tijekom izrade same Strategije zajednički rad na razvoju provedbenih instrumenata, mehanizama te prijedloga institucionalnih tijela nužnih za provedbu rješenja predloženih Strategijom turističkog razvoja Grada Gospića. Na taj se način postiže djelotvorna osnova za provedbu rješenja, što osigurava olakšavanje i ubrzavanje provedbene faze.

## 1.5. Program istraživanja i radionica

Za potrebe izrade Strategije turističkog razvoja Grada Gospića organizirane su stručne radionice i rasprave s glavnim nositeljima turističke ponude i turističke politike u cilju detaljnijeg utvrđivanja stanja i razvojnih mogućnosti turizma Gospića.

**Prikaz 1.** Stavovi glavnih nositelja turističke ponude i turističke politike o stanju i razvojnim mogućnostima turizma Grada Gospića

AKTIVNOSTI	CILJEVI
Radionica s turističkim agencijama	Spoznati tekuće probleme u radu i poslovanju turističkih agencija Grada Gospića. Utvrditi razvojne projekte turističkih agencija. Moguća suradnja s Gradom Gospićem i Turističkom zajednicom Grada Gospića u poboljšanju i unapređenju turističke ponude i razvoja novih projekata. Nova uloga turističkih agencija kao DMC u razvoju novih turističkih proizvoda Gospića.
Razgovori s hotelijerima	Razvojne mogućnosti hotelskih tvrtki Grada Gospića. Rekonstrukcija postojećih i izgradnja novih smještajnih kapaciteta. Modeli zajedničkog nastupa i promocije na stranim tržištima uz podršku Turističke zajednice Grada Gospića. Razvoj zdravstvenog turizma. Problematika obrazovanja i zapošljavanja mladog i stručnog ugostiteljskog kadra. Brendiranje Gospića kao turističke destinacije.
Radionica s predstavnicima obiteljskog smještaja	Poboljšanje kvalitete smještajnih kapaciteta. Edukacija vlasnika obiteljskog smještaja. Razvojne mogućnosti obiteljskog smještaja. Organizacioni oblici poslovanja obiteljskog smještaja. Suradnja s lokalnim turističkim agencijama. Suradnja s Gradom Gospić. Zajednički nastup i promocija na emitivnim turističkim tržištima uz podršku Turističke zajednice Grada Gospića.
Rasprava s predstavnicima Grada Gospića	Turizam u strateškim razvojnim dokumentima Grada Gospića. Javna-gradska - poduzeća u funkciji razvoja turizma. Prostorno planiranje i turistički razvoj.
Radionica s predstavnicima Turističkog vijeća i Skupštine Turističke zajednice Grada Gospića	Projekti razvoja turizma Grada Gospića. Vizija turizma Grada Gospića. Operacionalizacija razvoja turizma Grada Gospića.

## 2. OPĆE ZNAČAJKE PROSTORA GRADA

### 2.1. Položaj grada Gospića u Ličko-senjskoj županiji, Hrvatskoj i širem okruženju

Grad Gospić zauzima središnji prostor Ličko – senjske županije. Svojim zapadnim rubom Grad Gospić graniči s Gradom Senjom, sjevernim rubom s Općinom Perušić, istočnim rubom s Općinom Udbina, Općinom Lovinac i Općinom Plitvička jezera te južnim dijelom s Općinom Karlobag.

Grad Gospić je „grad na 3 rijeke“, na nadmorskoj visini od 562 metra te na raskrižju putova od sjevera prema jugu Hrvatske.



Kroz Gospić prolaze tri rijeke: Novčica, Lika i Bogdanica. Gospić je grad u središnjem dijelu Like, a nalazi se podno Velebita, najveće hrvatske planine, koja čini prirodnu granicu između primorskog i kontinentalnog dijela Hrvatske. Gospić je smješten na zapadnom rubu Ličkog polja, jednog od najvećih hrvatskih kraških polja.

Grad Gospić se prostire na površini od 966,87 km<sup>2</sup>, dimenzija 42 km u smjeru jugoistok-sjeverozapad i 33 km u smjeru sjeveroistok-jugozapad, što čini 18,1% površine Ličko-senjske županije, čime se Grad nalazi na prvom mjestu po veličini u Županiji, ali i cijeloj Republici Hrvatskoj.

U teritorijalnom obuhvatu Grada nalazi se ukupno 50 naselja Aleksinica, Barlete, Bilaj, Brezik, Brušane, Budak, Bužim, Debelo Brdo I, Debelo Brdo II, Divoselo, Donje Pazarište, Drenovac Radučki, Gospić, Kalinovača, Kaniža Gospićka, Klanac, Kruščica, Kruškovac, Kukljić, Lički Čitluk, Lički Ribnik, Lički Osik, Lički Novi, Mala Plana, Medak, Mogorić, Mušaluk, Novoselo Trnovačko, Novoselo Bilajsko, Ornice, Ostrvica, Oteš, Pavlovac Vrebački, Počitelj, Podastrana, Podoštra, Popovača Pazariška, Rastoka, Rizvanuša, Smiljan, Smiljansko Polje, Široka Kula, Trnovac, Vaganac, Velika Plana, Veliki Žitnik, Vranovine, Vrebac, Zavođe i Žabica. Prosječna udaljenost naselja od administrativnog središta iznosi 13,27 km. Administrativno središte Grada nalazi se u istoimenom naselju Gospić.

Prostorni položaj Grada Gospića na zapadnom rubu Ličkog polja ukazuje na sve specifičnosti Ličko-senjske županije kao brdsko-planinskog područja RH. Glavnu karakteristiku reljefa grada Gospića čine brdsko planinsko područje Velebita i ravničarsko područje Ličkog polja kao jedne od najvećih zavala Ličke regije, smještene između padina Velebita i Ličkog sredogorja.



Ta je zavala raščlanjena nizom polja i krških uzvišenja, a najveće od njezinih polja je Ličko polje, najveće polje u kršu na području Hrvatske.

Ličko-senjska županija svojom je površinom najveća teritorijalna jedinica u Republici Hrvatskoj koja u ukupnom prostoru države ima izuzetan značaj, budući da predstavlja prostornu sponu – vezu između istarsko-riječkog i unutrašnjeg dijela Hrvatske s jadranskim priobalnim područjem.

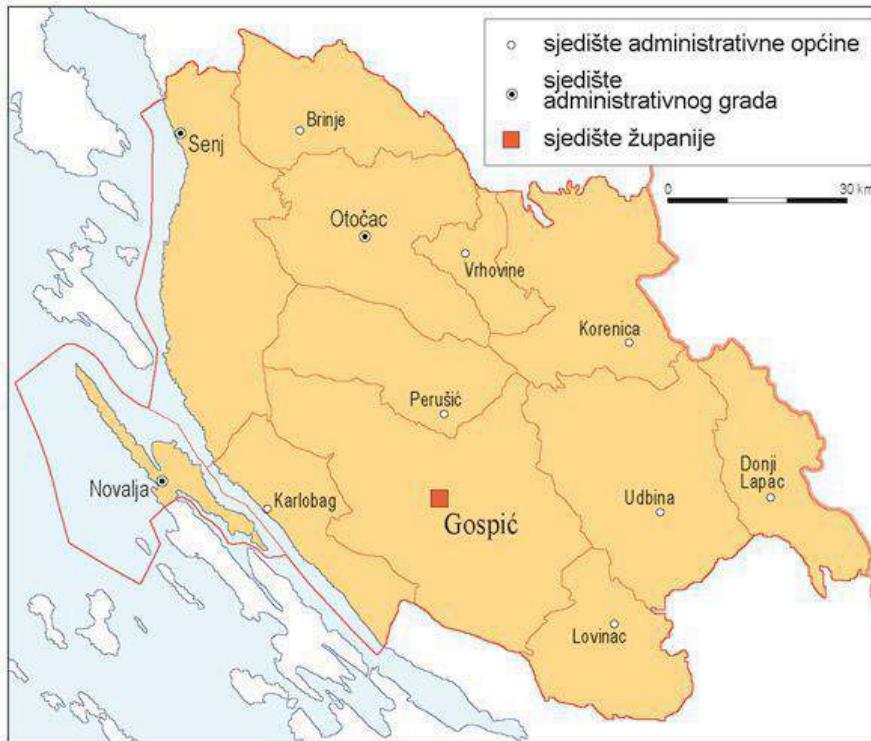
**Tablica 1.** Površina, broj stanovnika i gustoća naseljenosti grada Gospića, Ličko-senjske županije i republike Hrvatske

PODRUČJE	Površina km <sup>2</sup>	Stanovništvo 2011.	Gustoća naseljenosti (st./km <sup>2</sup> )
<b>Ukupno Grad Gospic</b>	<b>967</b>	<b>12.274</b>	<b>12,7</b>
Ukupno Ličko-senjska županija	5.367	49.096	9,1
Ukupno Republika Hrvatska	56.594	4.284.889	75,71

*Izvor: DZS*

Grad Gospic u površini Ličko-senjske županije sudjeluje s 18 posto a u površini Republike Hrvatske s 1,7 posto. Međutim, Grad Gospic u ukupnom stanovništvu Ličko-senjske županije sudjeluje s 25 posto a u ukupnom stanovništvu Republike Hrvatske sa samo 0,28 posto. Grad Gospic a posebno Ličko-senjska županija vrlo rijetko su nastanjena područja –najmanje na prostoru Republike Hrvatske.

**Slika 1.** Prostorni položaj Grada Gospića u Ličko – senjskoj županiji



*Izvor: Strategija razvoja Grada Gospića za razdoblje 2016. – 2020. godine, str.15.*

S obzirom na geoprometni položaj, prometnu povezanost, prirodne i kulturne resurse, izuzetne turističke atrakcije i, posebno, blizinu glavnih emitivnih turističkih tržišta područje Grada Gospića izuzetni je prostor i potencijal za razvoj raznovrsnih oblika turizma.

## 2.2. Osnovne zemljopisne značajke

Kao rezultat reljefa odnosno njegovog formiranja i nabiranja, kao i razvijanja vertikalnim tektonskim pokretima, nastala je današnja geološka struktura terena na području Grada Gospića. Tako je jugozapadni blok Velebita građen s dolomitima i vapnencima, središnji ravničarski prostor oko rijeke Like čine jelar naslage (vapnenički klastiti), dok je sjeveroistočni pojas (područje sredogorja) formiran u kombinaciji vapnenaca i vapnenaca s dolomitima.

U pogledu klimatskih karakteristika najveći dio Srednje Like sa središnjom zaravni Ličkog polja pripada obilježjima umjereno vlažne klime kod kojih je prosječna temperatura najhladnijeg mjeseca niža od -3°C, dok su ljeta relativno svježa s mjesečnom temperaturom najtoplijeg mjeseca ispod 22°C. Najušniji dio godine pada u toplo godišnje doba, a ima dva maksimuma oborina: primarni u kasnu jesen i sekundarni početkom toplog dijela godine. Za Liku su karakteristične velike snježne oborine, pa je snijeg važan klimatski element. Visina snijega i niske temperature u Srednjoj Lici dosežu visoke ekstremne vrijednosti. Zimi se ovdje akumuliraju hladne zračne mase (polarne, a rjeđe i arktičke) koje iz sjeveroistočne Europe struje prema Mediteranu.

Glavni sliv na području grada Gospića čini sliv rijeke Like, te su sve vode, kako površinske tako podzemne, usmjerene prema rijeci Lici. To je stalni tok koji ponire u više manjih i većih ponora na području Lipovog Polja i podzemno odlazi prema izvorima i vruljama u morsku obalu što je dokazano bojenjem. Velebitska barijera je uvjetovala postojanje visokog nivoa podzemnih voda i formiranje stalnih vodotoka na platou Ličkog polja, od izvora Like do Pazarišta. Osnovna karakteristika lijevih pritoka Like je da im je izvorište u slabo propusnim i nepropusnim naslagama u Velebitskoj barijeri. To su pritoke: Počiteljica, Novčica, s pritokama Brušankom i Bogdanicom, Otešica s pritokama Klekovačom i Pazarišnicom. S desne strane rijeke Lika prima povremene vodotoke Glamočnicu i Jadovu kao glavne, te niz manjih kao što su Vučjak, Balatin, Zvizduk i Poljakovac. Rijeka Like je dugačka 64,5 km, a površina sliva iznosi 1.227 km<sup>2</sup>. Apsolutna visina izvora nalazi se na 650 m n.m., a ponire na 489 m n.m. Pad riječnog korita iznosi 161 m s kanjonskim izgledom jer je usječena u vapnence. Visoki vodostaji javljaju se zimi, dok ljeti gotovo presuši, pa su prema tome velika kolebanja količine vode.

**Slika 2.** Grad Gospic i okolica

Izvor: <http://w0.fast-meteo.com/locationmaps/Gospic.12.gif>

Na prostorno malom području nalaze se čak tri nacionalna parka (Plitvička jezera, Paklenica i Sjeverni Velebit), parkovi prirode Velebit i Grabovača, parkovi šume (Laudonov gaj i Jasikovac). Jadranska obala udaljena je svega sat vremena vožnje.

### **2.3. Infrastruktura i ekološki problemi**

Položaj Grada Gospića je na trasama važnih cestovnih i željezničkih prometnih pravaca sjever-jug Hrvatske. Gradu Gospiću kao glavnom prometnom čvorištu Ličko-senjske županije pružaju se povoljne predispozicije za održiv urbani razvoj i gospodarski napredak.

#### **2.3.1. Cestovni promet**

Grad Gospic se nalazi na trasi današnjeg najznačajnijeg prometnog pravca kroz ovo područje, autoceste A1 Zagreb – Ploče. Državne ceste D-50 i D-25 prostor Grada povezuju s većim okolnim središtimi (Grad Karlovac, Grad Rijeka, Grad Zagreb, Plitvička jezera i dr.). Osim autoceste A1 i državnih cesta koje predstavljaju glavnu vezu područja Grada u pravcu sjever-jug, čitav niz nerazvrstanih cesta omogućava komunikaciju unutar prostora Grada u pravcu istok-zapad, povezujući taj prostor s okolnim područjima koja graniče s istočnim odnosno zapadnim dijelovima Grada.

Na području grada Gospića razvrstane su sljedeće javne ceste:

**Tablica 2.** Autocesta na području Grada Gospića

Oznaka autoceste	Naziv ceste
A1	Zagreb (čvorište Lučko (A3) – Karlovac – Bosiljevo – Split – Ploče – Opuzen – granica Republike Bosne i Hercegovine, te granica Republike Bosne i Hercegovine – Dubrovnik

**Tablica 3.** Ceste na području Grada Gospića

Oznaka ceste	Naziv ceste
DC 25	Korenica (D1) – Bunić – Lički Osik – Gospic – Karlobag (D8)
DC 50	Žuta Lokva (D23) – Otočac – Gospic – Gračac (D27)

**Tablica 4.** Prometna infrastruktura na području Grada Gospića

CESTE	Dužina u km	Asfaltirano/neASFALTIRANO (u km)
AUTOCESTA	28,5 km	28,5 km
Državne ceste	65,5 km	65,5 km
Županijske ceste	/	/
Općinske ceste	/	/
Nerazvrstane ceste	467,617	Asfaltirano: 342,345 km / NeASFALTIRANO: 125,272 km

Čitav sustav uglavnom zadovoljava prometne potrebe s time da bi što skorije bilo nužno ostvariti kvalitetniju prometnu vezu prema područjima Parka prirode Velebit.

Planiranim lokacijama obilaznica grada Gospića (istočna obilaznica prema Novoselu Bilajskom te zapadna prema Smiljanu) predloženim PPUGG, značajno će se poboljšati promet unutar područja Grada, dok će se u samom gradskom središtu tim obilaznicama promet rasteretiti.

### 2.3.2. Željeznički promet

Grad Gospic se prema svom položaju u prostoru Republike Hrvatske nalazi na jedinom željezničkom prometnom pravcu koji predstavlja vezu središnje Hrvatske, Like i Dalmacije. Središnjim dijelom područja grada Gospića prolazi trasa postojeće željezničke pruge za međunarodni promet, M604 Oštarije – Gospic – Knin – Split u duljini od približno 33,52 km, koja povezuje Zagreb kao središte Hrvatske s ličkom regijom i središnjom točkom Dalmacije – gradom Splitom.



Željeznički promet gubi na značaju te veliki problem predstavljaju nesanirani, ratom uništeni željeznički kolodvori, pružni objekti i cestovni prijelazi. Hrvatske željeznice riješile su problem osiguranja ove glavne ličke željezničke pruge postavljanjem signalno-sigurnosnih uređaja, ali još uvijek postoji problem prijelaza, tj. nadvožnjaka s državnim cestama, konkretno državnom cestom D25 u Ličkom Osiku.

Daljnji razvitak željezničkog prometa i prateće infrastrukture predviđen je planiranjem nove trase dvokolosječne željezničke pruge, visoke učinkovitosti velike brzine na pravcu Zagreb - Dalmacija, čija trasa prolazi istočnim dijelom područja Grada, u duljini od približno 4,35 km.

### **2.3.3. Zračni promet**

Grad Gospic ne raspolaže infrastrukturom zračnog prometa. Međutim, na području čitave Ličko-senjske županije nalaze se dvije zračne luke – Udbina i Otočac, koje su korištene za vojno-sportske potrebe. Također, uz državnu granicu s Bosnom i Hercegovinom, u općini Plitvička Jezera, nalazi se zračna luka Željava koja je kroz povijest korištena isključivo za vojne svrhe.

### **2.3.4. Telekomunikacije**

Telekomunikacijski sustav Ličko-senjske županije uključuje grad Gospic u međunarodni telekomunikacijski promet preko međunarodne centrale u Rijeci. Mrežu telekomunikacija na području grada Gospica čine:

- digitalni sustavi komutacija,
- spojni optički kabeli,
- digitalni sustavi prijenosa i
- pretplatničke TK mreže.

Digitalni sustavi komutacija sastoje se iz UPS centrale Gospic i UPS-ova u naseljima koji se nalaze unutar područja jedinice lokalne samouprave. Spojnim optičkim kabelima i digitalnim sustavima prijenosa povezani su svi UPS-ovi na pripadno čvorno mjesto u Gospicu.

Uvođenjem digitalnih sustava komunikacija u telefonskim centralama i digitalnog prijenosa podataka između digitalnih centrala i njihovih pretplatničkih stupnjeva, već se formira digitalna mreža telekomunikacija (IDN), a s digitalnim pretplatničkim vodovima u optičkim kabelima IDN će se postupno pretvarati u širokopojasnu digitalnu BISDN mrežu.

#### **2.3.4.1. Mobilna telekomunikacijska mreža**

Na području Grada Gospica, kao i u cijeloj RH, područje mobilnih telekomunikacija pokrivaju dva sustava: HT mobilne komunikacije za GSM (sustav globalne pokretne mreže) i NMT (analogno) područje te VIP Net za GSM područje. Cjelokupno područje Grada pokriveno je internetskim signalom 3G mreže, tj. do 7,2 MB/s u zatvorenom okruženju i 3,6 MB/s u vanjskom okruženju.

### **2.3.5. Vodoopskrba**

Vodoopskrbni sustav grada Gospica i općine Perušić čini jedinstvenu cjelinu čije su osnovne karakteristike veliki broj vodozahvata s velikim oscilacijama u izdašnosti, veliko područje s malo stanovnika te velika duljina vodovodne mreže. Postojeće stanje vodoopskrbe karakteriziraju parcijalni podsustavi te su na području grada Gospica u funkciji četiri vodoopskrbna podsustava:



#### **• Podsustav Medak – Gospic – Lički Osik**

Glavni vodozahvat je iz bušenog bunara Mrđenovac, minimalne izdašnosti 40 l/s, odakle se voda preko crpne stanice (tri potopne crpke), diže u VS Bogunica zapremine 500 m<sup>3</sup>, odakle se puni VS Bilaj jednake zapremine.

- **Podsustav Bužim - Gospic**

Vezan je uz kaptirani izvor Vrbas, minimalne izdašnosti 2,85 l/s. Kapacitet ovog vodozahvata višestruko je opao u odnosu na početne minimalne količine prije više od tridesetak godina.

- **Podsustav Brušane – Trnovac – Gospic**



Vodoopskrba grada Gospića obavlja se iz više izvora koji se nalaze u okolini Gospića. Među njima se ističe izvor Košna voda kod Brušana (sustav vodovoda Brušane – Trnovac – Gospic). Izvor je kaptiran za potrebe vodovoda Gospic još 1894. godine. Izdašnost mu je od 20-40 l/s i nikad ne presušuje. Nalazi vode na tom izvoru pokazuju da je to mnogo kvalitetnija voda od ostalih koje su uključene u vodoopskrbni sustav Like. Bakteriološko stanje analizirane vode je izvanredno, što pokazuje da su organski onečišćivači mnogo manjeg intenziteta te da vodonosnik posjeduje sposobnost samopročišćavanja.

### **2.3.6. Odvodnja**

Postojeće stanje u pogledu odvodnje i pročišćavanja otpadnih voda na području Grada Gospića nije na zadovoljavajućoj razini, budući da je kanalizacionim sustavom pokriveno jedino uže središte Grada te naselje Lički Osik. Na širem su gradskom području izgrađena tri neovisna sustava javne odvodnje – u Gospicu, Ličkom Osiku i Perušiću.

Cjelokupno područje grada Gospića još uvijek nema u potpunosti izgrađen kanalizacioni sustav, kao sastavni dio nužnog urbanog standarda. Sustav odvodnje komunalnih otpadnih voda je mješovitog i razdjelnog tipa i sastoji se od odvodnje sanitarnih otpadnih voda i oborinskih voda duž mjesnih prometnica, putem parcijalnih, otvorenih, sabirnih kanala i slivnika s rešetkama. Ukupna dužina uređene javne kanalizacije na području grada Gospića iznosi oko 20 km. Izgrađeno je i 6 crpnih stanica koje se nadziru i upravljaju putem nadzorno – upravljačkog sustava (NUS). Sve imaju sigurnosni ispust i to 5 crpnih stanica ima sigurnosni ispust u vodotok Novčicu, a jedna u vodotok Bogdanicu. Sakupljene komunalne otpadne vode ispuštaju se na jednoj, glavnoj ispusnoj građevini prije središnjeg uređaja za pročišćavanje.

Prema dostupnim podacima, na sustav javne odvodnje priključeno je ukupno 2.282 kućanstava, iz čega proizlazi kako sustav odvodnje na području Grada nije na zadovoljavajućoj razini te ne prati tempo izgradnje i razvoja vodoopskrbne mreže.

### **2.3.7. Otpad**

Gospodarenje komunalnim otpadom na području grada Gospića vrši se kroz prikupljanje i konačno odlaganje otpada na odlagalište otpada Rakitovac, za koje je grad Gospic pristupio sanaciji. Odlagalište Rakitovac, površine približno 4,3 ha, nalazi se oko 3,5 km od središta grada Gospića u naselju Novoselo Bilajsko te se njegova sanacija realizira u suradnji s Fondom za zaštitu okoliša i energetsku učinkovitost u tri faze, čiji je završetak planiran za 2018. godinu.

Prikupljanje i odlaganje otpada na području Grada obavlja gradsko komunalno poduzeće Komunalac Gospic d.o.o. te se otpad s cijelog područja Grada odvozi na odlagalište Rakitovac pomoću kamiona

smećara i kamiona samopodizača za kontejnere. Organiziranim odvozom otpada (jednom tjedno) obuhvaćeno je, prema podacima komunalnog poduzeća, ukupno jedanaest naselja Grada, dok je za naselja u kojima ne postoji odvoz otpada organizirano mobilno reciklažno dvorište. U sklopu odlagališta otpada Rakitovac nalazi se i reciklažno dvorište, kao fiksno nadzirano mjesto za odvojeno odlaganje raznih otpadnih tvari koje nastaju u domaćinstvima.

### 2.3.8. Energetika

#### 2.3.8.1. Elektroenergetika

Na području grada Gospića nema značajnijih kapaciteta za proizvodnju električne energije, osim akumulacije Kruščica smještene na slivu rijeke Like s površinom od 265,0 ha, koja ulazi unutar prostora grada Gospića. Osnovni izvor napajanja ovog područja su transformatorska postrojenja napona 110/35 kV u Ličkom Osiku i transformatorske stanice naponske razine 35/10 kV Gospic i Lički



Osik sa sljedećim trenutačno instaliranim snagama:

- TS 35/10 kV Gospic 2x4,0 MVA (2x8 MVA),
- TS 35/10 kV Mol (Lički Osik) 1x1,6 MVA (3x4 MVA).

Na području grada Gospic postoji 218, 10/0.4 kV TS, koje su povezane 10 kV vodovima i 10 kV. Mreža je gotovo u potpunosti zračne duljine, a prosječna instalirana snaga po 10/0.4 kV TS je 90 kVA/stanici. Osim opisanog sustava koji predstavlja osnovu za energetsku-elektropskrbnu podlogu koja zadovoljava potrebe grada Gospića za ovom

vrstom energije, područjem Grada prolazi u tranzitu nekoliko značajnih elektropskrbnih koridora više razine, koji predstavljaju dio ukupnog elektroprijenosnog sustava države.

#### 2.3.8.2. Plinifikacija

Područjem grada Gospića prolaze magistralni plinovodi BS-2 Josipdol – MČS-3 Gospic DN 500/75 i MČS-3 Gospic - PČ/MRS Benkovac DN 500/75 te odvojni plinovod za MRS Gospic DN 200/75 bara. Osim navedenih plinovoda izgrađeni su i objekti - MRS mjerno reduksijska stanica u gradu Gospicu i MČS međučistačka stanica Gospic te jedna blokadna stanica BS – 6 Medak.

Grad Gospic i naselja unutar grada trenutno ne koriste prirodni plin za kućanstva i industriju jer nije izvedena mreža unutar naselja - nisu plinificirana.

#### 2.3.9. Akcijski plan energetski održivog razvitka grada Gospića (SEAP)

Pokretanjem inicijative *Sporazum gradonačelnika*, Europska komisija je istaknula važnost donošenja ispravnih odluka i pokretanja projekata održivog energetskog razvijanja na lokalnim, gradskim razinama za razvitak čitave države na načelima održivosti, energetske učinkovitosti i zaštite okoliša. *Sporazum gradonačelnika* je, ustvari, odgovor naprednih europskih gradova na izazove globalne promjene klime te prva i najambicioznija inicijativa Europske komisije koja izravno potiče lokalne vlasti i građane na njihovo aktivno uključivanje u zajedničku borbu protiv globalnog zatopljenja. Potpisivanjem Sporazuma gradonačelnici se obvezuju na provedbu konkretnih mjera energetske učinkovitosti koje će omogućiti ispunjavanje osnovnih ciljeva Europske energetske politike do 2020. godine:

- smanjenje emisije stakleničkih plinova za 20%,
- povećanje energetske učinkovitosti za 20%,
- povećanje udjela obnovljivih izvora energije na 20%,
- povećanje udjela biogoriva u prometu na 10%.

Grad Gospic se obvezao izraditi *Akcijski plan energetski održivog razvijanja grada* (SEAP) koji predstavlja osnovni dokument koji, na temelju prikupljenih podataka o zatečenom stanju, identificira i daje precizne i jasne odrednice za provedbu projekata, mjera energetske učinkovitosti, korištenja obnovljivih izvora energije i ekološko prihvatljivih goriva na gradskoj razini, s ciljem smanjenja emisije CO<sub>2</sub> za više od 20% do 2020. godine.



Samim pristupanjem Sporazumu gradonačelnika, Grad Gospic jasno je pokazao svoju opredijeljenost za održivi razvitak na načelima racionalnog korištenja energije i kontinuirane brige za zaštitu okoliša, a izradom Akcijskog plana energetski održivog razvijanja ispunjena je jedna od najvažnijih obveza tog Sporazuma čija će uspješna realizacija rezultirati višestrukim koristima za, prvenstveno, građane grada Gospicā, ali i postavljanje temelja za dugoročni energetski održivi razvitak Grada Gospicā.

## 2.4. Postojeća planerska dokumentacija i pravni okvir

Prepoznavanje i uvažavanje šireg planskog konteksta ključan je element koncipiranja svakog razvojnog plana. Širi planski kontekst Strategije razvoja turizma Grada Gospicā su razvojni planovi i strategije, nacionalni razvojni planovi i strategije (kako sektorski, tako i cjelokupni) te politike, strategije, kao i programi EU-a. Prilikom pripreme Strategije razvoja turizma Grada Gospicā za razdoblje 2017. – 2027. vodilo se računa o uskladenosti s navedenim širim okvirom, osobito u segmentu utvrđivanja strateških ciljeva i prioriteta koji su konkretizirani na način da slijede opći smjer zadan ciljevima i prioritetima RH i EU.

### 2.4.1. Županijska razvojna strategija Ličko-senjske županije

Temeljni dokument koje definira razvojne smjernice Strategije turizma grada Gospicā je i Županijska razvojna strategija (ŽRS) Ličko-senjske županije. Ovaj razvojno-planski dokument županije definiran je unutar Strategije regionalnog razvoja RH s ciljem dugoročnog društveno-gospodarskog razvoja županije.

Županijska razvojna strategija definira da Vizija razvoja Ličko-senjske županije je „gospodarski i infrastrukturno razvijena, korištenjem vlastitih prirodnih i ljudskih resursa, uz očuvan okoliš te prirodno, povjesno i kulturno naslijeđe, u kojoj njeni građani ostvaruju napredak jednak

prosječnom hrvatskom građaninu. Nositelj dinamičnog gospodarskog razvoja je malo i srednje poduzetništvo u sektor turizma, poljoprivrede i ekološki prihvatljive prerađivačke industrije, a proizvodnja se bazira na održivom korištenju lokalnih prirodnih sirovina i stvara visok stupanj dodane vrijednosti.“





Analiza stanja je pokazala da su glavni ciljevi razvoja Županijom sljedeći:

1. Stvaranje uvjeta za uravnotežen i održiv gospodarski razvoj zasnovan na razvoju malog gospodarstva, ekološki prihvatljive prerađivačke industrije, poljoprivrede i turizma,
2. Razvoj ljudskih resursa,
3. Održivo upravljanje prirodnim resursima i zaštita okoliša s naglaskom na racionalno gospodarenje prostorom.

#### **2.4.2. Prostorni plan Ličko-senjske županije**

Prostorni plan Ličko-senjske županije temeljni je dokument prostornog uređenja jedinice regionalne samouprave kojim se razrađuju ciljevi prostornog uređenja i određuje racionalno korištenje prostora, u skladu s prostornim razvojem i zaštitom prostora.

Ciljevi prostornog uređenja naselja na području Županije su:

- racionalno korištenje i zaštita prostora,
- unapređenje uređenja naselja i komunalne infrastrukture.

U Prostornom planu Županije posebno se ističe nužnost povezivanja u prometnom i razvojnem smislu kao i na liniji komplementarnih gospodarskih veza primorskog i kontinentalnog dijela Ličko-senjske županije.

Međutim, posebno se naglašava nužnost povećanja značenja u prostornom, razvojnem i gospodarskom smislu središta Županije-Grada Gospića.

#### **2.4.3. Prostorni plan Grada Gospića**

##### **2.4.3.1. Strateške odrednice Prostornog plana Grada Gospića**

Temeljni dokument na kojeg se posebno referira Strategija razvoja turizma Grada Gospića je Prostorni plan uređenja Grada Gospića. Prostornim planom se utvrđuju uvjeti uređivanja prostora Grada Gospića, određuje se svrhovito korištenje, namjena, oblikovanje, obnova i saniranje građevinskog i drugog zemljišta, zaštita okoliša, te zaštita kulturnih dobara i osobito vrijednih dijelova prirode.

Prostornim planom utvrđene su karakteristične prostorne cjeline i vrijedna područja grada Gospića:

- središnji prostor Ličkog polja, površine 38.774 ha (40% područja Grada),
- jugozapadno rubno planinsko područje (Velebit), površine 33.496 ha (34% područja Grada),

- sjeveroistočno rubno područje s Ličko-krbavskim međugorjem, površine 24.650 ha (34% područja Grada).



## 2.5. Socio-demografske, socio-ekonomske i socio-kulturne značajke Grada Gospića

Stanovništvo sa svojim obilježjima i aktivnostima čini jednu od okosnica razvoja svakog prostora. U turizmu, kao i u svim uslužnim djelatnostima, stanovništvo je temeljni razvojni element. U odabiru strateških pravaca razvoja turizma neophodno je analizirati postojeća obilježja stanovništva kako bi se identificirali ključni trendovi i odabrala najbolja moguća strateška odrednica. Na obilježja i razvoj demografske strukture djeluju biološki, društveno ekonomski, kulturni, obrazovni, zdravstveni i mnogi drugi čimbenici. Zbog toga se prilikom vrednovanja i planiranja razvoja turizma u obzir moraju uzeti kako kvantitativni, tako i kvalitativni demografski podaci.



Prema Popisu stanovništva DZS-a iz 2011. godine na području grada Gospića živi 12.745 stanovnika odnosno 25,02% ukupnog stanovništva Ličko-senjske županije. Udio muškaraca u ukupnom broju stanovnika iznosi 6.332 odnosno 49,68%, a žena 6.413 tj. 51,32%, iz čega se može zaključiti kako je prisutan relativno ravnomjeran odnos spolova.

Analiza dostupnih podataka o broju stanovnika na području grada Gospića, kao i čitave Ličko-senjske županije, ukazuje na izražen depopulacijski trend te kontinuirano smanjenje broja stanovnika na ovom području. Najveći pad broja stanovnika primjetan je u periodu od 1991. do 2001. godine kada se kao posljedica

Domovinskog rata broj ukupnog stanovništva grada gotovo prepolovio, a negativni trendovi nastavljeni su i u idućem razdoblju do 2011. godine.

Prilikom analiziranja demografskih čimbenika iznimno su važni podaci o dobnoj strukturi stanovništva koja je jedan od najvažnijih pokazatelja vitalnosti i potencijala stanovnika određenog područja. Podaci posljednjeg Popisa stanovništva 2011. godine pokazuju kako područje Grada Gospića karakterizira demografsko starenje, što je prvenstveno vidljivo iz činjenice da udio starijeg stanovništva iznosi 26,35% te premašuje udio mlađih koji čine 21,55% ukupnog stanovništva.

U skupinu radno sposobnog stanovništva (15-64 godine) ulazi 8.002 osoba, što čini udio od 62,79% u ukupnom broju stanovnika.

**Tablica 5. Dobna struktura stanovništva**

SPOL	Ukupno	Broj stanovnika u dobi od 0-19 godina	Broj stanovnika u dobi od 15 do 64 godine	60 godina i više
<b>UKUPNO</b>	<b>12.745</b>	<b>2.747</b>	<b>8.002</b>	<b>3.359</b>
M	6.332	1.405	4.187	1.391
Ž	6.413	1.342	3.815	1.968

*Izvor: DZS, Popis stanovništva 2011.*

Prosječna starost stanovništva grada Gospića iznosi 42,5 godine, pri čemu kod žena iznosi 44,1 godinu, a kod muškaraca 40,8 godina. Vrijednost indeksa starenja 2011. godine za grad Gospic iznosila je 122,3, što je iznad državnog prosjeka koji iznosi 115,0. Iz navedenog proizlazi kako Grad Gospic ima nepovoljnije pokazatelje u odnosu na državni prosjek.

Budući da proces demografskog starenja povećava neravnotežu između umirovljenika i ekonomski aktivnog stanovništva, što za posljedicu ima smanjenje broja radno sposobnog stanovništva, za gospodarski razvoj i ekonomski potencijal društva od iznimne je važnosti ublažiti negativne trendove starenja stanovništva.

Demografski i gospodarski razvoj međusobno su isprepleteni te se sve promjene i poremećaji u demografskim obilježjima odražavaju na dinamiku i smjer društveno-ekonomskog razvoja.

Ako se razvojem turizma želi napraviti razvojni iskorak onda je nužno povećanje udjela mlađog stanovništva koje će, predstavljajući proizvodnu (radnu) snagu i biti nositelj gospodarskog i društvenog razvoja.

Najveći broj stanovnika (51,59%) živi u administrativnom središtu Grada, naselju Gospic. Po broju stanovnika slijede naselje Lički Osik i Smiljan, dok ostala naselja pretežno karakterizira manji broj stanovnika i niska prosječna gustoća naseljenosti.

Na području grada Gospića postoji 7.616 stambenih jedinica ukupne površine 524.332 m<sup>2</sup>, od kojih je 4.645 nastanjeno, 2.542 privremeno nenastanjeno te 168 narušeno. Od ukupnog broja stambenih



jedinica, povremeno se koristi njih 246, koje služe za odmor i rekreatiju te za vrijeme sezonskih radova u poljoprivredi. Ukupna površina nastanjenih stambenih jedinica iznosi 331.964 m<sup>2</sup>.

**Tablica 6.** Stanovanje i površine na području grada Gospića

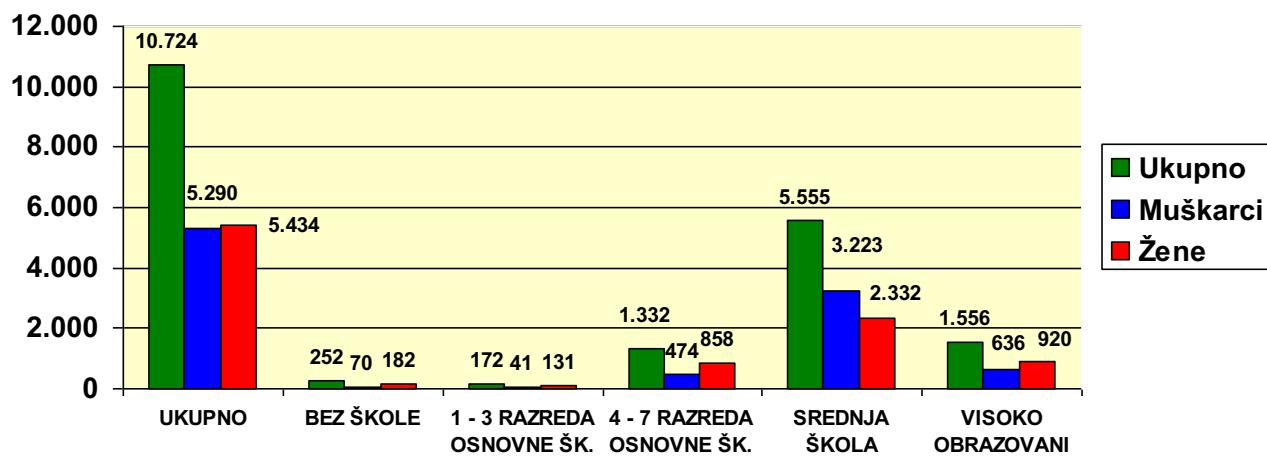
JLS	UKUPNO	STANOVI ZA STALNO STANOVANJE				STANOVI KOJI SE KORISTE POVREMENO		STANOVI U KOJIMA SE SAMO OBAVLJA DJELATNOST	
		Ukupno	Nastanjeni	Privremeno nenastanjeni	Napušteni	Za odmor i rekreatiju	U vrijeme sezonskih radova u poljoprivredi	Iznajmljivanje turistima	Ostala djelatnost
Gospic	7.616	7.355	4.645	2.542	168	224	2	3	12
m <sup>2</sup>	524.332	506.961	331.964	165.092	9.905	15.959	102	187	1.123

Izvor: DZS, Popis stanovništva 2011.

Prema podacima DZS-a, u gradu Gospicu 4.185 stambenih jedinica se nalazi u privatnom vlasništvu ili suvlasništvu. Takva situacija odraz je trenda na nacionalnoj razini, prema kojem vlastiti stan ili kuću ima čak 92% građana Republike Hrvatske. Na području Grada Gospića evidentan je kontinuirani pad broja kućanstava s većim brojem članova, a sve je veći broj onih samačkih. Štoviše, udio samačkih kućanstva iznosi 26,7%, te postotkom blago premašuje dvočlana kućanstva kojih je 26,4%. Prosječan broj članova u kućanstvu iznosi 2,65 osoba.

Jedna od zakonitosti društvenog razvoja je povećanje obrazovne razine stanovnika. Obrazovanje je potrebna snaga za društvene, gospodarske i druge promjene te sveukupni napredak određenog područja. Prema Popisu stanovništva DZS-a 2011., skupine stanovništva starijeg od 15 godina, njih 10.724, najveći udio je sa završenom srednjom školom, 51,8%.

**Grafikon 1:** Stanovništvo prema najvišem završenom stupnju obrazovanja



Izvor: DZS, Popis stanovništva 2011.

U strukturi visokoobrazovanih prednjače osobe sa završenim stručnim studijem (862 osobe, tj. 530 žena i 332 muškarca), a slijede osobe sa završenim sveučilišnim studijem (686 osoba odnosno 386 žena i 300 muškaraca) te doktoratom znanosti (8 osoba, tj. 4 žene i 4 muškarca).

## 2.6. Osnovne gospodarske značajke

Stupanj razvoja i značajke gospodarstva određenog područja definiran je geoprometnim položajem, prirodnim resursima, klimatskim uvjetima, ali i stupnjem i strukturu zaposlenosti, poduzetničkim okruženjem i tehničko-tehnološkim napretkom.

Krajem 2015. godine(podaci HZMO) na području grada Gospića bilo je zaposleno ukupno 4.907 osoba. Najviše zapošljavaju pravne osobe – 4.370 osoba. Druga po značenju je kategorija - radnici kod fizičkih osoba(295 osoba) te obrtnici (160 osoba). Prema osnovama osiguranja, slijede poljoprivrednici (37 osoba) te samostalne profesionalne djelatnosti (25 osoba), dok se svega 20 ili 0,4% osoba odlučuje na plaćanje doprinosa za produženo osiguranje, a da nisu zaposleni.



Za navedeno razdoblje (podaci DZS) pokazuju da je najveći broj osoba na području Grada Gospića (32,1%) zaposlen u djelatnosti javne uprave i obrane, na drugom mjestu su djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi (13,2 %) te obrazovanja (11,2 %).

Prema evidenciji HZZ-a (prosinac 2015.) na području Grada Gospića 950 osoba je imalo status nezaposlene osobe. Od ukupnog broja nezaposlenih, 51,7% čine žene, dok je udio nezaposlenih muškaraca 48,3%.

U Gradu Gospiću posluje ukupno 196 poduzetnika koji zapošljavaju 1.171 radnika. Udjel poduzetnika grada Gospića u broju poduzetnika Ličko-senjske županije iznosi 27,8%, a u odnosu na ukupan broj poduzetnika u RH 0,2%. Prema poduzetničkom potencijalu na području Grada Gospića prevladavaju mali poduzetnici (99,5 %), dok je svega 0,5% srednjih poduzetnika. U pogledu oblika vlasništva, prevladavaju poduzetnici u privatnom vlasništvu (95%), a slijede poduzetnici u zadružnom vlasništvu (2%) te državnom (1,5) i mješovitom vlasništvu (1,5%).

Najveći broj poduzetnika grada Gospića zastupljen je u djelatnosti trgovine na veliko i na malo (27,5%), nakon čega slijede djelatnosti prerađivačke industrije (15,3%) i građevinarstva (13,7%).

Obrništvo Grada Gospića zastupljeno je sa 179 obrta. U strukturi obrništva Grada Gospića dominiraju uslužne djelatnosti pri čemu je najzastupljenije tzv. sitno ugostiteljstvo – restorani, gostonice i kafići.

Drugi tip uslužnih djelatnosti su razni obrti koji se bave poljoprivredom, pružanjem knjigovodstveno – računovodstvenih i savjetodavnih usluga, servisnih usluga. U razvijenim zemljama, zadrugarstvo, kao društva osoba, sve više dobiva na važnosti u aktiviranju poduzetništva i direktnе pomoći u razvoju lokalnog gospodarstva i cjelokupne zajednice. Važno je istaknuti da se suvremeno zadrugarstvo temelji na načelima održivog razvoja. Zadrugarstvo na području grada Gospića zastupljeno je sa, samo, tri subjekta – zadruge.

Grad Gospić svoje gospodarstvo temelji prvenstveno na prirodnim resursima. Temelj gospodarstva Grada Gospića predstavljaju prerađivačka industrija i poljoprivreda.

Poljoprivreda Grada Gospića obiluje značajnim prirodnim resursima koji predstavljaju osnovu za daljnji razvoj prvenstveno stočarstva te ratarstva u funkciji stočarstva. Pored navedenog, poljoprivredno zemljište kao temeljni prirodni resurs Grada Gospića, nezagađeno je i pogodno za razvoj ekološke poljoprivrede.



Područje Grada Gospića, kao i čitave Like, poznato je po visokokvalitetnim (tradicijskim) proizvodima područja kao što su lički krumpir, lička janjetina, sir škripavac, med, šljivovica te brojni suhomesnati proizvodi, koji uz razvoj ekstenzivnog stočarstva, ratarstva i voćarstva (prije svega uzgoj šljive) mogu biti daljnji nositelji (gospodarskog) razvoja područja.

Podaci APPRRR-a pokazuju kako poljoprivredna gospodarstva na području Grada obrađuju ukupno 7.529,83 ha poljoprivrednog zemljišta (prema upisanim površinama u ARKOD), dok prema vrsti

uporabe poljoprivrednog zemljišta prevladavaju oranice, krški pašnjaci i livade.

Budući da je područje grada Gospića i šire okolice tradicionalni stočarski kraj, poljoprivredna gospodarstva uglavnom imaju karakteristike mješovitog tipa (stočarstvo i ratarstvo). Prema podacima APPRRR-a, u Upisniku poljoprivrednika je evidentirano ukupno 960 poljoprivrednih gospodarstava (PG) na području grada Gospića, a većinu agrarne strukture čine obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG).

Prema dostupnim podacima za grad Gospic, od ukupnog broja PG-a njih 61% ima nositelje starije od 55 godina, a čak 37,2% nositelja PG-a ima više od 65 godina. Nadalje, podaci o obrazovnoj strukturi pokazuju kako s 36,1% prednjače nositelji sa završenom srednjom školom, dok svega 2,8% nositelja ima fakultetsko obrazovanje.

Zahvaljujući velikim površinama pod livadama i pašnjacima te klimatskim uvjetima područje grada Gospića je tradicionalno stočarski kraj. Najvažnije grane stočarstva su ovčarstvo (proizvodnja mesa) i govedarstvo (proizvodnja kravlje mlijeka), što je vidljivo iz podataka o stočnom fondu i broju PG-a uključenih u stočarsku proizvodnju.

Od ukupno 18.883 grla stoke, 16.026 grla čine ovce, a 2.258 goveda. Od brojnog stanja stoke, još su značajnije zastupljene koze s ukupno 415 grla.

Glavna, ujedno i izvorna pasmina ovaca je lička pramenka. Iako pripada pasminama kombiniranih proizvodnih osobina, njezin je najvažniji proizvod meso, čuvena lička janjetina po kojoj su gospički i lički kraj široko prepoznatljivi. Lička janjetina ujedno spada u proizvode zaštićene oznakom zemljopisnog podrijetla (ZOZP) na nacionalnoj razini, a trenutno se nalazi i u postupku zaštite na europskoj razini.

Potencijali za razvoj pčelarstva na području grada Gospića ogledaju se u velikim pašnjackim površinama, raznovrsnosti i bogatstvu biljnog svijeta te relativno niskoj gustoći naseljenosti prostora, koja omogućuje nesmetano bavljenje pčelarstvom i proizvodnjom pčelinjih proizvoda i proizvoda od meda. Pored koristi koju donose pčele u medu i vosku, još je neusporedivo veća ona koja se dobiva time što pčele opravšivanjem voćaka i drugih kultura povećavaju prinos i kvalitetu plodova. Podaci APPRRR-a pokazuju kako se na gospičkom području pčelarstvom bave 22 poljoprivredna gospodarstva s ukupno



#### 1.017 košnica.

Lov i lovno gospodarstvo na ovom području djelatnosti su koje svojim ukupnim sadržajem participiraju u razvoju ovoga kraja. Prema vrsti lovišta na području grada su ustanovljena „zajednička lovišta“ i „državna lovišta“ gdje je za svako lovište imenovan ovlaštenik prava lova.

Netaknuta priroda i bogat fond divljači (divlje svinje, srnjaci, zečevi, smeđi medvjed, trčka skvržulja, prepelica pućpura) privlače na ovo područje lovce iz svih krajeva Hrvatske i šire te se upravo lovstvo može iskoristiti kao razvojni potencijal. Raznolikost divljači na ovo područje, osim lovaca, privlači i njihove pratitelje i ljubitelje prirodnih ljepota u potrazi za prekrasnim pejzažima i fotografijama flore i faune što stvara dodatne uvjete za razvoj turizma na području Grada Gospića.

Grad Gospić aktivno potiče poduzetničke aktivnosti stvarajući pretpostavke za njihov razvoj kroz donošenje prostorno planske dokumentacije, osnivanje poslovnih zona i izgradnjom komunalne infrastrukture. U namjeri stvaranja što povoljnijeg poduzetničkog okruženja u Gradu su utvrđene olakšice kroz komunalnu naknadu, komunalni doprinos i gradske poreze.

Nastavno na daljnje jačanje razvoja obrtništva i poduzetništva na ruralnim područjima, Grad Gospić član je LAG-a LIKA. Na tragu ovog projekta, u kojem je Grad Gospić važan akter, pokrenut je važan petogodišnji projekt integralnog gospodarskog razvijanja Like i Podvelebitskog primorja pod nazivom „INTEGRA LIKA 2020“. Krajnji cilj projekta je brendiranje Like i Podvelebitskog primorja kao globalno poznate destinacije, ekološki prihvatljive s bogatom autohtonom gastronomskom ponudom te samoodrživim obiteljskim gospodarstvima. Posebno mjesto, u poduzetničkoj infrastrukturi Grada Gospića, zauzima projekt poslovne zone „Smiljansko polje“. Ovaj projekt osigurava planski razvoj male privrede na kompletno opremljenom i urbaniziranom zemljištu. Time je osigurano umanjenje troškova investorima u dijelu opremanja zemljišta infrastrukturom, a ostavljene su mogućnosti za veća ulaganja u opremu i know-how tehnologiju. Zona je smještena na udaljenosti od 1,5 km od središta grada, na površini od 24 ha, s prosječnom građevinskom parcelom od 1.500 m<sup>2</sup>, uz predviđenu mogućnost spajanja većeg broja parcela u jedinstvenu, a za realizaciju većeg programa izgradnje proizvodnog pogona.

### 3. STRATEŠKA ANALIZA POSTOJEĆEG STANJA TURISTIČKOG RAZVOJA

#### 3.1. Turistički resursi

Općenito resursnu i/ili atrakcijsku osnovu Grada Gospića sačinjavaju prirodni resursi i/ili atrakcije kao i resursi vezani uz kulturni identitet ovog prostora. Resursnu osnovu moguće je klasificirati na nekoliko različitih kategorija od kojih posebno valja izdvojiti slijedeće:

- Resursi vezani uz kulturno – povjesno nasljeđe,
- Resursi bazirani na vrijednom industrijskom nasljeđu,
- Resursi bazirani na događanjima,

Vrste kulturnih dobara definirane su Zakonom o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara.

Prema odredbama ovog Zakona kulturna se dobra mogu sagledati kao:

- pokretne i nepokretne stvari od umjetničkoga, povjesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja,
- arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru, a imaju umjetničku, povjesnu i antropološku vrijednost,
- nematerijalni oblici i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentacija i bibliografska baština i
- zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima.

Kulturna dobra u neposrednoj su vezi s tradicijom i načinom života koji se je formirao na određenom prostoru u dužem – stoljetnom- vremenskom razdoblju.

Poveznica između tradicije i kulturnih dobara je dugogodišnji kontinuirani prirodni proces koji se stalno nadograđuje i prenosi iz generacije u generaciju, pri čemu su zadržane sve bitne temeljne značajke duhovnosti ljudi određenog kraja.



##### 3.1.1. Turistička atrakcijska osnova

Materijalna i nematerijalna kulturna i prirodna baština dokaz je kontinuiteta određenog prostora i temelj identiteta zajednice. Jedan od temeljnih pristupa u korištenju prostora jest očuvanje prirodnih i stvorenih vrijednosti, koja uz kulturna dobra, zajedno čine prostornu baštinu kao temelj turističke atrakcijske osnove.

Materijalna i nematerijalna kulturna baština Grada Gospića rezultat je višestoljetnih aktivnosti stanovništva na ovom području te predstavlja središnji element kulturne i turističke ponude.

Ljudski život na području Grada Gospića dokumentiran je brojnim arheološkim nalazima, posebice iz željeznog doba i plemena Japoda. Važnost prostora, koje danas zauzima Grad Gospić, posebno dolazi do izražaja nakon integracije naselja u rimske provincijalne sustav prometnih komunikacija. Tijekom srednjeg vijeka, područje Gospića se razvijalo kroz izgradnju srednjovjekovnih utvrda s podgrađima u podnožju u kojima su živjele moćne i bogate plemičke obitelji a koje su razvijale kulturni i duhovni

život gospičkog kraja. Začeci naselja današnjeg grada vidljivi su iz isprave kojom je 1263. godine kralj Ugovarao zamjenu posjeda s tadašnjim ličkim županom.



Od sredine 15. stoljeća osmanska prodiranja utjecala su na gospodarski razvoj kraja, a gotovo su u potpunosti uništila kulturnu baštinu tog razdoblja. Od konca 17., tijekom 18., a posebice u 19. stoljeću Gospić dobiva prepoznatljive odrednice kao upravno, administrativno, političko, vojno, kulturno, vjersko i prometno središte šire regije, što ubrzava njegov demografski, gospodarski i politički razvoj.

Prostor Grada Gospića je, u najnovijoj povijesti, imao ključnu ulogu u povezivanju i integriranju hrvatskog nacionalnog teritorija. O povjesnoj važnosti svjedoči kulturno-povjesna jezgra Gospića kao zaštićeno kulturno dobro koju obilježavaju tipični vojnikrajiški objekti i neostilske katnice te tradicijska arhitektura vidljivi u urbanoj matrici Grada. Prostor grada Gospića obilježavaju brojne sakralne građevine, ali i utvrde, kulturni spomenici te kulturno srednjovjekovno nasljeđe poput glagoljskih knjiga: Misala kneza Novaka Disislavića iz 1368., Berlinski misal (1402.), Ročki misal, Brevijar iz 1485., Brevijar iz doba Anža Frankapana (1379. i 1387.).

Iz bogate sakralne baštine Grada izdvaja se Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije kao primjer tipizirane krajiške crkve 18. stoljeća i koja je, svojim oblikovanjem, rijedak primjer sakralne arhitekture graničarskog naselja ličke regije. Izgrađena je 1783. godine, a 2000. godine postala je katedralna crkva novoosnovane biskupije.

Muzej Like Gospić, prema kategorizaciji, pripada skupini kompleksnih muzeja jer u svom djelovanju objedinjuje i skrbi o Arheološkom odjelu s pripadajućim Lapidarijem, Numizmatičkom odjelu, Kulturno povjesnom odjelu s pripadajućom Zbirkom oružja i Zbirkom pokućstva, Etnografskom odjelu te Galerijskom odjelu. Zaštićena muzejska građa obuhvaća Zbirku Lapidarij, Zbirku pokućstva i Zbirku oružja. Muzej posjeduje i stručnu biblioteku otvorenog tipa. Tijekom svog postojanja Muzej se razvio u središnju kulturnu ustanovu ne samo Grada Gospića već i šire jer skrbi za svu pokretnu spomeničku baštinu i nepokretne spomenike kulture na području kontinentalnog dijela Ličko-senjske županije.



Povodom obilježavanja 150 godina rođenja Nikole Tesle, a kao posebna jedinica pod upravom Muzeja Like Gospić, 2006. godine je otvoren *Memorijalni centar „Nikola Tesla“*. Njegova je uloga prikupljati, čuvati, istraživati i prezentirati građu vezanu uz život i djelo poznatog znanstvenika.



Centar se prostire na površini od 13.000 m<sup>2</sup> te obuhvaća spomen-područje s parohijalnim dvorom s pripadajućim gospodarskim objektom (štala), parohijsku crkvu sv. Petra i Pavla, groblje i šire područje s potokom Vagancem. Multimediji centar objedinjuje više disciplina: znanost, umjetnost i turizam, a namijenjen je različitim tipovima korisnika.

U sklopu Spomen-dom „dr. Ante Starčevića“ nalazi se multimediji centar u kojem se nude edukativni sadržaji o hrvatskoj povijesti 19. stoljeća.

**Tablica 7.** Nepokretna kulturna dobra

Oznaka dobra	Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra	Klasifikacija
Z-3776	Aleksinica	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-4824	Barlete	Arheološko nalazište Ostaci crkve sv. Ivana Krstitelja	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Arheološka baština
Z-6539	Bilaj	Most preko rijeke Like	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo
Z-306	Bilaj	Ruševine Starog grada Bilaja	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Arheološka baština
Z-6105	Brušane	Crkva sv. Martina Biskupa	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-6069	Bužim	Crkva sv. Terezije Avilske	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-3343	Donje Pazarište	Crkva sv. Jakova Apostola	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-2378	Gospic	Crkva Navještenja Blažene Djvice Marije	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-6533	Gospic	Fontana "Marta Vodarica"	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo
Z-3774	Gospic	Kapela sv. Marije Magdalene	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-6318	Gospic	Kuća u ulici Mlinarska 1	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-1687	Gospic	Kula Age Senkovića	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-3345	Gospic	Kulturno - povjesna cjelina grada Gospića	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Kulturno-povjesna cjelina
Z-6428	Gospic	Most na rijeci Bogdanici	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo
Z-6535	Gospic	Pil Krista Spasitelja	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo

Oznaka dobra	Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra	Klasifikacija
Z-6308	Gospic	Zgrada (Muzej Like Gospic)	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z- 6296	Gospic	Zgrada Državnog arhiva, Kaniška 17	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-6295	Gospic	Zgrada Gospičko-senjske biskupije, Ulica senjskih žrtava 36	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-6297	Gospic	Zgrada Ličko-senjske županije, Ulica dr.F.Tuđmana 4	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-6307	Gospic	Zgrada pošte	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-6306	Gospic	Zgrada Učiteljskog studija	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Profana graditeljska baština
Z-2938	Klanac	Crkva Navještenja Blažene Djevice Marije	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralno-profana graditeljska baština
Z-2711	Lički Osik	Crkva sv. Josipa i cisterna	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-5791	Lički Ribnik	Crkva sv. Petra i Pavla	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
P-4646	Lički Ribnik	Ostaci drvenog mlina kašikara	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo
Z-3344	Medak	Crkva Rođenja sv. Jovana Preteče	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-2375	Mušaluk	Crkva sv. Duha	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-307	Mušaluk	Ruševine Starog grada Budak grada	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Arheološka baština
Z-5659	Smiljan	Arheološki lokalitet Čovini-Crikvine	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Arheološka baština

Oznaka dobra	Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra	Klasifikacija
Z-4551	Smiljan	Crkva sv. Marije Karmelske	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-3772	Smiljan	Kapela Bezgrešnog Začeća Blažene Djevice Marije	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština
Z-6639	Smiljan	Most preko potoka Otešice	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Ostalo
Z-2265	Smiljan	Spomen-područje Nikole Tesle	Nep. kul. dobro - kulturno – povijesna cjelina	Memorijalna baština
P-3906	Široka Kula	Ostaci Turske kule	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Arheološka baština
Z-4552	Trnovac	Crkva sv. Nikole biskupa	Nep. kul. dobro – pojedinačno	Sakralna graditeljska baština

**Tablica 8.** Pokretna kulturna dobra

Oznaka dobra	Mjesto	Naziv	Vrsta kulturnog dobra	Klasifikacija
Z-2784	Gospic	Cjelina arhivskih fondova i zbirki u posjedu Državnog arhiva u Gospicu	Pok. kul. dobro - zbirka	Arhivska građa
P-4837	Gospic	Kipovi sv. Petar i Pavao	Pok. kul. dobro - pojedinačno	Sakralni/religijski predmeti
Z-5052	Gospic	Muzej Like Gospic - muzejska građa	Pok. kul. dobro - muzejska građa	Muzejska građa
Z-6429	Gospic	Reljef "Pali graničari"	Pok. kul. dobro - pojedinačno	Ostalo
P-4565	Gospic	Reljef-spomenik palim graničarima	Pok. kul. dobro - pojedinačno	Likovna umjetnost
P-4566	Gospic	Skulptura vodarica "Marta"	Pok. kul. dobro - pojedinačno	Ostalo

**Tablica 9. Manifestacije**

Naziv	Tip događaja
Lički likovni anali	Kulturna i umjetnička događanja
Jesen u Lici	Tradicijsko-gospodarska manifestacija
Moto susret MK Crazy wolfs	Sportska manifestacija
Dan Grada Gospića	Kulturna i umjetnička događanja
Gospičko glazbeno ljeto	Kulturna i umjetnička događanja
Gospička rock scena (GROCKS)	Glazbena manifestacija
Dječje Uskršnje čarolije	Tradicijska manifestacija
Obilježavanje Dana planeta Zemlje	Ekološka manifestacija
Gospički karneval	Kulturno-tradicijska manifestacija
Prvi pljesak	Glazbena manifestacija
Noć muzeja, Međunarodni dan muzeja	Izložbena i ostala događanja (umjetnička, modna, književna, glazbena...) na međunarodnoj razini
Turniri rekreativaca, Dječja olimpijada	Sportsko-rekreacijske manifestacije za sve uzraste



Navedene manifestacije privlačne su za posjetitelje iz širih područja i prerastaju u turističku ponudu Grada Gospića.

Tradicionalni *Lički likovni anali (Likana)* koji od svojeg utemeljenja 1966. godine do danas prerastao je u tradicionalnu likovnu manifestacija na području Like. Lički likovni anali temelji se na stvaralaštvu tematizirano ličkim područjem.

*Jesen u Lici* je gospodarska, kulturna i etno manifestacija koja se održava od 1998. godine. Tematika manifestacije je predstavljanje proizvodnih

potencijala malih poduzetnika koji proizvode različite prehrambene, uporabne i ukrasne predmete, koji doprinose očuvanju kulturne baštine i tradicije ličkog kraja.

*Gospičko glazbeno ljeto* je utemeljeno 1999. godine, ima međunarodni karakter i važan je dio kulturnog identiteta Gospića. Program je osmišljena kao niz koncertnih izvedbi djela ozbiljne glazbe domaćih i stranih autora. Pojedini koncerti se održavaju u katedrali Navještenja Blažene Djevice Marije što doprinosi posebnom glazbenom doživljaju, dok se ostali koncerti održavaju u prostorijama POU-a „Dr. Ante Starčević“.



### 3.2. Ostali turistički resursi

Osim prirodne i antropogene resursne osnove, smještajno ugostiteljski kapaciteti važan su čimbenik turističke ponude određene turističke destinacije. Kod određivanja strateških smjernica razvoja turizma Grada Gospića, uz razvoj pojedinih oblika turizma, rast smještajnih i ugostiteljskih kapaciteta imat će jednu od ključnih uloga.

#### 3.2.1. Smještajno – ugostiteljski kapaciteti

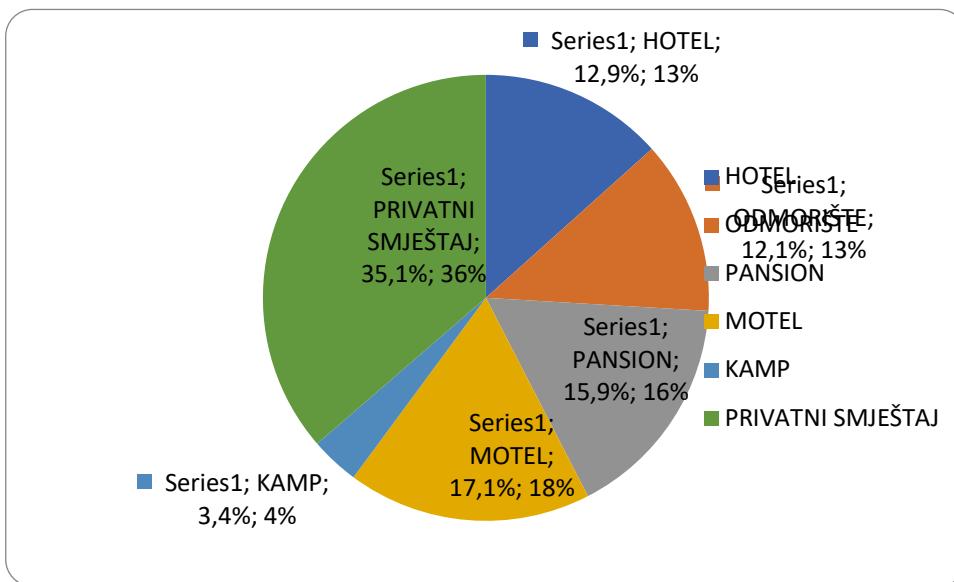
Razvoj ugostiteljskih kapaciteta slijedio je opća razvojna obilježja turizma na području Grada Gospića. Na području Grada Gospića posluju tri hotelska objekta – hotel „Ana“ (3 zvjezdice, kapaciteta 16 soba s 20 kreveta), hotel „Ante“ (3 zvjezdice, kapaciteta 26 soba s 48 kreveta i restoranom od 200 sjedećih mjesto) i u centru Grada Gospića nalazi se hotel „Stara Lika“ (izgrađen u doba Austro-Ugarske a obnova završena 2017. godine) kapaciteta 56 postelja kategoriziran s 4 zvjezdice.



**Tablica 10.: Kapaciteti u objektima za smještaj na području Grada Gospić**

Vrsta smještajnog objekta	2012. god.	2012. god.	2013. god.	2013. god.	2016. god.	2016. god.
	br. soba	br. kreveta	br. soba	br. kreveta	br. soba	br. kreveta
HOTEL	42	68	42	68	42	68
ODMORIŠTE	32	64	32	64	32	64
PANSION	42	84	42	84	42	84
MOTEL	51	121	51	121	51	90
KAMP	0	0	6	12	6	18
PRIVATNI SMJEŠTAJ	54	72	34	114	38	185
<b>UKUPNO</b>	<b>221</b>	<b>409</b>	<b>207</b>	<b>463</b>	<b>211</b>	<b>527</b>

Izvor: TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

**Grafikon 2.: Struktura kapaciteta za smještaj na području Grada Gospića**

*Izvor:* TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

Osim hotelskih kapaciteta na području Grada Gospića gotovo isto toliko kapaciteta pripada i odmorištima (64 kreveta), pansionima (84 kreveta) i motelima (90 kreveta). Relativno su malo (18 mesta) zastupljeni kampovi u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta Grada Gospića. S obzirom na prometni položaj, prirodne resurse i blizinu atrakcija, kampovi pružaju znatno veće mogućnosti u povećanju turističkog prometa i bolje turističke valorizacije Grada Gospića.

Privatni smještaj s 35 posto učešća u strukturi ukupnih smještajnih kapaciteta Grada Gospića slijedi trendove na nacionalnoj razini ali je ujedno i prepostavka za nove poduzetničke poduhvate u turizmu i na širem području Grada Gospića.

**Tablica 11.: Turistički promet u smještajnim kapacitetima na području Grada Gospića u 2016. godini**

VRSTA OBJEKTA	DOLASCI DOMAĆI	DOLASCI STRANI	DOLASCI UKUPNO	NOĆENJA DOMAĆI	NOĆENJA STRANI	NOĆENJA UKUPNO
HOTELI	734	1.484	2.218	3.317	3.406	6.723
ODMORIŠTA PANSION MOTEL i KAMP	1.696	10.045	11.741	3.301	11.798	15.099
OBJEKTI U DOMAĆINSTVU	1.026	464	1.490	4.629	1.831	6.460
OBJEKTI U OPG (seljač. gosp.)	549	864	1.413	815	1.944	2.759
NEKOMERCIJALNI SMJEŠTAJ	11	0	11	365	0	365
<b>UKUPNO</b>	<b>4.061</b>	<b>12.857</b>	<b>16.873</b>	<b>12.427</b>	<b>18.979</b>	<b>31.406</b>

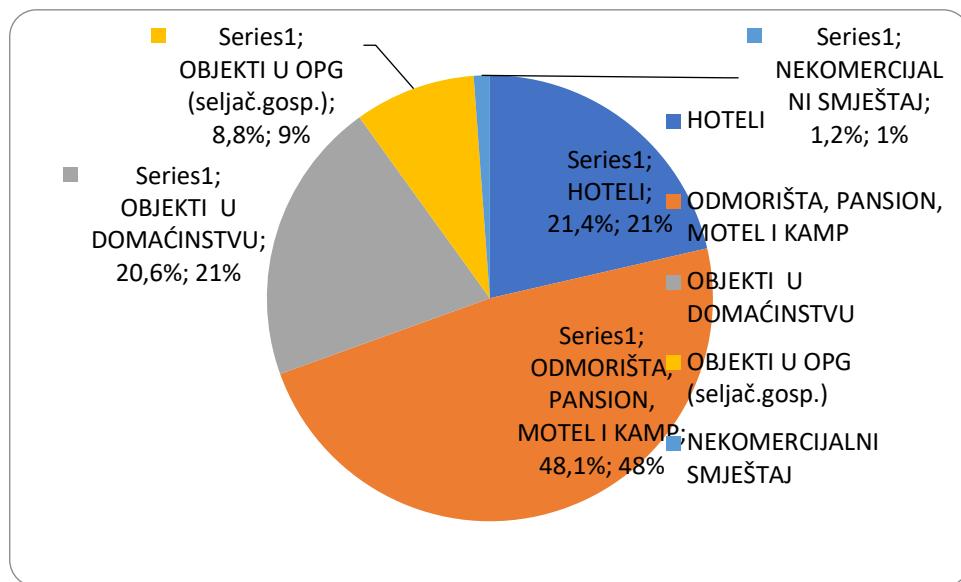
*Izvor:* TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

Hoteli sudjeluju s 21 posto u ukupnom broju noćenja, koji su ostvareni na području Grada Gospića u 2016. godini. Značajno učešće od 20 posto pripada objektima u domaćinstvima a 9 posto u objektima na seljačkim gospodarstvima, što ukazuje da turisti prepoznaju Grad Gospić kao destinaciju čistog okoliša i izuzetnih prirodnih resursa i atrakcija. Prosječno zadržavanje turista u hotelima je 3 dana, odmorištima, pansionima i motelima je 1,3 dana a u domaćinstvima 4,3 dana.

Prosječna popunjenošć smještajnih kapaciteta na području Grada Gospića u 2016. godini je u hotelima 98 dana, odmorištima, pansionima i motelima je 59 dana a u domaćinstvima je 49 dana.



**Grafikon 3.: Turistički promet u smještajnim kapacitetima Grada Gospića**



Izvor: TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

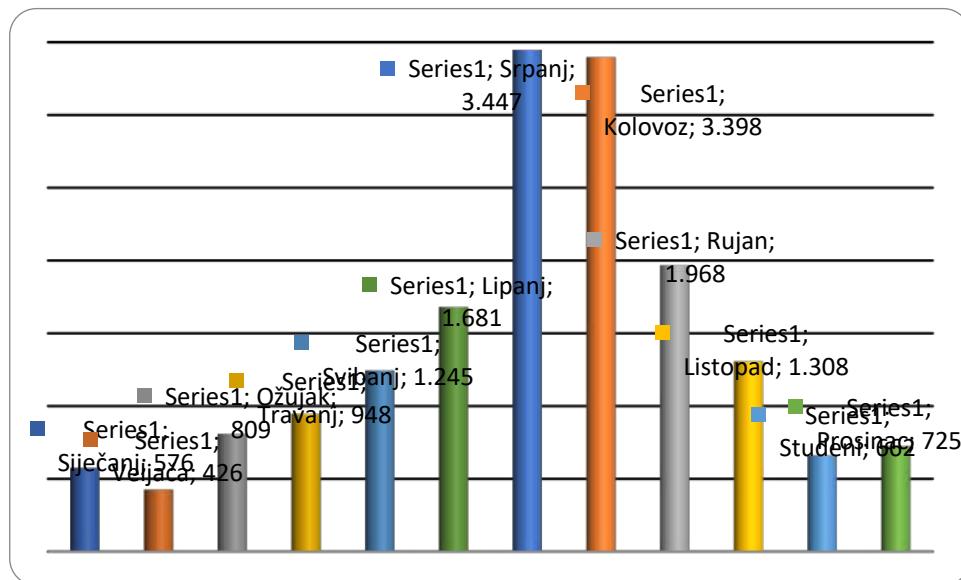
### 3.3. Turistička potražnja

Obim i intenzitet turističke potražnje prema pojedinoj destinaciji rezultat je stupnja razvijenosti smještajnih kapaciteta i cjelokupne turističke ponude ali i odnosa prema turizmu koji je prisutan na toj destinaciji.

U proteklom desetljeću udvostručio se broj dolazaka turista na prostoru Grada Gospića. Kao i na drugim područjima i u Gradu Gospiću prisutna je izrazita sezonalnost turističkog prometa, pri čemu se u razdoblju mjesec lipanj-rujan ostvari 61 posto dolazaka turista.

**Tablica 12.:** Broj turističkih dolazaka po mjesecima na području Grada Gospića 2006. - 2016.god.

GODINA / MJESEC	2006.	2008.	2010.	2012.	2015.	2016.
Siječanj	187	433	441	560	437	576
Veljača	82	361	365	351	338	426
Ožujak	478	730	800	965	500	809
Travanj	711	978	1.176	1.474	945	948
Svibanj	1.371	2.177	1.635	1.443	1.246	1.245
Lipanj	1.658	1.680	1.416	1.586	1.449	1.681
Srpanj	1.515	2.631	2.117	2.409	2.243	3.447
Kolovoz	524	1.730	2.640	2.564	2.829	3.398
Rujan	767	2.247	1.523	2.008	1.631	1.968
Listopad	550	1.052	1.405	1.489	1.068	1.308
Studeni	371	447	856	548	659	662
Prosinac	437	942	1.601	619	597	725
<b>UKUPNO</b>	<b>8.651</b>	<b>15.408</b>	<b>15.975</b>	<b>16.016</b>	<b>13.942</b>	<b>17.193</b>

*Izvor:* TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.**Grafikon 4.:** Broj turističkih dolazaka po mjesecima na području Grada Gospića*Izvor:* TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

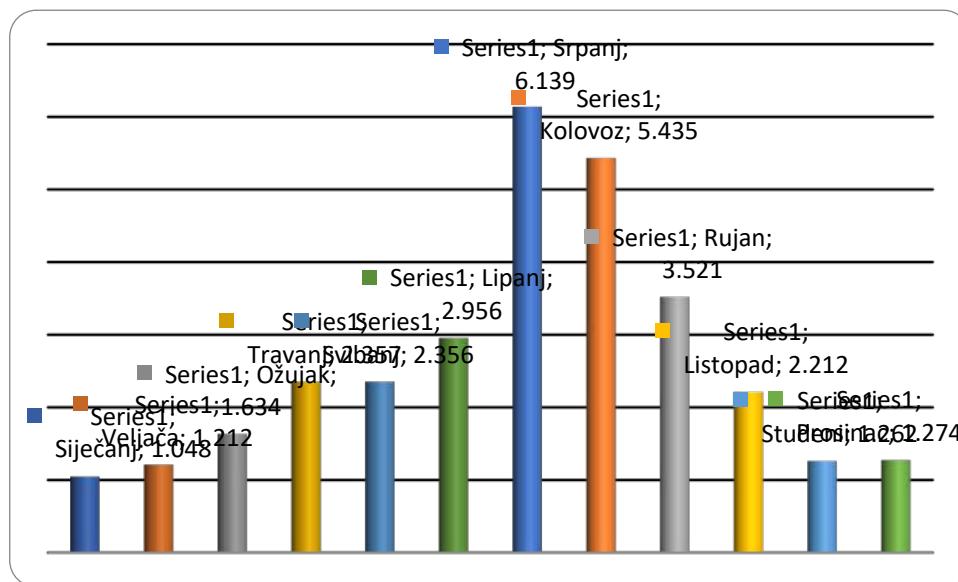
U razdoblju 2006. – 2016. godina na području Grada Gospića povećao se broj noćenja turista za 18,7 tisuća. U razdoblju mjesec lipanj –rujan ostvari se dvije trećine turističkih noćenja, pri čemu Grad Gospić nije iznimka u hrvatskom turizmu.

**Tablica 13.:** Ostvarena turistička noćenja po mjesecima na području Grada Gospicā 2006. – 2016.

GODINA / MJESEC	2006.	2008.	2010.	2012.	2015.	2016.
Siječanj	265	510	1.260	829	655	1.048
Veljača	118	533	522	568	430	1.212
Ožujak	533	1.012	1293	1.429	601	1.634
Travanj	772	1.207	1.462	1.720	1.429	2.357
Svibanj	1.562	2.459	2.325	2.033	1.551	2.356
Lipanj	1.849	1.965	1.712	1.856	2.167	2.956
Srpanj	1.879	2.999	2.730	3.398	4.166	6.139
Kolovoz	1.395	2.129	3.097	2.822	4.492	5.435
Rujan	1.409	2.897	1.856	2.384	2.332	3.521
Listopad	1.147	1.473	2.089	1.917	1.824	2.212
Studeni	899	960	1.316	1.132	1.551	1.262
Prosinac	868	1.378	2.094	1.007	1.032	1.274
<b>UKUPNO</b>	<b>12.696</b>	<b>19.522</b>	<b>21.756</b>	<b>21.095</b>	<b>22.230</b>	<b>31.406</b>

Izvor: TZ Grada Gospicā i e-visitor 17.03. 2017.

**Grafikon 5.:** Turistička noćenja po mjesecima na području Grada Gospicā



Izvor: TZ Grada Gospicā i e-visitor 17.03. 2017.



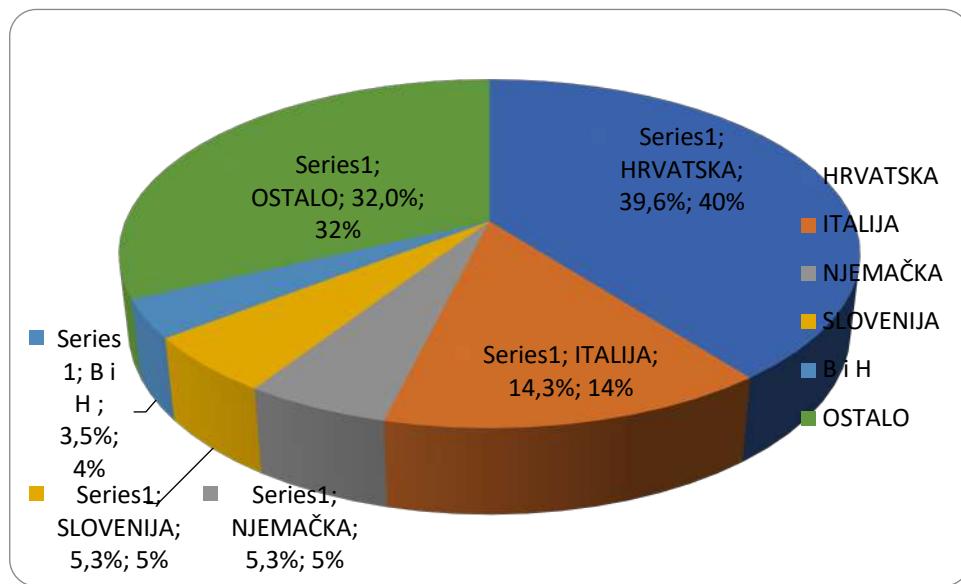
Hrvatska je najznačajnije emitivno tržište za turizam Grada Gospića. Tijekom 2016. godine Grad Gospić posjetilo je 4.061 turist (23,8%) iz Hrvatske i koji su ostvarili 12.427 noćenja (39,5%). Na drugom mjestu je tržište Italije s 3.658 dolazaka (21,7%) i noćenja 4.477 (39,5%). Zatim slijede Njemačka s 1.217 dolazaka (7,2%) i 1.678 noćenja (5,3%), Koreja 1.072 dolazaka ((6,4%) i 1.092 noćenja (5,3%), Slovenija 389 dolazaka (2,3%) i 1.658 noćenja (5,3%)).

**Tablica 14.: Broj dolazaka i noćenja turista na području Grada Gospića 2016. god**

- prema emitivnim tržištima

Redni broj	DRŽAVA	Broj dolazaka	Broj noćenja	Udio dolazaka (%)	Udio noćenja(%)
1.	HRVATSKA	4.061	12.427	23,8	39,5
2.	ITALIJA	3.658	4.477	21,7	14,3
3.	NJEMAČKA	1.217	1.678	7,2	5,3
4.	SLOVENIJA	381	1.658	2,3	5,3
5.	BiH	188	1.107	1,1	3,5
6.	KOREJA	1.072	1.092	6,4	3,5
7.	POLJSKA	773	851	4,6	2,7
8.	NIZOZEMSKA	288	677	1,7	2,0
9.	UJED. KRALJEVSTVO	389	554	2,3	1,7
10.	FRANCUSKA	340	513	2,0	1,6
11.	BELGIJA	232	508	1,4	1,6
12.	ŠVICARSKA	354	481	2,1	1,5
13.	AUSTRIJA	277	419	1,6	1,3
14.	ČEŠKA	362	395	2,2	1,3
15.	MAĐARSKA	137	304	0,8	0,9
16.	SAD	103	250	0,6	0,8
17.	ŠPANJOLSKA	80	191	0,5	0,6
18.	ŠVEDSKA	153	188	0,9	0,6
19.	RUSIJA	120	127	0,7	0,4
20.	SLOVAČKA	92	121	0,6	0,3
21.	OSTALE DRŽAVE	2.953	3.390	17,2	10,8
	<b>UKUPNO</b>	<b>17.193</b>	<b>31.406</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Izvor: TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

**Grafikon 6.: Udio najznačajnijih emitivnih tržišta u turističkom prometu Grada Gospića**

Izvor: TZ Grada Gospića i e-visitor 17.03. 2017.

### 3.4. Tradicija lokalnog stanovništva kao turistički resurs

Grad Gospic i njegovo stanovništvo imaju bogatu dugogodišnju turističku tradiciju. U samom nazivu grada Gospića ima turističke simbolike. Prema nekim izvorima Gospic je dobio ime od latinske riječi „Hospitium“, što znači konačište, svratište. Geoprometni položaj, tradicija i kultura, a posebno razvoj cestovnog i željezničkog prometa, krajem 19. i početkom 20. stoljeća, uz napredne ideje lokalnih entuzijasta i vizionara, turizam se javlja posredstvom lovnog, ribolovnog i planinarskog – izletničkog turizma. To prati određena inicijativa lokalnog stanovništva u razvoju ugostiteljskih objekata – hotela, konačišta i gostonica ali i izgradnja teniskih igrališta i kupališta.

Unapređenje turizma potiče se i kroz aktivnosti udruge lovaca, ribolovaca, planinara i ugostiteljskih djelatnika. Inicijativa u razvoju turizma preuzimaju i domaćinstva koja se uključuju u proizvodnju domaće zdrave hrane, proizvoda kućne radinosti kao što je izrada domaćeg platna na tkalačkim stanovima za ličku narodnu nošnju i domaće sukno za izradu „biljaca i šarenica“ (pokrivača), ličkih kapa, ličkih tamburica, zaprežnih kola, kovačkih proizvoda i glinenog posuđa.



Na temelju navedenih osobnosti stvara se originalna i autohtona turistička ponuda Grada Gospića. Takav razvoj turističke ponude posebno podupiru mala lokalna poljoprivredna gospodarstva, lokalni poduzetnici ali i entuzijasti koji u svojim domaćinstvima čuvaju i proizvode različite prehrambene, ukrasne i uporabne proizvode. Na taj način, oni čuvajući tradiciju i njeguju izvorni način izrade tradicijskih proizvoda na području grada Gospića.

Turističku tradiciju Grada Gospića i njegovog stanovništva potvrđuju originalni foto zapisi, slikopisi, novinski članci, zapisi u kronološkim izdanjima, putopisi, privatni odnosno obiteljski foto albumi i razglednice. Sve ono što je u tadašnjim tehničkim mogućnostima, osvjeđeno, zapisano i oslikano, a prije svega sačuvano dokazuje da je područje Grada Gospića i njegova okolica turizam upoznalo u njegovu samom začetku.

Lokalno stanovništvo, u turističkom smislu, posebno je doprinijelo da područje Grada Gospića zadrži posebne turističke potencijale i što je uspjelo sačuvati gotovo nedirnuti okoliš, čisti zrak, bogatstvo flore i faune a što danas predstavlja posebnu konkurenčku prednost a međunarodnom turističkom tržištu.

Opću kulturu života lokalnog stanovništva, ali i prepostavke turističkog razvoja, pokazuje činjenica da je već davne 1894. godine Gospić dobio vodovod a što obilježava kip djevojke nazvana „Marta“, rad kipara Frangeša - Mihanovića. Grad Gospić je 1924. godine željezničkom prugom povezan europskim kontinentom.

Od ostalih društvenih i kulturno-povijesnih znamenitosti ističe se zgrada muzeja "Like" s najcijelovitijom zbirkom dinarske tradicijske kulture u Hrvatskoj, katedrala Navještenja Blažene Djevice Marije izgrađena 1783., zgrada Visoke učiteljske škole izgrađena 1869., zgrada Županije Ličko senjske izgrađena 1894 godine, "Murkovića mlin" (stari mlin vodenica na Novčici), rodna kuća velikog hrvatskog slikara Miroslava Kraljevića.

U neposrednoj okolini Gospića nalaze se i dvije park šume, Jasikovac i Vujnovića brdo, u kojima su s početkom 20.-og stoljeća bili izgrađeni teniski tereni gdje je osnovan i najstariji tenis klub u Hrvatskoj, gradski tenis klub "Gospić 1900". Nadomak Gospića, na samo 4 km udaljenosti nalazi se selo Veliki Žitnik, rodno mjesto velikog Hrvatskog povjesničara "Oca Domovine" Dr. Ante Starčevića, gdje se može posjetiti njegova memorijalna kuća.

U podvelebitskom selu Smiljan, udaljenom 6 km od Gospića, smještena je memorijalna kuća i spomen muzej svjetski poznatog učenjaka i istraživača iz područja elektrotehnike Nikole Tesle.

### **3.5. Turistička zajednica**

Turistička zajednica Grada Gospića djeluje temeljem Zakona o Hrvatskoj turističkoj zajednici i promicanju hrvatskog turizma. Ova neprofitabilna organizacija u turizmu stožerna je organizacija i glavni pokretač razvoja i afirmacije turizma na području Grada Gospića. Iako raspolaže skromnim finansijskim potencijalom, TZ Grada Gospića odigrala je ključnu ulogu u afirmaciji turizma Gospića bilo to kroz interni marketing, promovirajući turizam kao suvremenih društvenih i gospodarskih fenomena, u okruženju svojeg djelovanja ili kroz brojne promotivne aktivnosti na inozemnom turističkom tržištu.

U lokom okruženju, djelovanje Turističke zajednice usmjereni je na promicanje značenja turizma za gospodarski i društveni razvoj Gospića. Posredstvom tematiziranih radionica nastoji se svojem stanovništvu približiti suštinu turizma kao suvremenog društvenog i gospodarskog fenomena. Također, postojećim poduzetnicima u turizmu približavaju se novija kretanja na strani turističke potražnje i nužnosti njihovog prilagođavanja toj potražnji.



Turistička zajednica Grada Gospića je pokretač i organizator brojnih kulturno-turističkih manifestacija (Jesen u Lici...) koje imaju za cilj da se lokalna turistička, i turizmu komplementarna, ponuda (poljoprivredni proizvodi, suveniri...) na najbolji mogući način prezentiraju širokom krugu posjetitelja tih manifestacija i posredstvom medija pošalje turistička poruka širokom krugu potencijalnih posjetitelja Grada Gospića.

Bogata informativna-promotivna aktivnost Turističke zajednice Grada Gospića ogleda se u bogatim i brojnim edicijama kao što su katalozi, brošure, informativni leci, turistički filmovi i spotovi.

Turistička zajednica Grada Gospića u okviru aktivnosti sustava Hrvatske turističke zajednice na međunarodnom turističkom tržištu nastoji promovirati svoju ponudu posredstvom nastupa na turističkim sajmovima i prezentacijama.

Ova turistička organizacija glavni je pokretač promišljanja razvoja i budućnosti turizma Grada Gospića jer daje svekoliku potporu strateški razvojnim dokumentima turizma Grada Gospića.

## 4. GLOBALNI TURISTIČKI TRENDLOVI

Prema podacima Svjetske turističke organizacije međunarodni se turistički promet od 1950-tih godina do danas povećao za 40 puta (s 25 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka na 1,3 milijardu u 2016. godini). Iako je ovaj rast povremeno bio usporavan (gospodarske krize, politički nemiri i terorizam, prirodne i druge katastrofe i sl.), ništa nije uspjelo trajnije narušiti njegov kontinuirani rast.

Unatoč ekonomski nesigurnim i turbulentnim vremenima koja nisu zaobišla niti svjetski turizam, on se i dalje smatra jednom od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u svijetu.

Raspodjela turističkih tokova u proteklih pola stoljeća uglavnom je bila stabilna po glavnim svjetskim receptivnim makroregijama. Europa je dalje glavno emitivno i receptivno tržište.

Prema izdacima za turistička putovanja u inozemstvo vodeća emitivna europska tržišta su: Njemačka, Velika Britanija, Francuska, Italija i Nizozemska. Zatim slijede Ruska Federacija, Belgija, Španjolska, Austrija, Švedska, Poljska i Češka. Spomenutih dvanaest zemalja generira preko 80 % ukupne potrošnje na putovanju u inozemstvo svih Europljana.



Iako je Svjetska turistička organizacija uslijed finansijske krize 2009. godine korigirala kratkoročne prognoze turističkih dolazaka, noćenje i potrošnje na globalnoj razini, dugoročna prognoza turističkih kretanja još nije revidirana. Prema dugoročnoj prognozi, uz prosječnu godišnju stopu rasta od oko 3 % do kraja 2020. godine broj turističkih dolazaka mogao bi doseći 1,6 milijardi od čega bi se u Europi trebalo ostvariti oko 717 milijuna, odnosno 46 % ukupnih međunarodnih dolazaka.

### 4.1. Kvalitativni trendovi promjena u suvremenom društvu koji utječu na turizam

Potrebno je ukazati na nekoliko bitnih kvalitativnih trendova u globaliziranom svijetu koji će se sve značajnije odražavati na kretanja kako u domeni turističke ponude, tako i na strani turističke potražnje. (Prikaz 2.)



**Prikaz 2. Promjene u suvremenom društvu koje utječu na turizam**

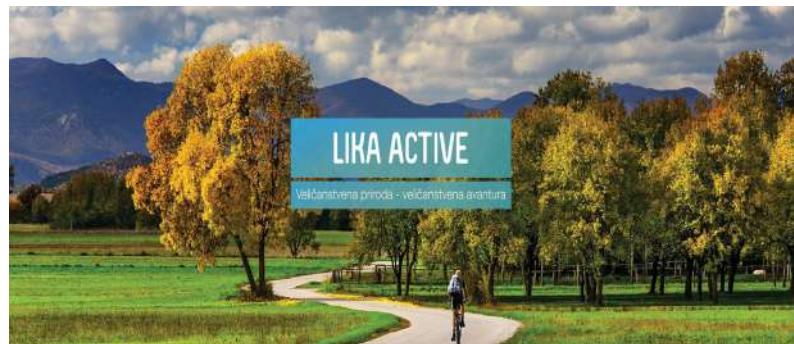
<b>DEMOGRAFIJA</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Broj pripadnika starijih dobnih skupina se rapidno povećava. Ova će populacija biti relativno zdrava te će raspolagati relativno višim diskrecijskim dohotkom nego je to prije bio slučaj.	Rastuća potražnja za kvalitetom, udobnošću, sigurnošću, prikladnim prijevozom, različitim mogućnostima odmora opuštanja i rekreacije, kao i za proizvodima „krojenjima po mjeri“. Rast potražnje izvan ljetnih mjeseci.
Prosječan broj članova domaćinstva će se dodatno smanjivati. To će također rezultirati većim diskrecijskim dohotkom i povećanom kupovnom snagom.	Povećanje potražnje za luksuzom; za specijalnim proizvodima koji se kupuju impulzivno; za gradskim odmorima i drugim vrstama kratkih odmora u inozemstvu, ponajviše izvan glavne turističke sezone.
<b>ZDRAVLJE</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Svijest o zdravlju i zdravom životu dodatno će se pojačati.	Destinacije koje se doživljavaju kao manje zdrave, ignorirat će se znatno više i znatno brže nego je to do sada bio slučaj. Potražnja samo za suncem i morem će i dalje postupno opadati, dok će provođenje tzv. „active or activity holidays“ imati sve više poklonika. Potražnja za wellness proizvodima, uključujući toplice i fitness ponudu sve će više rasti.
<b>OBRAZOVANJE</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Prosječna razina obrazovanja stalno se povećava.	Rast potražnje za proizvodima specijalnih interesa. Rast potražnje za proizvodima kulturnog turizma, neovisno da li je riječ o organiziranim ili individualnim turistima. Povećanjem potrebe za kreativnim komuniciranjem s tržištem i boljim informiranjem. Potražnja za novim destinacijama a osobito za tržištima tzv. Nove Europe, ali i Kine, Rusije, Koreje, Brazila će pojačano rasti.
<b>SLOBODNO VRIJEME</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Život u uvjetima globalizacije implicira sve veći pritisak na psihu pojedinaca, a što rezultira sve izraženijim potrebama za svrhovitim provođenjem slobodnog vremena, odmorom i relaksacijom.	Sve veća potreba za ponudom dodatnih proizvoda relativno niske cijene. Povećana potreba za ponudom različitih relaksirajućih sadržaja. Više kratkih odmora tijekom godine umjesto jednog velikog.

<b>ISKUSTVO PUTNIKA</b>	<b>POSLJEDICA ZA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Sve je više sofisticiranih potrošača koji su u želji da udovolje svojim potrebama sve zahtjevniji.	<p>Alternativni način provođenja vremena i novca bit će sve presudniji u izboru destinacije i vrste smještaja.</p> <p>Destinacije koje neće moći ponuditi prihvatljivu kvalitetu integralne usluge sve će više gubiti korak.</p> <p>Varirano ponašanje potrošača: ovaj odmor jeftin i jednostavan, slijedeći odmor luksuzan- ovaj odmor u dalekoj destinaciji, slijedeći odmor u bliskoj destinaciji.</p> <p>Lojalnost određenoj destinaciji nastavit će opadati.</p> <p>Sve veća preferencija prema autentičnom doživljaju; sve manje tolerancije za umjetno i standardizirano.</p> <p>Destinacije koje nude raznovrsnu i uravnoteženu ponudu dobivat će na važnosti.</p>
<b>IT TEHNOLOGIJE</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Internet penetracija i korištenje web-a za skupljanje informacija i kupovinu turističkih proizvoda i usluga i dalje će se povećavati.	<p>Sve veća raspoloživost turističkih informacija o destinacijama i proizvodima; sve veća sofistikacija tzv. „tražilica“, omogućit će sve bolju usporedbu destinacija, a time i dodatno zaoštiti konkureniju.</p> <p>Iskusni putnici sami će koncipirati svoja putovanja i direktno rezervirati.</p> <p>Uloga turističkih posrednika će se smanjiti.</p> <p>Internet će ubrzano transformirati današnju ulogu NTO-a i TZ-a i omogućiti novu dimenziju tzv. E- marketinga.</p> <p>Raspoloživost dubinskih informacija o pojedinim proizvodima i njihovoj međusobnoj povezanosti bit će ključni preduvjet uspjeha pojedinačnih web adresa.</p>
<b>PRIJEVOZ</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Povećana dostupnost nisko-budžetnim avio kompanijama odrazit će se na dosadašnju strukturu i dinamiku turističkih tokova. Cestovni promet postat će sve više zagušen.	<p>Uslijed lakog, jeftinog i brzog dolaska do odredišta, destinacija će imati sve više koristi od kratkih odmora i događanja, osobito kad se oni budu održavali izvan glavne sezone.</p> <p>Povećana raspoloživost direktnih avio linija prema sve većem broju odredišta povećat će potražnju za kratkim odmorima u inozemstvu.</p> <p>Više kratkih odmora umjesto jednog velikog.</p>
<b>OČUVANJE OKOLIŠA</b>	<b>POSLJEDICE NA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Svijest o okolišu i potrebi za njegovim očuvanjem će rasti.	<p>Rast potražnje za ekološki očuvanim destinacijama. Pri čemu će prirodni atributi i gostoljubivost populacije imati sve izrazitiju ulogu.</p> <p>Regionalna komponenta unutar pojedinih zemalja dobivat će na značenju.</p> <p>Politika upravljanja destinacijom morat će se unapređivati putem boljeg i konzistentnijeg planiranja.</p>
<b>SIGURNOST</b>	<b>POSLJEDICE ZA TURISTIČKI SEKTOR</b>
Uslijed terorizma, lokalnih ratnih sukoba, zagađenosti i drugih potencijalno kriznih situacija koje su, velikim dijelom, postale dio svakodnevnice, stalno će se povećavati.	<p>Sve će biti manje tolerancija prema proizvodima i / ili doživljajima koji ne udovoljavaju očekivane standarde.</p>

Izvor: Sistematizirano na temelju: *Tourism Trends for Europe, European Travel Commision, 2005.*

## 4.2. Trendovi u suvremenom turizmu

Uslijed globalnih promjena u društvu, unificirani masovni turizam ustupa mjesto suvremenom izrazito diferenciranom i segmentiranom humanom turizmu 21. stoljeća koji se sve češće veže uz slogan „6E“ (experience - iskustvo, excitement - uzbudjenje, escape - bijeg, education - obrazovanje, entertainment - zabava, ecology – ekologija).



**Prikaz 3.: Razlika između turizma 20. stoljeća i turizma 21. stoljeća**

TRENDODVI U SUVREMENOM TURIZMU	
20. STOLJEĆE (od 50- tih do 90- tih god.)	21. STOLJEĆE
<b>OSNOVNA OBILJEŽJA TURIZMA</b>	
Masovni grupni turizam „4S“ – sun, sea, sand, seks (sunce, more, pjesak, seks) Prevladava jedna vrsta odmora Široki spektar raznih vrsta putovanja Kupališno-odmorišna putovanja	Diferenciran i segmentiran turizam „6E“ – experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology (doživljaj, uzbudjenje, bijeg, obrazovanje, zabava, ekologija) Mnogo bogatiji i aktivniji odmor
<b>POTROŠAČ - OBILJEŽJA POTRAŽNJE</b>	
Pasivan i inertan dokoličar Sudionik masovnih- unificiranih aranžmana Konfekcionirana organizirana putovanja Rezervacija putovanja unaprijed Odmaranje Nemaran odnos prema vlastitom zdravlju (sunčanje i dokoličarenje) Slični turistički ukusi Potražnja ista bez obzira na generacijske razlike Neiskusan putnik Nekritičan odnos prema cijenama (zadovoljava se ponuđenim) Imitira- putuje na poznata mjesta Traži poznato i popularno Nemaran odnos prema okolišu Na odmor ide jednom godišnje	Dinamičan i aktivan potrošač Nezavisan individualni putnik Fluidna organizacija putovanja (do it yourself) ili sveobuhvatna (all inclusive) putovanja Kasna rezervacija putovanja Doživljaj, aktivnost, učenje, sudjelovanje Od odmora očekuje relaksaciju duha i tijela (sport, zabava, razonoda, uzbudjenje) Pluralizacija turističkih ukusa Potražnja segmentirana prema zajedničkim gener. obilj. (baby boomer, X gen., Y gen., Z. gen.) Iskusan, dobro obrazovan i sofisticiran putnik Kritičan- traži adekvatnu vrijednost za uloženi novac (value for money) Kreira- nešto novo, nešto drugačije, negdje drugdje Traži posebno i novo, bježi od svakodnevnice Ekološki svjestan Putuje češće i kraće (više puta god. produženi vikend)

<b>TURISTIČKA INFRASTRUKTURA - OBILJEŽJA PONUDE</b>	
Unificiranost Ekstenzivna neograničena izgradnja Internacionalni stil gradnje Ujednačena ponuda Sezonski karakter poslovanja Ograničeni i odvojeni sustavi rezervacija	Specijalizacija Ograničena nova izgradnja i renoviranje starog Autentičnost, identitet, prepoznatljivost Snažna konkurenčna konkur. među turističkim destinacijama Produljeno poslovanje Umreženi sustavi i tehnološka sofisticiranost
<b>TURISTIČKA POLITIKA I MARKETING</b>	
Politika poticanja razvijanja turističke infrastrukture Masovni marketing Rigidna politika cijena Kratkoročno planiranje u turizmu	Politika destinacije i tržišne marke (branding) zajedno Fokusiran agresivni marketing na tržištu segmente Fleksibilna politika cijena Dugoročno planiranje u turizmu

*Izvor:* Sistematisirano na temelju: Hendija, Z. (2003) Potražnja kulturnog turizma – trendovi na tržištu. Institut za turizam, Zagreb

#### 4.3. Tipovi suvremenih turista

Suvremeni turisti poprimaju određenu tipologiju prema kojoj se prepoznaju kao predstavnici turističke potražnje. Prema njihovim obilježjima i potrebama prilagođava se turistička ponuda.

*Prikaz 4.: Tipovi suvremenih turista*

<b>KUPCI „AGNOSTICI“</b>	Kontradiktorni Ohrabreni post-revizijskim vremenom, hiper informirani s ogromnim izborom uspoređivanja Manje usmjereni na marke i prepoznatljive proizvode Vrijednost ne znači uvijek „jeftino“ iako traže rasprodaje kao i kvalitetu
<b>KUPOVANJE VREMENA</b>	Vrijeme kao „ključni“ luksuz – vremenom siromašni kupci Štednja vremena – rast lokalne kupnje i on-line kupnje Digitalna kućna pomagala Životni stil – prodaja „spavanja“ kao proizvoda koji unapređuje zdravlje i gubitak težine („noćno mlijeko – sadrži više hormona sna“)
<b>IZAZOV „GODINA“</b>	Srednje godine 55- 65 Energičniji, rade više, zdraviji, obraćaju pažnju na „mentalno zdravlje“
<b>NOSITELJ PROMJENA</b>	Male donacije Osjećaj za manjine, izbjeglice, prava
<b>„ZELENIJA“ HRANA</b>	Jede se „zelenije“ – prirodno, lokalno, sezonski Održivost – briga oko bacanja hrane Lokalna hrana – trgovina blizu „kuće“; kupnja na farmi
<b>MENTALNI „WELLBEING“</b>	Životna ravnoteža – „biti ne izgoriti“ Yoga meditacija Briga o drugim ljudima; empatija (učenje)

<b>POVEZANI POTROŠAČI</b>	Plaćanje mobitelom „Vampirska djeca“- noćna digitalna ovisnost Potraga za „digitalnim“ predakom
<b>„SHOPING“ ZA KONTROLU</b>	„Helikopterski“ roditelji, praćenje djece Siguran odmor Vrednovanje slobode i sigurnosti
<b>POTROŠNJA SAMACA</b>	Potrošnja za luksuz „Solo“ putovanja Lifestyle brendovi za privlačenje samaca Potraga za autentičnim

*Izvor: Daphane Kasrier - Alexander (2016.) Euromonitor International*

#### 4.4. Trendovi na turističkom tržištu

Turističko tržište, kao dio turističkog sustava, je pozornica na kojoj se susreću i isprepliću sve njegove silnice. Posredstvom turističkog tržišta odražavaju se sva obilježja turističke ponude, tendencije na strani potražnje ali i metode upravljanja marketingom i turističkom destinacijom.



*Prikaz 5.: Trendovi na turističkom tržištu*

	<b>PRIJE</b>	<b>DANAS</b>
<b>Potražnja</b>	Neiskusan putnik Pasivan putnik Predvidivo ponašanje Korisnik glavnog godišnjeg odmora	Aktivan i dinamičan Informiran i ekološki osjećen Kritičan Korisnik čestih i kraćih putovanja
<b>Ponuda</b>	Etabilirane destinacije Ekskluzivna izgradnja, internacionalni stil	Rast konkurenkcije Diversifikacija motiva „Osjećaj za mjesto“, identitet Okolišno odgovorno ponašanje
<b>Upravljanje turizmom</b>	Kratkoročno planiranje Poticanje razvoja turističke infrastrukture	Dugoročno planiranje temeljeno na održivosti Poticanje umrežavanje s partnerstvom
<b>Marketing</b>	Masovni marketing Tradicionalni promocijski i prodajni kanali	Ciljni marketing usmjeren na segmente kupaca „Kupac u poziciji moći“ Fleksibilna politika cijena

*Izvor: Daphane Kasrier - Alexander (2016.) Euromonitor International*

#### 4.5. Profil suvremenog turista

Skica obilježja suvremenog turiste pomaže nositeljima turističke politike i subjektima zaduženim za upravljanje turističkom destinacijom da pravodobno poduzmu određene mjere i radnje u cilju programiranja razvoja određenog turističkog područja. Jedna od tih aktivnosti je i donošenje strateških i razvojnih dokumenata za ravnomjeran i održiv dugoročan razvoj određenog područja

*Prikaz 6.: Profil suvremenog turista*

<b>TURIST SUTRAŠNICE</b>	individualiziran turizam fleksibilan jedan član obitelji fluidni identitet obrazovan, multikulturalan liberalan eksperantementalist jednostavno iskustvo leti Ryanair – odsjeda u Hiltonu, jede u McDonaldsu ekološki osviješten sloboda putovanja uz pomoć digitalne tehnike multigeneracijsko putovanje lokalna zabava-odmor
<b>BUDUĆNOST TURIZMA POSREDSTVOM NOVIH TEHNOLOGIJA</b>	povećana stvarnost interakcija za novog korisnika iskustva prirodni jezik prijevod u stvarnom vremenu zelene tehnologije upotreba 3 D nova korisnička sučelja komunikacija turističkih vodiča biometrika glasovni ispisi prepoznavanje glasa komuniciranje objekata interaktivni elektronički radovi tehnologija prstiju
<b>MARKETING</b>	nestrukturirani podaci (forum za raspravu, WEB stranice za razmjenu multimedijskih sadržaja temelji se na internetu inteligentno tumačenje podataka – agenti GPS I GSM koliko turističko praćenje – prijenosni alat na licu mjesta lako je prikupiti podatke o tome što turisti rade kombinacija s mobitelom

*Izvor: Mountiho, L.; (2017.) Marketing Inovation & Future of Tourism – Institut za turizam Zagreb*

## 5. SWOT ANALIZA

Na temelju analize postojećeg stanja turizma na području Grada Gospića može se uočiti da se radi o prostoru koji ima prirodnu osnovu za razvoj širokog spektra turističkih sadržaja i ponude, zasnovanom na očuvanoj bogatoj prirodnoj i kulturno-povijesnoj resursno-atrakcijskoj osnovi.

Istraživanja i analiza postojećeg stanja ukazuje na činjenicu da je Grad Gospić danas još uvijek suočen s određenim brojem izazova koje valja ukloniti ili umanjiti kako bi se nedvojbeni potencijal Gospića za razvoj turizma u budućnosti mogao u potpunosti realizirati.

To se prije svega odnosi na infrastrukturna ograničenja, nepovoljnu strukturu smještajne ponude, suboptimalnom tržišnom pozicioniranju (uslijed nedostatka zajedničke razvojne vizije), i nedovoljne spoznaje o turističko- razvojnim potencijalima područja koje pripada Gradu Gospiću. To se posebno odnosi na dugoročni razvitak turizma na području Grada Gospića.

Nasuprot tome analiza je ukazala i na najizraženije strateške nedostatke koje valja pažljivo i sustavno uklanjati u cilju podizanja konkurentske sposobnosti i boljeg tržišno pozicioniranja Grada Gospića kao turističke destinacije.

Resursnu i atrakcijsku osnovu područja Grada Gospića obilježava visokovrijedna ekološka kvaliteta prostora, raznolikost pejzaža, geografski položaj i prometna povezanost s glavnim emitivnim tržištima i očuvana kulturno povijesna baština. Sve to predstavlja izraziti potencijal za sustavniji i dinamičniji turistički razvoj na području Grada Gospića. Postojeću resursno- atrakcijsku osnovu i kulturno-povijesnu baštinu Grada Gospića treba smatrati kamenom temeljcem na kojem valja graditi i tržišno profilirati najveći broj turističkih doživljaja Grada Gospića u budućnosti. Neposredna blizina Nacionalnog parka Plitvička jezera, Sjeverni Velebit, Paklenica i Parka prirode



Velebit i samo trideset kilometara udaljenost od mora (Karlobag) pruža izuzetnu snagu i privlačnost za razvoj raznovrsnih oblika turizma.

Postojeća resursno-atrakcijska osnova Grada Gospića nudi brojne mogućnosti za razvoj aktivnog turizma, turizma specijalnih interesa, kulturnog turizma, turizma u ruralnom okruženju, turizma kratkih odmora i posebno turizma koji bi se temeljio na znanstvenom i praktičnom opusu Nikole Tesle.



Najizraženije slabosti u sferi resursne osnove i atrakcijskog potencijala odnose se na neadekvatnu valorizaciju prirodnih i kulturnih resursa odnosno, s tim povezani, nedostatak profesionalno oblikovanih proizvoda na način da zadovoljavaju zahtjeve sve izbirljivijeg međunarodnog tržišta.

Dostupnost Grada Gospića turistima iz glavnih emitivnih tržišta na zadovoljavajućoj je razini. Grad Gospić nalazi se neposredno uz glavnu cestovnu prometnicu A1 Zagreb-Ploče. Grad Gospić nalazi se komfornoj distanci Zračne luke Zadar, Rijeka i Zagreb. Također, Grad Gospić je i na trasi željezničke pruge Zagreb - Split, što daje dodatnu dimenziju budući da se željezničkom prometu predviđa posebno mjesto, u doglednoj budućnosti, kada su u pitanju turistička putovanja.

Nezadovoljavajuće stanje infrastrukture izraženo je u sferi neadekvatnog sustava kanalizacije i odvodnje, zastarjelih (i slabo održavanih) lokalnih prometnica, odnosno problematika zbrinjavanja

krutog otpada, predstavljaju slabosti čije uklanjanje traži značajna ulaganja i koja neće biti moguće sanirati u kratkom roku.

Ohrabruje i spoznaja lokalnih nositelja vlasti o vlastitim konkurentskim nedostacima, a što se osobito odnosi na nepovoljnu strukturu smještajnih kapaciteta, izrazitu sezonalnost privređivanja, odnosno nepostojanje profesionalno oblikovanih proizvoda. Među slabostima turističkog sektora na području Grada Gospića svakako valja istaknuti i nedostatak „jačih igrača“ zainteresiranih za razvoj turizma na području Grada Gospića.

Također prisutna je i manjkavost u prostorno-urbanističkoj regulaciji zona s potencijalom za turistički razvitak. Ne postoji ponuda dodatnih usluga u smještajnim kapacitetima. Uočeni nedostaci bitno umanjuju mogućnost uspostave cjelovitog turističkog lanca vrijednosti, što se negativno odražava kako na diversifikaciju turističkog doživljaja tako i na visinu prihoda od turizma.

Ekonomsko i poslovno okruženje igra važnu ulogu u određenju ukupnih razvojnih perspektiva nekog područja ali i razvoja određenih gospodarskih sektora. U tom pogledu i turizam nije iznimka. U tom smislu kada je riječ o Gradu Gospiću, slabosti povezane s ekonomskim i poslovnim okruženjem, trenutno, osjetno pretežu snage.



Može se uočiti da je najveći nedostatak u postojećem ekonomskom i poslovnom okruženju predstavlja nedostatak zajedničke vizije na pitanjima povezanim s turističkim predviđanjem i razvojem. Tome valja pridodati i nedovoljnu zainteresiranost današnjih vlasnika smještajnih kapaciteta za razvojne probleme Grada Gospića, kao i nisku razinu ukupne gospodarske aktivnosti. Posljedica toga je malo kvalitetnih ideja, prijedloga i/ili inicijativa u funkciji unapređenja postojeće situacije u sferi turizma, neovisno da li je riječ o privatnom ili javnom sektoru.

Ljudski potencijali izazivaju posebnu pozornost budući da turizam kao servisna industrija, presudno ovisi o kvaliteti ljudskog činitelja. Jedna od glavnih slabih karika razvoja turizma Grada Gospića je nepovoljna dobna struktura lokalnog stanovništva s iznadprosječnim udjelom stare dobne skupine.

Iako je lokalna populacija poznata po svojoj gostoljubivosti i prijateljskom odnosu prema gostu, te izražava pozitivan stav prema razvoju turizma analiza je ukazala na ozbiljne probleme koje valja riješiti kako bi se osigurali povoljni uvjeti za uspješnu implementaciju budućeg plana turističkog razvijanja Grada Gospića. To se osobito odnosi na široko rasprostranjen problem niske kvalitete usluge. Iako je niska kvaliteta usluživanja u turističkom sektoru povezana i s nedovoljnim brojem kvalificiranog osoblja, poboljšanje današnje razine usluživanja naprsto nema alternativu.

Bitna utvrđena slabost kojoj valja posvetiti posebnu pozornost kako bi se postojeća kvaliteta usluge unaprijedila, odnosno kako bi se osiguralo zadovoljstvo gosta, a time i njegova lojalnost i ponovni dolazak, odnosni se na relativno slab menadžerski potencijal, osobito u usporedbi s međunarodnim okruženjem.



Posebni ograničavajući element i slabost u razvoju turizma Grada Gospića je slaba valorizacija poljoprivredno-prehrambenih resursa u razvoju turizma. U razvojni proces turizma značajniju ulogu



treba preuzeti poljoprivredno-prehrambeni kompleks posredstvom proizvodnje ekološke zdrave hrane koji se ugrađuje, kao dodatna vrijednost, u turistički proizvod Grada Gospića. Također, postoje i izrazite mogućnosti da se na rubnim-ruralnim područjima- Grada Gospića razvija agroturizam i turizam na seoskim gospodarstvima.

Glavni nedostatak u sferi marketinga i promidžbe na području Grada Gospića odnosi se na nepostojanje jasnog, dobro osmišljenog i od strane svih sudionika turističkog privređivanja usuglašenog strateškog marketinškog okvira, a što se onda prenosi i na sferu operativnog marketinga.

Naime, operativne promidžbene aktivnosti destinacije karakterizira još uvijek nedostatak inovativnosti (oslanjanje pretežito na tradicionalne marketinške alate) kao i neadekvatna podjela odgovornosti (i uloga) u brendiranju i tržišnom pozicioniraju destinacije između različitih institucija javnog sektora i privatnih poduzetnika.

Grad Gospic trenutno ne posjeduje ni jednoznačni identitet, niti imidž koji bi bio međunarodno prepoznatljiv, odnosno koji bi ovom području omogućavao da se uspješno diferencira (proizvodno, cjenovno, sustavom iskustava) od drugih potencijalno konkurenčkih kontinentalnih destinacija.

Osim ovih najizraženijih nedostataka, također, valja spomenuti i nedovoljna sredstva za promociju koja ne dozvoljavaju ciljana tržišna istraživanja i akviziciju profesionalne pomoći u provođenju različitih marketinških aktivnosti.

S druge strane, a uslijed institucionalizirane uloge turističke zajednice, kvaliteta i raznolikost postojećeg promotivnog materijala vrlo je dobra. Isto vrijedi i za kvalitetu internetskih stranica.



Zajedno s unapređenjem i aktivnjom ulogom turističke zajednice u razvijanju svijesti o potrebi suradnje i uključivanja različitih subjekata privatnog i javnog sektora na uspostavi cjelovitog turističkog lanca vrijednosti na razini destinacije, odnosno poboljšanjem učinkovitosti postojećeg sustava finansijske pomoći malom i srednjem poduzetništvu od strane Ministarstva turizma i Ministarstva gospodarstva, svi će potrebni formalni i institucionalni preuvjeti za budući razvoj turizma na ovim prostorima biti ispunjeni.

U cilju stvaranja doista stimulativnog okruženja za razvoj turizma, valja naglasiti i postojanje još uvijek prisutnih nedostataka. To se, prije svega, odnosi na nedostatak dobro artikulirane vizije razvoja turizma prihvaćene od strane svih interesnih grupa i pojedinaca kao i nedostatak bilo kakvog sustava upravljanja kvalitetom koji bi objedinjavao različite aktivnosti/usluge /objekte u sferi turizma. Kao rezultat takve situacije, nema sistematiziranih razvojnih koncepata i programa koji bi otvarali prostor za različita ulaganja privatnog sektora, osobito onih na osnovi javno-privatnog partnerstva.

Polazeći od prethodno definiranih područja za koje je provedena SWOT analiza moguće je izdvojiti određen broj snaga/jakosti koje su od osobitog značenja za područje Grada Gospića. To se ponajviše odnosi na kvalitetu, koncentraciju i raznolikost cjelokupne resursne osnove i/ili atrakcija s izraženim potencijalom za razvoj velikog broja turističkih iskustava i doživljaja (koje je moguće „upakirati“ u različite turističke proizvode) tijekom cijele godine.

Valja naglasiti sve poznatije lokalne gastronomске delicije bazirane na proizvodima lokalne poljoprivrede, lički šarm i prepoznatljivi životni stil, visoki stupanj ekološke očuvanosti kao i činjenicu da sve interesne grupe i pojedinci bezrezervno, iskazuju podršku razvoju turističkog sektora.

Posebnost značaja porijekla i znanstvenog opusa Nikole Tesle izuzetna je prilika za afirmaciju turizma Grada Gospića. Ne samo kao prilika da se posjeti rodna kuća i memorijalni muzej Nikole Tesle u Smiljanu, snaga Tesline privlačnosti mogu biti njegove početne „znanstvene i životne staze“ na području Gospića ali i mogućnost posjete, boravka i organiziranja studenskih, znanstvenih i poslovnih skupova, međunarodnog karaktera, tematiziranih na liku i djelu ovog svjetski poznatog Ličanina.

Upravo na tim odrednicama valja temeljiti budući razvoj turizma na prostoru Grada Gospića u dolazećem dugoročnom razdoblju. Prilikom osmišljavanja turističkog razvijanja na prostoru Grada Gospića, svakako valja voditi računa i o ne malom broju strateških nedostataka.

U tom smislu posebno valja naglasiti potrebu unapređenja kapitalne infrastrukture (sustav kanalizacije, zbrinjavanje krupnog otpada) i razvoja potrebne turističke infrastrukture (struktura smještajnih kapaciteta, kvaliteta smještaja, izvansmještajna ponuda).

Osim toga, tržištu valja ponuditi nove, inovativno pakirane turističke proizvode, pri čemu kvalitetu usluživanja neće biti moguće podići na znatno višu razinu ukoliko se, kroz različite edukativne programe, dodatno ne poradi na kvaliteti ljudskog potencijala.

Konačno, sve će to biti teško provesti bez konkretnih ulaganja privatnog sektora koja bi morala biti usmjeravana, podržavana i nadopunjavana od strane javnog sektora na način koji vodi uspostavi cjelovitog turističkog lanca vrijednosti.

Na temelju navedenih činjenica kao i prema svakom od definiranih ključnih područja povezanih s budućim razvojem turizma na području Grada Gospića, provedena je analiza jakosti, slabosti, prilika i prijetnji (SWOT).

Posredstvom SWOT analize mogući je detaljniji uvid u elemente turističke ponude na kojima je u budućnosti potrebno dodatno poraditi po svakom od navedenih ključnih područja.

Sumiranje nalaza SWOT analize omogućilo je i objektivizirano sagledavanje dugoročnih strateških prednosti Grada Gospića na koje u budućnosti se potrebno posebno usmjeriti.

To se posebno odnosi na dugoročni razvitak turizma na području Grada Gospića. Nasuprot tome analiza je i ukazala na najizraženije strateške nedostatke koje valja pažljivo i sustavno uklanjati u cilju podizanja konkurentske sposobnosti i boljeg tržišno pozicioniranja Grada Gospića kao turističke destinacije.

#### *Prikaz 7. SWOT analiza*

SNAGE	SLABOSTI
Bogatstvo prirodnim resursima (ekološki sačuvano zemljište, šume, voda)	Dobna struktura stanovništva - veći udio osoba u dobnoj skupini 60 i više godina u usporedbi s mladima do 19 godina
Velika područja očuvanih krajobraza i biološke raznolikosti	Nedovoljna kvaliteta i raspoloživost radne snage (uključujući menadžerski kadar)
Nezagađeno zemljište pogodno za razvoj ekološke poljoprivrede, stočarstva i agroturizma	Nedostatak kadrova u novim turističkim zanimanjima (animacija, zabava, manifestacije, tematski parkovi)
Očuvana kulturno- povjesna baština i tradicija kao preduvjet razvoja turizma	Nedovoljno iskorištene prirodne i klimatske prednosti područja
Velik broj valoriziranih/zaštićenih kulturno-povjesnih znamenitosti	Nedostatno poznавanje i razvijena svijest o očuvanju i održivom korištenju biološke i krajobrazne
Muzej Like, Memorijalni centar „Nikola Tesla“,	

Spomen dom „dr. Ante Starčevića“, Katedrala	raznolikosti područja
Turističke atrakcije	Nedovoljno ulaganje u zaštitu okoliša
Postojanje prirodnih i društvenih resursa za razvoj različitih specifičnih oblika turizma: zdravstveni, kulturni, gastro, lovni, ribolovni, avanturistički, ciklo, ruralni i dr.	Nedovoljna svijest o očuvanja prostora kao najznačajnijeg turističkog resursa
Postojanje ponude selektivnih oblika turizma zasnovanih na prirodnim prednostima područja (PP Velebit, NP Paklenica, NP Plitvička jezera i Sjeverni Velebit)	Nedostatna valorizacija prirodne i kulturne baštine te pojedinih prostornih kapaciteta u svrhu obogaćenja postojeće turističke ponude
Povoljan geoprometni položaj - povezanost autocestom sa svim većim nacionalnim i međunarodnim koridorima i željeznicom.	Nedostatno valorizirana kulturno-povijesna i tradicijska baština
Dobra prometna povezanost (autocesta, zračna luka Zadar, Zagreb i Rijeka)	Gašenje tradicionalnih zanatskih djelatnosti koje su u funkciji turističke ponude
Geoprometni položaj i blizina većih turističkih područja u okruženju (NP Plitvička Jezera, Senj, Karlobag, PP Velebit, NP Sjeverni Velebit i NP Paklenica)	Nedovoljno iskorištena prednost geoprometnog položaja
Gostoljubivost i ljubaznost lokalnog stanovništva	Nedovoljna razina suradnje glavnih dionika razvoja turizma na razini destinacije
Pozitivan odnos stanovništva prema turizmu	Nedovoljan broj osposobljenih pojedinaca za upravljanje turističkim razvitkom
Lokalno stanovništvo – poznavatelji kulturno-povijesne i tradicijske baštine	Nerazvijena praksa umrežavanja i suradnje između različitih dionika
Udruge aktivne u području zaštite i spašavanja turista	Nedovoljno iskorišten potencijal povezivanja poljoprivrede i turizma
Razvijena svijest o ekonomskom potencijalu turističkog sektora	Nedovoljna povezanost ugostiteljstva s lokalnim proizvođačima zdrave hrane
Zadovoljavajuće znanje i razumijevanje procesa turističkog razvoja	Nedovoljna inicijativa privatnog sektora i/ili znanja koja bi dovela do nove dinamike turističkog razvoja na području Grada Gospića
Izraženi interes lokalne samouprave prema turizmu	Nedostatna turistička prepoznatljivost grada Gospića i funkcioniranje po principu tranzitnog turizma
Tradicija bavljenja poljoprivredom i stočarstvom kao preduvjetom razvoja agroturizma	Nedostatni smještajni kapaciteti
Visokokvalitetni (tradicionalni) proizvodi područja – lički krumpir, lička janjetina, med, rakija	Nedostatak malih obiteljskih hotela
Postojanje Veleučilišta i škola koji obrazuju nove kadrove i mogu pružiti potporu razvoju gospodarstva i turizma	Jednolična i nedovoljno inovativna smještajna i ugostiteljska ponuda
Razvijena mreža zdravstvene zaštite i Opća bolnica Gospic	Nedostatak autohtonih sadržaja i proizvoda i lokalne gastronomije u turističkoj ponudi
Gospic- administrativno, povijesno, političko i kulturno središte Ličko-senjske županije	Nedovoljno razvijen i neiskorišten potencijal izletničkog turizma (bogatstvo kulturnih i prirodnih atrakcija)
Velik broj (tradicionalnih) manifestacija	Nedostatak novostvorenih turističkih atrakcija (golf, akvapark, adrenalinski park)
Postojanje 390 km biciklističkih staza na području grada Gospića	Nedovoljan broj tematskih putova i staza
Sigurna destinacija	Nedovoljno korištenje novih tehnologija
Aktivna uloga turističke zajednice u procesu razvoja turizma	Nedostatak marketinške strategije turizma Grada Gospića
	Nedostatak dobre marketinške kampanje i brendiranja Grada Gospića
	Nedovoljni marketinški budžet

Redovita prisutnost na turističkim sajmovima Raspoloživost promotivnih materijala Kvaliteta Internet stranice TZ Grada Gospića	Nedovoljna orientacija na tržište specijalnih interesa (cikloturizam, ruralni turizam) Nedostatak općeg sustava upravljanja kvalitetom u turizmu
PRILIKE	PRIJETNJE
Rastući interes šire domaće i međunarodne javnosti o potrebi zaštite okoliša i očuvanja krajobraza te valorizacije, očuvanja i održivog korištenja kulturno-povijesne i tradicijske baštine Rastući interes emitivnih turističkih tržišta i potencijalnih korisnika za selektivne oblike turizma zasnovanog na prirodnim vrijednostima područja, kulturno-povijesnoj i tradicijskoj baštini Repozicioniranje, brendiranje i promoviranje Gospića uz korištenje lika i djela Nikole Tesle Iskorištavanje brenda NP Plitvička Jezera u cilju privlačenja gostiju na područje grada Gospića Sjedište Gospičko-senjske biskupije kao prilika za razvoj vjerskog turizma Pokretanje investicijskog ciklusa – otvaranje Gospića investitorima u turizmu Korištenje EU strukturnih fondova u rješavanju komunalne i turističke infrastrukture Dostupnost EU fondova usmjerenih na podizanje kvalitete ljudskog potencijala u Hrvatskoj Lako dostupni modeli i iskustva u organizaciji, planiranju i vođenju projekata turističkog razvijatka Umrežavanje poljoprivrednih proizvođača i prerađivača i prezentacija kroz vidove prodaje i/ili osmišljavanja „turističko - prehrambenog“ identiteta Grada Gospića Unaprjeđenje strukture smještajnih kapaciteta Bolje povezivanje turizma s drugim sektorima gospodarstva Ekološka proizvodnja (duga tradicija u poljoprivredi, stočarstvu) Specijalizacija Visokoškolskih i srednjoškolskih programa za potrebe u turizmu Izgradnja i/ili opremanje infrastrukture u svrhu uspostave poučnih staza, vidikovaca i manjih objekata za rekreaciju u javne svrhe (na primjer: uređenje staza, poučne table, panoi, nadstrešnice, drveni namještaj, multimedijalni vodiči, aplikacije i dr.) Blizina prepoznatljivih turističkih atrakcija Korištenje „priča“ u turističke svrhe Širenje turističkih tržišta	Depopulacija prostora uzrokvana negativnim prirodnim prirastom i iseljavanjem stanovništva Emigracija stanovništva uslijed većih mogućnosti i boljih prilika za rad i život mladih obrazovanih ljudi izvan Grada Nedostatak nacionalnog plana demografske obnove Devastacija prirodnih vrijednosti (narušavanje prirodnog krajolika, smanjenje staništa ugroženih i rijetkih biljnih i životinjskih vrsta) Zagađenje prirodnih resursa uslijed nekontroliranog ispuštanja otpadnih voda, širenja deponija te ispušnim plinovima vozila Sve veći pritisci na vodu kao resurs Nedostatna podrška mjerodavnih institucija za unaprjeđenje turizma Neusklađeni propisi na nacionalnoj razini Nedostatak finansijskih sredstava za ulaganja Visoki porezi, pristojbe i nestalna porezna politika Neriješeno pitanje ovlasti, odgovornosti, financija, rokova te mjerjenja rezultata i ishoda turizma Nedostatak kriterija po kojima se stvara i podržava turistička ponuda Nerazvijen željeznički promet u RH i bolje prometno povezivanje Gospića Koncentracija potencijalnih gostiju u okolnim turističkim središtima Novi trendovi u turizmu (boravak 3-5 dana, nema povratka u destinaciju) Nemogućnost dogovora o razvojnim prioritetima (parcijalni interes)

<p>Izgradnja (gradnja novih/rekonstrukcija postojećih) i/ili opremanje nerazvrstanih cesta u biciklističke i pješačke staze</p> <p>Ulaganja u izgradnju i/ili poboljšanje smještajnih kapaciteta</p> <p>Razvoj turizma na seoskim gospodarstvima</p> <p>Kreiranje i promocija tradicionalnih i autohtonih proizvoda</p> <p>Razvoj autohtone eno i gastronomске ponude i umrežavanje proizvođača i prerađivača</p> <p>Daljnji razvoj cikloturizma i pozicioniranje kao cikloturističko središte regije</p> <p>Tematski parkovi</p> <p>Razvoj selektivnih oblika turizma - avanturistički, adrenalinski, sportski, ruralni, lovni, ribolovni, zdravstveni</p> <p>Izgradnja i/ili uređenje kampova s velikim brojem dodatnih sadržaja</p> <p>Izgradnja i/ili opremanje tematskih putova i/ili cesta (pr. cesta sira, meda i sl.)</p> <p>Rastući interes za turizmom promatranja ptica</p> <p>Ulaganja u djelatnosti za izradu suvenira, tradicijske i umjetničke obrte (izrada „ličkih“ kapa, ličkih tamburica „dangubica“ i sl.)</p> <p>Gastronomski turizam (sir, janjetina, šljivovica, medovica.)</p> <p>Poboljšanje ponude izleta</p> <p>Manifestacijski turizam</p> <p>Producenje sezone posredstvom razvoja aktivnog turizma (cikloturizam), zdravstvenog turizma, turizam trećeg doba</p> <p>Sportski turizam (utrke, biciklističke staze)</p> <p>Avanturistički turizam (biciklizam, penjanje i dr.)</p> <p>Omladinski turizam – razvoj školskih kampova</p> <p>Razvoj sustava informiranja turista</p> <p>Korištenje novih tehnologija</p>	<p>Nedovoljna kontrola nad razvojem destinacije</p>
---	---

## 6. KONCEPCIJA RAZVOJA TURIZMA GRADA GOSPIĆA

### 6.1. Strateška vizija, misija i ciljevi razvoja

#### 6.1.1. Opće naznake i osnovni razvojni principi

Vizija turističkog razvoja Grada Gospića predstavlja kratku izjavu o tome kako pojedina zajednica, definirana određenim prostorom, treba izgledati u budućnosti. Vizijom razvoja nastoji se stvoriti sliku poželjne budućnosti kojoj teže različite interesne grupe i pojedinci uključeni, posredno ili neposredno u razvoj turizma. Vizija je cjeloviti koncept onoga što ta zajednica uistinu želi postići u okvirima budućeg turističkog razvoja.

Dobro osmišljena vizija stvara tenziju između postojećeg stanja i poželjnog stanja u budućnosti na način da je izazovna, ali ostvariva.

Vizija turističkog razvijenja Grada Gospića mora odgovoriti na tri osnovna pitanja:

1. **ŠTO** - Kakav turizam želimo razvijati? Što su naša temeljna uvjerenja? Kakve vrijednosti želimo komunicirati turističkim razvojem?
2. **GDJE** – Na koja ćemo se geografska tržišta usredotočiti? Koje ćemo tržišne segmente ciljati?
3. **KAKO** – Kako ćemo se razlikovati od drugih konkurenčkih destinacija? Koje ćemo kompetencije posebno isticati? Kako ćemo udovoljavati potrebama naših gostiju?

Misija turističkog razvoja Grada Gospića predstavlja temelj operacionalizacije razvoja turizma. Misija određuje način na koji će se ova destinacija razvijati, odnosno kako će se njome upravljati. Praksa je da misija treba biti relativno općenita i ne uključuje mjerljive ciljeve koji mogu biti podložni promjenama.

Misija budućeg turističkog razvoja na području Grada Gospića, trebala bi sadržavati jasne i nedvosmislene odgovore na najmanje slijedeće četiri grupe pitanja:

- **Svrhu i razlog djelovanja:** Zašto želimo razviti turizam?
- **Ključne vrijednosti:** Koje vrijednosti želimo da naše područje prikazuje? U što vjerujemo?
- **Strateške odrednice tržišnog pozicioniranja:** Kakva bi trebala biti naša pozicija na globalnom tržištu i prema izravnim konkurentima? Koje su naše konkurentne prednosti? Gdje ćemo biti u budućnosti ako postignemo naše ciljeve?
- **Standardi ponašanja koji će poduprijeti odgovarajuće kompetencije i sustav vrijednosti:** kako radimo? Koje su naše sposobnosti? Kako se ponašamo? Kako uslužujemo naše goste?

#### 6.1.2. Metodološki pristup u ostvarivanju vizije

Osmišljavanje i kasnije operativno provođenje aktivnosti u funkciji ostvarivanja razvojne vizije međusobno povezuje dionike turističkog sektora, mobilizira ih i usmjerava njihove pojedinačne aktivnosti prema ispunjavanju zacrtane zajedničke „sudbine“.

Nakon usvajanja vizije, postavlja se obveza za uključivanje, prihvatanje i koordinirano djelovanje različitih relevantnih javnih i privatnih interesnih grupa i pojedinaca, a posebice predstavnika lokalne samouprave, turističke zajednice, privatnog sektora i različitih interesnih udruga i/ili istaknutih pojedinaca.

Prema ovakvom metodološkom pristupu postiže se zajednički stav oko svih bitnih odrednica budućeg turističkog razvijenja, odnosno osmišljavanja takve razvojne vizije i misije u koje cijela lokalna zajednica (različite interesne grupe i pojedinci) doista vjeruju, odnosno s kojima se mogu u potpunosti identificirati.

### 6.1.3. Temeljne odrednice za razvoj turizma

Prema utjecaju pojedinih razvojnih scenarija na turističku budućnost Grada Gospića, a koje su nastale na temelju radionica i razgovora s glavnim dionicima, došlo se je do spoznaje o nekoliko bitnih komponenti koje valja ugraditi u razvojnu viziju i misiju, a koje će predstavljati dugoročne smjernice za upravljanje budućim turističkim razvitkom na prostoru Grada Gospića To su:

#### A) Zaštita okoliša

Čist i nezagaden prostor predstavlja ključne strateške prednosti Grada Gospića te ga valja dugoročno štititi ne samo za dobrobit turističkog razvoja, već i ukupne kvalitete života cjelokupnog pučanstva. Razvojne aktivnosti trebaju biti usmjerene na prostornoj harmonizaciji urbaniziranog dijela Grada Gospića. Pema tome, u projiciranju budućeg razvoja valja se voditi načelom održivosti.

#### B) Iстicanje komparativnih prednosti ovog prostora

U skladu s principima zaštite okoliša, cjelokupni prostor Grada Gospića, kvaliteta i različitost prirodne i kulturne resursne osnove i/ili atrakcija nude mogućnost uspostavljanja većeg broja različitih, međusobno komplementarnih turističkih doživljaja i/ili iskustava. U tom smislu, dakle turizam valja razvijati kao aktivnost koja će se odvijati većim dijelom godine, nudeći jedinstvene, autentične i izvorne doživljaje za razne tržišne segmente.

#### C) Zauzimanje za turistički razvoj prilagođen tržišnim trendovima

Vizija razvoja turizma na području Grada Gospića mora biti u funkciji ponajviše povećanja kvalitete života lokalnog stanovništva. To se ne odnosi samo na povećanje današnje razine primanja već zaposlenih i otvaranje novih radnih mjesta, već i povećanje raznolikosti društvenog i kulturnog života. Da bi se to osiguralo, bit će potrebno razvijati/ poticati turističku industriju koja je sposobna prilagođavati se globalni tržišnim trendovima, stvarajući doživljaje, proizvode i usluge koji će zadovoljiti očekivanja ne samo izabranih/ciljanih tržišnih segmenata, već (jednim dijelom) i lokalne populacije.

#### D) Zauzimanje za stvaranje društvene klime koji podržava razvoj turizma

Postojeća razina razvoja turizma nalaže stvaranje ključnih pretpostavki za razvijanje novih oblika turizma na području Grada Gospića. Prepoznata je potreba za uspostavom novog sustava vrijednosti bez kojeg neće biti moguće bitnije promjeniti dosadašnje razvojne trendove i usmjeriti budući turistički razvoj prema novim modelima. U tom smislu, posebno su prepoznate slijedeće vrijednosti koje valja promicati kao temelj za uspješnu realizaciju razvojne vizije:

- **inovativnost u razvoju i tržišnoj komercijalizaciji proizvoda** - kao preduvjet produljenja sezone i privlačenje većeg broja različitih tržišnih segmenata;
- **cjeloživotno obrazovanje** – kako bi se osiguralo da se proizvodi i usluge kontinuirano usavršavaju i prilagođavaju zahtjevima sve probirljivije turističke potražnje;
- **timski rad i partnerstvo** - kao preduvjet za dobar destinacijski menadžment i pružanje obećanih jedinstvenih doživljaja
- **uzajamno povjerenje** – kao preduvjet za uspostavljanje cjelovitog turističkog lanca vrijednosti.

## 6.2. Vizija i misija turističkog razvjeta Grada Gospića

Na temelju definiranih razvojnih smjernica, vizija turističkog razvjeta Grada Gospića mora uzeti u obzir činjenicu da budući koncept turističkog razvjeta, osim na tradicionalnom ljetnom konceptu razvoja i proizvoda valja bazirati i na sve većem broju raznovrsnih aktivnosti i/ili doživljaja primjerenih tijekom cijele godine, a namijenjenih različitim ciljnim skupinama i tržišnim nišama.

Iako turistički proizvodi i/ili iskustva osobito u glavnoj ljetnoj sezoni, moraju biti i dalje dobrim dijelom temeljeni ponajviše na bogatoj prirodnoj resursnoj osnovi kojima Grad Gospic obiluje, u izvansezonskim mjesecima sve veći naglasak valja postupno stavljati i na:

- proizvode bazirane na zdravlju, psihofizičkoj rekuperaciji i održavanju vitalnosti. A za što valja osigurati kako „hardware“ (dobro opremljeni wellness fitness sadržaji, šetnice, biciklističke staze) tako i „software“ (ponuditelji usluga, sposobljena „radna snaga“).
- proizvode temeljene na tržišnoj komercijalizaciji ponajviše tzv. nematerijalne kulturne baštine, naglašavajući posebice životni stil Like (pučke svetkovine, festivali,), fenomenu Nikola Tesla, kulturu života (organizacija cijelog niza edukativnih radionica od prerade šljiva, jabuka, mliječnih proizvoda, spravljanje tradicionalnih jela, izrada tradicijskih predmeta, medarstvo, sakupljanje ljekovitog bilja.

S obzirom na činjenicu da turizam počiva na ljudima i komunikaciji između davalaca i korisnika usluga, tradicionalna gostoljubivost i otvorenost lokalnog stanovništva također predstavlja izuzetan bitan čimbenik dugoročno održivog turističkog razvoja nekog područja na koji se treba fokusirati u namjeri da se ostvare istinska i teško ponovljiva turistička iskustva.

### **6.2.1. Vizija turističkog razvijanja Grada Gospića**

Gospic je relativno mala turistička destinacija koja svoj turizma ima zahvaliti sretnom spoju prirodnih ljepota, osebujna kulture i raritetnih prirodnih resursa.

Iako je dosadašnji razvitak turizma Grada Gospića bio više vođen snagom prirodnih i kulturnih resursa, a manje snagom inovacija, unatoč brojnim propustima ipak su sačuvani ključni resursi i vrijednosti.

Uz malo razbora, to može osigurati stratešku konkurentsку prednost, a time i mogućnost za dugoročno koherentan i održivi rast turizma Grada Gospića.

Tehnološke promjene i globalizacija mijenjaju opću ekonomsku strukturu, a time i turističke potrebe sutrašnjice. Današnji položaj turizma Grada Gospića još uvijek je određen naslijedenim proizvodom i nekim recentnim pogreškama u korištenju prostora.

Stoga se potencira odgovornost poduzetnika javnog sektora i svih kreativnih snaga Gospića koji više nego ikada moraju biti posvećeni stvaranju novih vizija, inovacija i vrijednosti radeći zajedno.

Gospic prihvata turizam kao priliku na dugi rok kapitalizira svoje jedinstvene vrijednosti koje su globalno prepoznate. Opća je javnost toga sve više svjesna, pa je zajednička dužnost zagovarati i ostvariti takav turizam koji će iznad svega dugoročno služiti lokalnom stanovništvu.

Nova vizija turizma Grada Gospića treba snažno upućivati na činjenicu da i prirodni i kulturni resursi trebaju dugoročno biti sačuvani i zaštićeni od degradiranja tj. da se koriste na održivi način, naglašavajući potrebu da se osigura ne samo ekološka nego i ljudska, društvena i ekomska održivost.

Viziju postavljamo za razdoblje sljedećih 10 godina, a u njezinu ostvarenju očekujemo ne samo suradnju nego i punu posvećenost svih ključnih subjekata privatnog i javnog sektora turizma grada Vodice. Svi navedeni elementi koji su sažeto izraženi **u zajednički formuliranoj viziji za razvoj turizma Grada Gospića, koja glasi:**

***U 2027. godini Gospic bit će turistička destinacija koja posluje u većem dijelu godine i na taj način osigurava dugoročnu profitabilnost i održivost turizma u interesu svih uključenih subjekata.***

***Gospic kao turistička destinacija treba postati prihvatljiva turističkom tržištu nudeći: iskreno domaćinsko gostoprимstvo, jedinstvena i neponovljiva iskustva boravka na ekološki očuvanom prostoru, osmišljenu valorizaciju resursne osnove, inovativni marketing, uspješnu suradnju javnog i privatnog sektora, dobro osmišljen sustav destinacijskog upravljanja uz odražavajući životni stil i svjetonazor koji je prisutan na području Like.***

Ostvarenje definirane vizije nije moguće bez dogovora aktera o ključnim polugama djelovanja na razvoj turizma kao i dogovor aktera o ključnim ciljevima i vodećim razvojnim strategijama.

### **6.3. Misija turističkog razvitka turizma Grada Gospića**

Misija izražava temeljne vrijednosti i smjernice ponašanja koje će dovesti do ostvarenja zacrtane razvojne vizije. Jedna od temeljnih odrednica vizije razvitka turizma Grada Gospića je kontinuirano povećanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Međutim, iskazana vizija, u uvjetima sve bržih promjena u globalnom okruženju, se neće moći ostvariti primjenjujući dosadašnju poslovno-razvojnu filozofiju. U tom smislu bit će potrebno uvoditi nove (inovativne) standarde poslovnog ponašanja koji će podržavati razne oblike javno-privatnog i privatno-privatnog i javno-javnog partnerstva, odnosno koji će stvoriti društveno-političku klimu pogodnu za poticanje razvojnih inicijativa.

Prema tome, nova misija turističkog razvitka Grada Gospića treba se fokusirati ponajviše na promoviranje inovativnosti i cjeloživotnog obrazovanja bez kojih neće biti moguće stvoriti konkurentan destinacijski proizvod, niti tržištu ponuditi sadržaje koji će biti interesantni.

U namjeri da turistički razvoj ne ugrozi način života koji bi stanovnici Grada Gospića htjeli održati, lokalno će stanovništvo i svi dionici turističkog razvitka, u cilju učinkovitog destinacijskog menadžmenta biti upućeni na izgradnju međusobnih odnosa na principima uzajamnog poštovanja i suradnje.

Na temelju prethodne odrednice definirana je sljedeća **misija turističkog razvitka Grada Gospića:**

***Gostoljubivošću, susretljivošću, vrhunskom uslugom, brzim prilagođavanjem tržišnim trendovima i razumijevanjem potreba naših gostiju povećava se stupanj njihovog zadovoljstva čime se potiče ponovni dolazak gostiju uz stalno povećanje konkurentnosti Gospića na turističkom tržištu.***

***Inovativnost, visok stupanj zaštite prostora, cjelokupne resursne osnove i pravodobno predviđanje potreba potencijalnih gostiju, kao i poticanje novih poduzetničkih poduhvata na principu održivog razvitka turizma omogućava stvaranje zaokruženog sustava vrijednosti kojim ćemo osigurati prosperitet svim stanovnicima Grada Gospića.***

Definirana vizija i misija je realnost koju je moguće ostvariti posredstvom strateških ciljeva razvoja turizma Grada Gospića.

## 6.4. Strateški razvojni ciljevi

Definiranje strateških razvojnih ciljeva neposredno je povezano s potrebom detaljiziranja vizije na konkretnе operativne ciljeve koje je rezultate moguće mjeriti, nadzirati i/ili poticati.

Ostvarenju strateških ciljeva trebaju težiti svi dionici razvojnog procesa kako bi se ostvarila zacrtana vizija turističkog razvijanja Grada Gospića.

Strateški razvojni ciljevi moraju se pridržavati osnovnih razvojnih smjernica i trebaju:

- usko korespondirati sa zacrtanom razvojnom vizijom
- biti jasni i nedvosmisleni
- imati pobliže specificirane učinke/rezultate koji se žele postići.

Polazeći od analize postojećeg stanja i rezultata SWOT analize, kao i evidentiranih strateških prednosti i nedostataka dostignutog stupnja razvijanja turizma na području Grada Gospića uz uvažavanje globalnih trendova u turističkoj potražnji i odrednice razvojne vizije, prepoznata su tri strateška cilja budućeg razvoja turizma Grada Gospića.

**Cilj 1. Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma**

**Cilj 2. Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu**

**Cilj 3. Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša**

Svaki strateški cilj budućeg razvoja turizma Grada Gospića pojedinačno se operacionalizira kroz mјere i aktivnosti te subjekte koji su zaduženi za njihovu provedbu.

**Cilj 1. Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma**

Relativno malen broj stanovnika Grada Gospića danas ima dovoljno spoznaje o svim dobrim i potencijalno lošim učincima turističkog razvoja. Isto tako stanovništvo Gospića nema isti stav ni prema potrebi, niti prema dinamici i/ili načinu budućeg turističkog razvijanja. U tom smislu većina lokalnog stanovništva ne zna ni koja će biti njihova uloga u budućem turističkom razvoju, niti da li se u taj proces treba aktivno uključiti. S druge strane niska razina svijesti i/ili saznanja povezana s bitnim odrednicama budućeg turističkog razvijanja najčešće rezultira nepovjerenjem, a ponekad i svojevrsnim bojkotom. U tom kontekstu, lokalno stanovništvo najčešće nije u stanju uspostaviti iskren i domaćinski odnos s turistima, uslijed čega je cjelokupna razina turističkog doživljaja bitno manja nego što bi mogla biti.

Posebnost razvoja turizma odnosi se na primjenu i kontinuiranu brigu lokalnog stanovništva i svih sudionika razvoja za zaštitu okoliša i kulturnih dobara na cijelom području Grada Gospića.



## Prioritet 1.1. Kontinuirana edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma

Nužna je provedba aktivne i kontinuirane edukacije lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma kao i što lokalno stanovništvo valja poduzimati da bi se minimizirali njegovi negativni učinci. Posebno je potrebno definirati ulogu lokalnog stanovništva u razvojnom procesu turizma na području Grada Gospića.

Bitna aktivnost u ostvarivanju ciljeva razvoja je upoznavanje lokalnog stanovništva s vrijednostima i razvojnim potencijalima postojeće resursne osnove Grada Gospića kao i o važnosti dodatne (usmene) promidžbe ovog područja u svakodnevnom kontaktu s gostima.

Za ostvarivanje prvog cilja i njegovog prvog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 1.1.1.** Provedba aktivne i kontinuirane edukacije lokalnog stanovništva

**Mjera 1.1.2.** Razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja sukladno potrebama turističkog tržišta

**Mjera 1.1.3.** Definiranje kulturne politike s posebnim naglaskom na lokalni stil života

**Mjera 1.1.4.** Umrežavanje dionika turističkog sustava

## Prioritet 1.2. Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja

Potrebno je stvaranje preduvjeta za ubrzano osposobljavanje malih i srednjih privatnih poduzetnika zainteresiranih za investiranje u turistički sektor. Istovremeno poduzetnike je potrebno upoznati o svim mogućim poslovnim rizicima i što činiti kako bi se poslovna neizvjesnost svela na najmanju moguću mjeru.

Nužno je povećanje menadžerskog znanja i vještina kako na razini pojedinačnih poduzetničkih poduhvata tako i na razini upravljanja Gradom Gospićem kao turističkom destinacijom. S obzirom na potrebe suvremenih turista, potrebno je stalno povećanje kvalitativne razine usluživanja i razine osposobljenosti turističkih djelatnika radi osiguranja trajno kvalitetne usluge. Turistički razvitak zahtjeva i definiranje jedinstvene turistički orientirane kulturne politike Grada Gospića s posebnim naglaskom na tradicionalne vrednote, navike i lokalni stil života.

Za ostvarivanje prvog cilja i njegovog drugog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 1.2.1.** Stvaranje preduvjeta za učinkovitiju realizaciju poduzetničkih projekata

**Mjera 1.2.2.** Unapređenje sustava upravljanja – menadžmenta- privatnog sektora

**Mjera 1.2.3.** Jačanje kapaciteta za upravljanje razvojem turističke destinacije na razini Grada Gospića

**Mjera 1.2.4.** Provodenje promocije o važnosti turizma i potrebi interkulturnalnog komuniciranja

## Cilj 2. Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu

Razvoj prijevoza i smanjenje njegove cijene, razvoj niza komplementarnih smještajnih objekata jedna je od polaznih osnova jačanja konkurentnosti u turizmu. Produljenje godišnjeg odmora i slobodnog

vremena te percepcija o važnosti turističkog kretanja dovela je do povećanja potražnje za turističkim uslugama. Istovremeno, prepoznavanje turizma kao pokretača gospodarstva koji svojim mnogobrojnim funkcijama ostvaruje multiplikativni efekt u cjelokupnoj destinaciji, dovelo je do povećanja turističke ponude u mnogim destinacijama. Zbog izrazite kompetitivnosti na turističkome tržištu, nužnost je stvoriti destinaciju koja ima konkurentske prednosti u svojoj ponudi. Kako bi se to uspjelo, potrebno je ojačati turističku ponudu koja se sastoji od poduzetničkih pothvata čija kreativnost i



inovativnost daje konkurentske prednosti destinaciji. Ovaj cilj stoga treba stvoriti institucionalni okvir, poduzetničku i investicijsku klimu, obrazovne potencijale i sustave za poticanje inovativnosti koji će ojačati poduzetnički sektor u Gradu Gospiću, a koji prema sadašnjim analizama nije dosegnuo svoj maksimum i bilježi stagnaciju. To je jedino moguće prevladati isključivo snažnim zamahom poduzetništva.

### **Prioritet 2.1. Unapređenje sustava potpore poduzetnicima**

Poduzetnička aktivnost donosi svježinu svakoj gospodarskoj aktivnosti. Ne postoji razvijeno gospodarstvo koje se ne temelji na poduzetništvu. Razvoj poduzetničkoga okruženja neophodan je za podizanje konkurentnosti turističkoga sektora. Turistička aktivnost u Gradu Gospiću ne počiva na sustavnom i smislenom poduzetničkom razvoju, te istovremeno nema dovoljno renomiranih međunarodnih dionika u hotelskoj i turističkoj industriji, a i domaća poduzetnička aktivnost nije dostatno izražena. Jedan od razloga ovakvome stanju je nedovoljno ulaganje u ljudе, osobito u njihove poduzetničke kompetencije. Istovremeno vlada nesigurnost na turističkom tržištu koja je uzrokovana neriješenim imovinskopravnim odnosima, nedostatnim poticanjem ulaganja i sl. Razvojem sustava za potporu poduzetnicima, novim edukacijskim programima te uvođenjem poticajnih mjeri i finansijskih instrumenata za razvoj turizma potaknut će se gospodarska aktivnost i povećati konkurentnost turizma.

Za ostvarivanje drugog cilja i njegovog prvog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 2.1.1.** Unapređenje poduzetničke infrastrukture

**Mjera 2.1.2.** Razvoj i implementacija mjera za privlačenje investitora u turizmu

**Mjera 2.1.3.** Unapređenje finansijskih instrumenata za razvoj turizma

**Mjera 2.1.4.** Stvaranje kvalitetne mreže poduzetnika u turizmu

### **Prioritet 2.2. Potpora poduzetnicima za unapređenje kvalitete turističke ponude**

Obogaćivanje turističke ponude destinacije postiže se povećanjem poduzetničke aktivnosti. Istraživanja turističkog okruženja Gospića pokazalo je kako građani Grada Gospića smatraju da su upravo poduzetnici uz Turističku zajednicu Grada Gospića najzaslužniji za razvoj Gospića kao turističke destinacije. Neosporna je činjenica kako upravo mala i srednje velika poduzeća (SME) igraju jako bitnu ulogu u turizmu jer čine temelj turističke ponude svake destinacije (restorani, smještajni kapaciteti, male trgovine). O njima ovisi konkurentnost pojedine turističke destinacije. Također treba istaknuti poduzetničku aktivnost velikih poduzeća u turizmu, budući da upravo oni velikim dijelom utječu na smjer u kojemu će se turistička ponuda razvijati, oblikujući tako tržišni segment turističke potražnje pojedine destinacije. Stoga je potrebno pružiti potporu poduzetnicima kako bi svojim djelovanjem unaprijedili kvalitetu turističke ponude u destinaciji. I to kroz pretvorbu privatnog smještaja u smještajne kapaciteti više kvalitete u obliku obiteljskih hotela, a posebice kroz različite sustave potpore za cijelogodišnje poslovanje u turizmu.

Za ostvarivanje drugog cilja i njegovog drugog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 2.2.1.** Podizanje razine kvalitete turističke ponude

**Mjera 2.2.2.** Poticanje pretvorbe privatnog smještaja u obiteljske hotele

**Mjera 2.2.3.** Razvoj suvremenog kampinga

### Prioritet 2.3. Uvođenje znanja, novih tehnologija i inovacija u turizmu

Globalni turistički trendovi ukazuju na važnost primjene, ali i samostalnog razvoja novih tehnologija i inovativnih rješenja u turizmu. Razvojem tehnologische i razvojno – istraživačke infrastrukture i usluga, povezivanjem obrazovnih i znanstveno- istraživačkih institucija s gospodarstvom, poticanjem primjene znanja, razvoja novih tehnologija i inovacija u turizmu se stvaraju preduvjeti održivoga razvoja sektora.

Potrebno je osvijestiti važnost izazova globalne konkurenije koja tjeran na inovacije proizvoda i upravljačkih procesa. Inovativni turistički proizvod i distribucijski kanali obogatit će ukupnu turističku i ugostiteljsku ponudu te podići konkurentnost gospodarskih subjekata.

Za ostvarivanje drugog cilja i njegovog trećeg prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 2.3.1.** Poticanje novih znanja i razvoj tehnologische i razvojno-istraživačke infrastrukture i usluga u turizmu

**Mjera 2.3.2.** Jačanje poduzetničkih kompetencija kroz cjeloživotno obrazovanje

### Cilj 3. Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša

Glavna poruka razvojne vizije odnosi se na pružanje jedinstvenih turističkih doživljaja na osnovi prirodnih datosti i raznovrsnosti turističke resursne osnove kojima će se Grad Gospic uspješno diversificirati u odnosu na ponudu potencijalno konkurentskih destinacija.

Međutim, Grad Gospic, uz izuzetak prirodnih atrakcija, najveći broj resursa još uvijek nije „stavio u funkciju“ aktivnog privlačenja turista.

Zbog toga potrebno je kreirati sve veći broj novih, inovativnih turističkih doživljaja, proizvoda / atrakcija i iskustava proizašlih ponajviše na uspješnoj valorizaciji i tržišnoj komercijalizaciji još uvijek nedovoljno aktivirane resursne osnove.

Nužno je pristupiti unapređenju raznolikosti i raznovrsnosti ponude u objektima za smještaj, a posebno u objektima za pripremu hrane i pića. Ovi objekti morali bi se međusobno diversificirati ponudom, izgledom, ambijentom, kvalitetom usluživanja i cjenovno. Svi objekti trebali bi odražavati autohtone značajke prostora, kao i posebnost ličke kulinarske tradicije i životnog stila.

Infrastruktura predstavlja polazišne mogućnosti razvoja, stoga je prije svega potrebno razvijati kvalitetnu i funkcionalnu infrastrukturu neophodnu za kvalitetan život u Gradu Gospicu, a koja će služiti kao snažan oslonac razvoju turističke infrastrukture, poboljšanju usluga i većoj zaštiti okoliša.



### Prioritet 3.1. Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija

Diversifikacija turističkih proizvoda/atrakcija preduvjet je za proširenje turističke ponude i stvaranje preduvjeta za produženje turističke sezone. Raznovrsnost turističkih proizvoda i atrakcija stvara pretpostavke za zadovoljavanje brojnih potreba turista koji provode svoj odmor na području Grada Gospića.

Za ostvarivanje trećeg cilja i njegovog prvog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 3.1.1.** Razvoj sustava evidentiranja turističkih proizvoda i atrakcija

**Mjera 3.1.2.** Valorizacija turističkih proizvoda i atrakcija

### Prioritet 3.2. Unapređenje turističke suprastrukture



Smještajni kapaciteti temelj su turističke ponude određene turističke destinacije. Na području Grada Gospića smještajni kapaciteti ne zadovoljavaju potrebama suvremenih turista. Hotelski kapaciteti zahtijevaju povećanje broja smještajnih jedinica i izgradnja novih hotelskih kapaciteta ali i poboljšanje kvalitete svojih kapaciteta i pratećih sadržaja. Posebne mјere potrebno je poduzeti na unapređenju i reorganizaciji obiteljskog smještaja. Radikalniji su zahvati potrebni i na povećanju raznovrsnosti i unapređenju kvalitete kapaciteta restoraterstva Grada Gospića.

Za ostvarivanje trećeg cilja i njegovog drugog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 3.2.1.** Razvoj hotelijerstva

**Mjera 3.2.2.** Unapređenje rada obiteljskog smještaja

**Mjera 3.2.3.** Unapređenje rada restoraterstva

### Prioritet 3.3. Unapređenje turističke infrastrukture

Unaprjeđenje i razvoj osnovne infrastrukture predstavlja pretpostavku kvalitete života stanovništva i razvoja gospodarskog sustava na području Grada Gospića. U tom se kontekstu teži poboljšanju i razvoju komunalne, javne i prometne infrastrukture, te sustava obrazovanja, zdravstva i socijalne skrbi, koji se posredno nalaze u funkciji turizma.

S toga aspekta moguć je i potreban razvoj turističke infrastrukture, jer se time podiže kvaliteta turističkog sektora Grada Gospića te omogućuje raznovrsnost i poboljšanje kvalitete usluga. Navedeno je moguće ostvariti ulaganjem u kvalitetu svih turističkih kapaciteta, osobito ključnih za destinaciju i turističku ponudu, uz istodobno poboljšanje međusobne suradnje i komunikacije između dionika turističke ponude.

Za ostvarivanje trećeg cilja i njegovog trećeg prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:



**Mjera 3.3.1.** Upravljanje i podizanje razine kvalitete turističkih sadržaja

**Mjera 3.3.2.** Poboljšanje kolnog i pješačkog prometa, te prometa u mirovanju

**Mjera 3.3.3.** Razvoj i unaprjeđenje ostale javne i privatne turističke infrastrukture

**Mjera 3.3.4.** Poboljšanje učinkovitosti i umrežavanje rada komunalnih i javnih službi

#### **Prioritet 3.4. Unapređenje zaštite okoliša i povećanje energetske učinkovitosti**

Mjere zaštite okoliša su usmjereni na održavanje ekološke, socio-kultурне i ekonomske nosivosti. Potrebno je osigurati zaštitu od dodatnog devastiranja, odnosno upravljati prostorom i resursima u skladu sa zakonima održivosti.

Ovaj proces zahtjeva implementaciju preventivnih i sankcijskih mjer zaštite okoliša, racionalno korištenje resursa s tendencijom korištenja obnovljivih izvora energije, pametno raspolažanje otpadom te provođenje aktivnosti usmjerenih održavanju kvalitetnog okoliša, temeljenog na ekološkoj proizvodnji i sačuvanim nenarušenim procesima u prirodi.



Za ostvarivanje trećeg cilja i njegovog četvrtog prioriteta potrebno je poduzeti slijedeće mjere:

**Mjera 3.4.1.** Nosivosti kapaciteta i kvalitete okoliša

**Mjera 3.4.2.** Unaprjeđenje svijesti dionika turističke ponude i lokalnog stanovništva o potrebi zaštite okoliša

**Mjera 3.4.3.** Stvaranje sustava nagrađivanja za uređenje destinacije

**Mjera 3.4.4.** Poticanje korištenja obnovljivih izvora energije i povećanje energetske učinkovitosti u turizmu

**Mjera 3.4.5.** Razvoj ekološkog poslovanja u svim oblicima

## 6.5. Razrada mjera

Navedeni ciljevi, prioriteti i mjere, u narednom dijelu Strategije, detaljno se sistematiziraju i obrazlažu prema namjeni svake mjerne. S aktivnostima za njihovu realizaciju definiraju se nositelji ciljeva i mjera kao i njihova svrshodnost (korisnici). Posebno se naznačavaju indikatori koji dokazuju svrshodnost postavljenih ciljeva, prioriteta i mjera u smislu konačne učinkovitosti predložene strategije.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.1.</b>	<b>Kontinuirana edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma</b>
<b>Mjera 1.1.1.</b>	<b>Provedba aktivne i kontinuirane edukacije lokalnog stanovništva</b>
<b>Cilj mjere</b>	Tijekom godine, posredstvom predavanja, radionica i seminara želi se lokalno stanovništvo upoznati s novim trendovima u turizmu. Proces obrazovanja treba kod lokalnog stanovništva poticati razmišljanja o značenju turizma za Grad Gospic ali i obvezama i aktivnostima lokalnog stanovništva da Gospic postane poželjna destinacija odmora u pred i posezoni. Učenje stranih jezika i kulture turista iz najznačajnijih emitivnih tržišta.
<b>Aktivnosti</b>	Analiza dosadašnjeg procesa edukacije lokalnog stanovništva o turizmu. Organiziranje subjekta koji će provoditi proces obrazovanja lokalnog stanovništva posredstvom predavanja, seminara i radionica u cilju razvoja turizma.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic, TZ Grada Gospica, obrazovne institucije, organizacije za savjetovanje u turizmu.
<b>Korisnici</b>	Lokano stanovništvo, gospodarski subjekti, Hrvatski zavod za zapošljavanje, (HZZ).
<b>Indikatori</b>	Broj polaznika, broj programa obrazovanja, broj održanih predavanja, seminara i radionica.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.1.</b>	<b>Kontinuirana edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma</b>
<b>Mjera 1.1.2.</b>	<b>Razvoj sustava cjeloživotnog obrazovanja sukladno potrebama turističkog tržišta</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi razviti novi i unaprijediti postojeći sustav cjeloživotnog obrazovanja sukladno potrebama turističkog tržišta.
<b>Aktivnosti</b>	Revizija postojećeg sustava cjeloživotnog obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu; razvijanje i unaprjeđenje sustava cjeloživotnog obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu; i druge slične aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic, TZ Grada Gospica, obrazovne institucije, strukovna udruženja, HZZ, organizacije za savjetovanje u turizmu.
<b>Korisnici</b>	Lokano stanovništvo, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, HZZ
<b>Indikatori</b>	Broj polaznika, broj programa cjeloživotnog obrazovanja, broj održanih predavanja, seminara i radionica.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.1.</b>	<b>Kontinuirana edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma</b>
<b>Mjera 1.1.3.</b>	<b>Definiranje kulturne politike s posebnim naglaskom na lokalni stil života</b>
<b>Cilj mjere</b>	Upoznati lokalno stanovništvo s resursima kulturnog turizma Grada Gospića. Poseban naglasak stavlja se na mjeru povećanja gostoljubivosti lokalnog stanovništva i poboljšanje komunikacije s turistima. Upoznati lokalno stanovništvo sa značenjem nematerijalne baštine u turističkoj ponudi Grada Gospića, a što se posebno odnosi na običaje, folklor, gastronomiju.
<b>Aktivnosti</b>	Izrada kataloga materijalne i nematerijalne kulturne baštine Grada Gospića. Organiziranje radionica i predavanja o uspostavljanju komunikacijskih vještina lokalnog stanovništva i turista.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic, TZ Grada Gospića, Centar za kulturu, obrazovne institucije, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, HZZ, organizacije za savjetovanje u turizmu.
<b>Korisnici</b>	Lokano stanovništvo, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, HZZ.
<b>Indikatori</b>	Broj polaznika, broj programa i edicija na temu kulturnog turizma, broj održanih predavanja, seminara i radionica.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.1.</b>	<b>Kontinuirana edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma</b>
<b>Mjera 1.1.4.</b>	<b>Umrežavanje dionika turističkog sustava</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi unaprijediti umreženost, suradnja i komunikacija između dionika turističke ponude Grada Gospića u svrhu unaprjeđenja upravljanja cjelokupnom destinacijom.
<b>Aktivnosti</b>	Uspostavljanje metodologije i sustava za koordiniranje organizacijom najvažnijih manifestacija; definiranje metodologije i sustava za koordinaciju pri informiranju i promociji destinacije; organizacija redovnih sastanaka ključnih dionika turističkog razvoja Grada Gospića s ciljem definiranja prioritetnih projekata i drugih sličnih aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic, TZ Grada Gospića, gospodarski subjekti, strukovna udruženja,
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic, TZ Grada Gospića, potporne institucije; obrazovne institucije; gospodarski subjekti; strukovne udruge; stanovništvo; turisti
<b>Indikatori</b>	Definiran godišnji kalendar ključnih turističkih događanja; broj organiziranih zajedničkih promotivnih aktivnosti, broj pripremljenih zajedničkih razvojnih programa i projekata; i dr.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.2.</b>	<b>Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja</b>
<b>Mjera 1.2.1.</b>	<b>Stvaranje preduvjeta za učinkovitiju realizaciju poduzetničkih projekata</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi unaprijediti poduzetničko okruženje u Gradu Gospiću. Uspostaviti bolju suradnju poduzetnika s nadležnim institucijama u cilju brže realizacije poduzetničkih projekata.
<b>Aktivnosti</b>	Utemeljiti savjetodavno tijelo za pomoć u realizaciji poduzetničkih projekata i unapređenju turističke ponude Grada Gospića. Organizirati poslovne radionice, u suradnji s finansijskim institucijama i konzultantskim tvrtkama, u cilju kreiranja novih poduzetničkih projekata i njihovu primjenu u praksi.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, finansijske institucije, konzultantske tvrtke.
<b>Korisnici</b>	Pojedinci, start-up tvrtke, gospodarski subjekti; strukovne udruge.
<b>Indikatori</b>	Broj odobrenih projekata, broj realiziranih projekata, projekti u skladu s načelima razvoja turizma.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.2.</b>	<b>Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja</b>
<b>Mjera 1.2.2.</b>	<b>Unapređenje sustava upravljanja – menadžmenta – privatnog sektora</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi unaprijediti upravljanje u ugostiteljstvu, smještajnim kapacitetima, trgovini i obrtništvu u funkciji razvoja turističke ponude Grada Gospića. Uspostaviti bolju suradnju poduzetnika i menadžmenta s nadležnim institucijama u cilju brže realizacije i učinkovitosti poduzetničkih projekata.
<b>Aktivnosti</b>	Organizirati poslovne radionice, u suradnji s finansijskim institucijama i konzultantskim tvrtkama, u cilju unapređenja upravljanja gospodarskih subjekata i novih poduzetničkih projekata.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, finansijske institucije, konzultantske tvrtke.
<b>Korisnici</b>	Pojedinci, start-up tvrtke, gospodarski subjekti; strukovne udruge.
<b>Indikatori</b>	Godišnji izvještaji o rezultatima poslovanja gospodarskih subjekata. Broj realiziranih projekata u skladu s načelima razvoja turizma.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.2.</b>	<b>Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja</b>
<b>Mjera 1.2.3.</b>	<b>Jačanje kapaciteta za upravljanje razvojem turističke destinacije na razini Grada Gospića</b>
<b>Cilj mjere</b>	Unaprijediti administrativne i institucionalne kapacitete ključnih dionika turističkog razvoja (Turistička zajednica Grada Gospića, Stručne službe Grada Gospića, javna poduzeća, turističke agencije i drugi dionici) osposobljavanjem djelatnika i opremanjem institucija za upravljanje destinacijom kao i za planiranje, pripremu i provođenje razvojnih projekata u području turizma.

<b>Aktivnosti</b>	Opremanje i jačanja kapaciteta nositelja turističkog razvoja (javnog sektora) za učinkovito upravljanje destinacijom; osnivanja DMO i DMK organizacija; unaprjeđenje razine sposobnosti djelatnika za praćenje, pripremu, provedbu i vrednovanje razvojnih projekata u sektoru turizma kao i druge slične aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic, Turistička zajednica Grada Gospića, gospodarski subjekti, udruženja gospodarskih subjekata (hoteljeri, ugostitelji, turističke agencije), javna poduzeća.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic, Turistička zajednica Grada Gospića, gospodarski subjekti; strukovne udruge; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj održanih edukacija za podizanje razine sposobnosti; broj polaznika organiziranih edukacija; broj realiziranih programa i projekata; broj osnovanih DMO i DMK organizacija i dr.

<b>Cilj 1.</b>	<b>Stvaranje potencijalnog socijalnog okruženja i uspostava održivog učinkovitog sustava upravljanja resursima i potencijalima turizma</b>
<b>Prioritet 1.2.</b>	<b>Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja</b>
<b>Mjera 1.2.4.</b>	<b>Provodenje promocije o važnosti turizma i potrebi interkulturalnog komuniciranja</b>
<b>Cilj mјere</b>	Mjerom se želi ojačati svijest i educirati cijelokupno stanovništvo županije o vrijednosti turističkih razmjena i njihovih ekonomskih, društvenih i kulturnih koristi i rizika kao i o važnosti gostoljubivosti i interkulturalnoj komunikaciji za daljnji razvoj Grada Gospića.
<b>Aktivnosti</b>	Edukativne kampanje u obrazovnim institucijama o važnosti turizma za ukupan razvoj Grada Gospića; javne tribine i okrugli stolovi za podizanje svijesti građana o važnosti turizma; i dr
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; obrazovne institucije; potporne institucije; HZZ; strukovna udruženja; gospodarski subjekti
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; Turistička zajednica Grada Gospića; obrazovne institucije; potporne institucije; HZZ; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; stanovništvo i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj provedenih kampanja i programa; broj održanih javnih tribina i okruglih stolova; i dr.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.1.</b>	<b>Unapređenje sustava potpore poduzetnicima</b>
<b>Mjera 2.1.1.</b>	<b>Unapređenje poduzetničke infrastrukture</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi potaknuti poduzetničku inicijativu u cilju razvoja novih i unaprijediti ponuda postojećih specifičnih oblika turizma u svrhu diversifikacije turističke ponude, daljnog razvoja turizma te smanjenja sezonalnosti.
<b>Aktivnosti</b>	Stvaranje preduvjeta za razvoj posebnih oblika turizma; objedinjavanje ponude i stvaranje proizvoda kulturnog turizma; razvoj znanstveno – edukativnog parka Nikola Tesla; razvoj zabavnih parkova; stvaranje centara zdravstvenog turizma; razvoj cikloturizma; unaprjeđenje i objedinjavanje ponude avanturističkog turizma; razvoj eko turizma; unaprjeđenje agro/seoskog turizma i druge slične aktivnosti
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; vjerske i kulturne institucije; bolnice i zdravstveni centri; obrazovne institucije; gospodarski subjekti; udruge i dr.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; vjerske i kulturne institucije; bolnice i zdravstveni centri; obrazovne i znanstvene institucije; gospodarski subjekti; udruge; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj dolazaka/noćenja od rujna do svibnja; broj zabavnih parkova; broj održanih posebnih događanja; broj centara zdravstvenog turizma; broj kilometara biciklističkih staza; broj turističkih seoskih obiteljskih gospodarstava (TSOG); broj nautičkih dolazaka i noćenja; broj izdanih dozvola za lov i ribolov; i dr.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništvu u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.1.</b>	<b>Unapređenje sustava potpore poduzetnicima</b>
<b>Mjera 2.1.2.</b>	<b>Razvoj i implementacija mjera za privlačenje investitora u turizmu</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi potaknuti inicijativa i stvoriti privlačno okruženje za potencijalne investitore u turizmu na području Grada Gospica
<b>Aktivnosti</b>	Kreiranje modela i programa koji će promovirati turističke potencijale Grada Gospica i definirati povoljne uvjete i povlastice investitora za njihova finansijska ulaganja- investicije u turizam na području Gospica.
<b>Nositelji</b>	Turistička zajednica Grada Gospica; Grad Gospic, gospodarski subjekti, udruženja i dr.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; gospodarski subjekti; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj investicijskih projekata i njihova vrijednost, broj novih smještajnih kapaciteta, novi turistički sadržaji, atrakcije i turistička ponuda.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništvu u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.1.</b>	<b>Unapređenje sustava potpore poduzetnicima</b>
<b>Mjera 2.1.3.</b>	<b>Unapređenje finansijskih instrumenata za razvoj turizma</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi potaknuti nove mјere i oblici financiranja razvojnih projekata u turizmu Grada Gospica. Mjera je usmjerena na iznalaženja određenih povoljnih uvjeta financiranja razvojnih projekata u turizmu Gospica (fondovi, razvojne banke)

<b>Aktivnosti</b>	Izrada popisa projekta koji su podložni povoljnijim uvjetima financiranja. Inicijativa prema Vladi RH, Ministarstvu turizma, Ministarstvu regionalnog razvoja, Ministarstvu zaštite okoliša, Ministarstvu financija, HBOR.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić, TZ Grada Gospića; gospodarski subjekti; kulturne institucije; javni sektor.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospić; TZ Grada Gospića; gospodarski subjekti; vjerske i kulturne institucije; civilni sektor; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj investicijskih projekata i njihova vrijednost, broj novih smještajnih kapaciteta, novi turistički sadržaji, atrakcije i turistička ponuda.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.1.</b>	<b>Unapređenje sustava potpore poduzetnicima</b>
<b>Mjera 2.1.4.</b>	<b>Stvaranje kvalitetne mreže poduzetnika u turizmu</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se žele osnažiti poduzetničke kompetencije turističkog sektora u Gradu Gospiću u cilju stvaranja konkurentnog turističkog proizvoda.
<b>Aktivnosti</b>	Promidžba poduzetništva i razvoj poduzetničkih kompetencija kroz sustav obrazovanja od predškolske dobi nadalje; javne tribine i okrugli stolovi; smanjenje razine rizika kod poduzetničkog poduhvata; stvaranje stabilnog poduzetničkog okruženja; razvoj potpornih grupa; i druge slične aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić; TZ Grada Gospića; obrazovne institucije; potporne institucije; HZZ; strukovne udruge; gospodarski subjekti i dr.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospić; TZ Grada Gospića; obrazovne institucije; potporne institucije; HZZ; strukovne udruge; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj provedenih programa i projekata; broj javnih tribina i okruglih stolova.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.2.</b>	<b>Potpore poduzetnicima za unapređenje kvalitete turističke ponude</b>
<b>Mjera 2.2.1.</b>	<b>Podizanje razine kvalitete turističke ponude</b>
<b>Cilj mjere</b>	Usmjeravanje potpora i aktivnosti te stvaranje poticajnog okruženja za investitore u sektoru turizma.
<b>Aktivnosti</b>	Koordinirane marketinške aktivnosti za privlačenje investitora; stimulativni sustav potpora za investitore u turizmu; pružanje tehničke pomoći investitorima u pripremi i razradi projekata; podrška razvoju klastera i sl. gospodarskih udruženja te druge slične aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić; potporne institucije; gospodarski subjekti i dr.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospić; potporne institucije; gospodarski subjekti; stanovništvo i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj realiziranih investicija; vrijednost realiziranih investicija u turizmu.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.2.</b>	<b>Potpore poduzetnicima za unapređenje kvalitete turističke ponude</b>
<b>Mjera 2.2.2.</b>	<b>Poticanje pretvorbe privatnog smještaja u obiteljske hotele</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se žele definirati i vesti finansijski instrumenti za poticanje razvoja turizma. To se posebno odnosi na poticanje transformacije obiteljskog smještaja u male obiteljske hotele. Ovom mjerom stvara se veći stupanj profesionalizacije poslovanja i konkurentnosti smještajnih kapaciteta na turističkom tržištu.
<b>Aktivnosti</b>	Olakšavanje dostupnosti finansijskih sredstava za poduzetničke projekte u turizmu; smanjenje davanja i nameta na lokalnoj razini za projekte u turizmu; kreditne i jamstveno kreditne sheme dostupne poduzetnicima; stimulativni sustav potpora za projekte u turizmu; sustav nameta za neiskorištenu imovinu predviđenu za turističku namjenu i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije.
<b>Korisnici</b>	Gospodarski subjekti; strukovne udruge; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj transformiranih subjekata obiteljskog smještaja u obiteljske hotele, broj sufinanciranih poduzetničkih turističkih projekata; broj ugovorenih kredita i jamstva; broj nameta za neiskorištenu imovinu; i dr.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.2.</b>	<b>Potpore poduzetnicima za unapređenje kvalitete turističke ponude</b>
<b>Mjera 2.2.3.</b>	<b>Razvoj suvremenog campinga</b>
<b>Cilj mjere</b>	S obzirom na visoko ekološko vrijedne prirodne prostorne resurse i potražnji na turističkom tržištu, stimulira se razvoj modernih oblika campinga kao konkurentne turističke ponude na turističkom tržištu.
<b>Aktivnosti</b>	Stvaranje preduvjeta za prostorno-urbanističke preduvjete za razvoj camping turizma. Finansijski poticaji za razvoj camping turizma u obiteljskom okruženju:
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; institucije nadležne za razvoj turizma; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti; znanstvenici; učenici; studenti, turisti; i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj izgrađenih i opremljenih kampova; Broj smještajnih kapaciteta u ovom tipu turističke ponude.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Jačanje konkurentnosti poduzetništva u turizmu</b>
<b>Prioritet 2.3.</b>	<b>Uvođenje znanja, novih tehnologija i inovacija u turizmu</b>
<b>Mjera 2.3.1.</b>	<b>Poticanje novih znanja i razvoj tehnologische i razvojno-istraživačke infrastrukture i usluga u turizmu</b>
<b>Cilj mjere</b>	Sustavnim poticanjem primjene znanja i izvrsnosti te novih tehnologija i inovacija u turizmu podići konkurentnost sektora.
<b>Aktivnosti</b>	Potpore u razvoju proizvoda i usluga, zaštita intelektualnog vlasništva i komercijalizaciji novih proizvoda i usluga; umrežavanje znanstvenoistraživačkih institucija s gospodarstvom i druge slične aktivnosti.

<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; obrazovne institucije; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; obrazovne institucije; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti; znanstvenici; učenici; studenti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj zaštićenih prava intelektualnog vlasništva; broj komercijaliziranih inovativnih proizvoda i usluga; broj zajedničkih projekata među znanstvenoistraživačkim institucijama i gospodarstva; broj projekata.

<b>Cilj 2.</b>	<b>Smanjenje sezonalnosti kroz razvoj konkurentskega turističkega sektora</b>
<b>Prioritet 2.3.</b>	<b>Unapređenje kvalitete turističkih objekata</b>
<b>Mjera 2.3.2.</b>	<b>Jačanje Podizanje poduzetničkih kompetencija kroz cjeloživotno obrazovanje</b>
<b>Cilj mјere</b>	Mjerom se želi podignuti razina kvalitete postojeće turističke ponude s ciljem podizanja sveukupne kvalitete turističke ponude Gospića. Cjeloživotno obrazovanje svih sudionika turističkog sektora i potencijalnih poduzetnika u turizmu glavna je svrha ove mјere.
<b>Aktivnosti</b>	Identifikacija, analiza i praćenje razine kvalitete turističke ponude; definiranje preporuka za poboljšanje kvalitete ponude; poboljšanje kvalitete turističke ponude; razvoj dodatnih sadržaja i usluga kao što su tematski parkovi; sportsko-rekreativski sadržaji; zdravstvene i wellness usluge i drugo u cilju podizanja kvalitete ponude turističkih objekata; druge slične aktivnosti.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; strukovne udruge; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Struktura smještajnih kapaciteta u Gospicu; povećanje prosječne potrošnje po gostu.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.1.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija</b>
<b>Mjera 3.1.1.</b>	<b>Razvoj sustava evidentiranja turističkih proizvoda i atrakcija</b>
<b>Cilj mјere</b>	Mjerom se želi evidentirati i elaborirati, do razine početka realizacije, sve turističke proizvode i atrakcije na području Grada Gospića koje mogu biti u funkciji poboljšanja turističke ponude i tržišne konkurentnosti turizma Grada Gospića.
<b>Aktivnosti</b>	Inventarizacija i klasifikacija ukupnih turističkih resursa i atrakcija; definiranje kapaciteta nosivosti; definiranje planova za turističku valorizaciju pojedinih identificiranih resursa i atrakcija; izrada potrebne projektne dokumentacije; provedba plana valorizacije; umrežavanje dionika u cilju stvaranja tržišno konkurentne turističke destinacije Grada Gospića.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; konzalting organizacije; udruge civilnog društva.

<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; Turistička zajednica Grada Gospicā; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti.
<b>Indikatori</b>	Broj identificirani i klasificiranih turističkih resursa i turističkih proizvoda; broj valoriziranih turističkih resursa i turističkih proizvoda.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.1.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija</b>
<b>Mjera 3.1.2.</b>	<b>Valorizacija turističkih proizvoda i atrakcija</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi tržišno valorizirati turističke proizvode i atrakcije na području Grada Gospicā koje mogu biti u funkciji poboljšanja turističke ponude i tržišne konkurentnosti turizma Grada Gospicā.
<b>Aktivnosti</b>	Inventarizacija i klasifikacija ukupnih turističkih resursa i atrakcija; definiranje kapaciteta nosivosti; definiranje planova za turističku valorizaciju pojedinih identificiranih resursa i atrakcija; izrada potrebne projektne dokumentacije; provedba plana valorizacije; tržišna valorizacija proizvoda i atrakcija; umrežavanje dionika u cilju stvaranja tržišno konkurentne turističke destinacije Grada Gospicā.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; konzalting organizacije.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; Turistička zajednica Grada Gospicā; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti.
<b>Indikatori</b>	Broj identificirani i klasificiranih turističkih resursa i turističkih proizvoda; broj tržišno valoriziranih turističkih resursa i turističkih proizvoda.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.2.</b>	<b>Unapređenje turističke suprastruktura</b>
<b>Mjera 3.2.1.</b>	<b>Razvoj hotelijerstva</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi poboljšati postojeću kvalitetu ponude u hotelijerstvu Grada Gospicā. Rekonstruirati i povećati kvalitetu ponude pojedinih hotela. Izgradnjom dodatnih sadržaja (MICE, zdravstveni turizam) u sklopu postojećih hotelskih kapaciteta.
<b>Aktivnosti</b>	Evidentirati i definirati postojeće hotelske kapacitete kojima je nužna rekonstrukcija. Elaborirati-tehnički i ekonomski - rekonstrukciju hotelskih kapaciteta. Tržišno repozicionirati rekonstruirane i nove hotelske kapacitete na području Grada Gospicā.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; obrazovne institucije; potporne institucije; HZZ; strukovna udruženja; gospodarski subjekti
<b>Korisnici</b>	Gospodarski subjekti hotelijerstva.
<b>Indikatori</b>	Broj rekonstruiranih i novoizgrađenih hotelskih kapaciteta.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.2.</b>	<b>Unapređenje turističke suprastrukture</b>
<b>Mjera 3.2.2.</b>	<b>Unapređenje rada obiteljskog smještaja</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi unaprijediti rad i kvalitetu ponude obiteljskog smještaja. Rekonstrukcijom postojećih kapaciteta, marketinškim aktivnostima i međusobnom suradnjom većine aktera obiteljskog smještaja stvoriti tržišno prepoznatljivu i konkurentnu turističku ponudu Grada Gospića.
<b>Aktivnosti</b>	Edukativnim kampanjama, pomoći posredstvom specijaliziranih konzalting organizacija stvoriti poticajnu klimu u cilju preoblikovanja obiteljskog smještaja u tržišno konkurentski segment ponude Grada Gospića.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić; TZ Grada Gospića; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; specijalizirane konzalting organizacije.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospić; Turistička zajednica Grada Gospića; subjekti obiteljskog smještaja; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; stanovništvo i dr.
<b>Indikatori</b>	Povećanje broja posjeta, noćenja i potrošnje turista u obiteljskom smještaju.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.2.</b>	<b>Unapređenje turističke suprastrukture</b>
<b>Mjera 3.2.3.</b>	<b>Unapređenje rada restoraterstva</b>
<b>Cilj mjere</b>	Poboljšati kvalitetu usluga u postojećim kapacitetima restorana. Kreirati nove kapacitete u restoranima koji će se bazirati na lokalnoj autohtonosti ambijenta i gastronomije.
<b>Aktivnosti</b>	Edukativne kampanje o unapređenju svijesti i struke u restoraterstvu. Predavanja, radionice, javne tribine i okrugli stolovi za podizanje svijesti o važnosti ugostiteljske/restoranske ponude u razvoju turizma Grada Gospića.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospić; TZ Grada Gospića; obrazovne institucije; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; konzalting organizacije.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospić; Turistička zajednica Grada Gospića; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; stanovništvo i turisti.
<b>Indikatori</b>	Povećanje broja dolazaka i noćenja, potrošnja turista i povećanje broja posjeta turista restoranima i povećani ekonomski učinci u restoraterstvu Grada Gospića.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.3.</b>	<b>Unapređenje turističke infrastrukture</b>
<b>Mjera 3.3.1.</b>	<b>Unapređenje i podizanje razine kvalitete turističkih sadržaja</b>
<b>Cilj mjere</b>	Stvaranje kvalitetnog i privlačnog turističkog proizvoda kao ključnog resursa turizma Grada Gospića.

<b>Aktivnosti</b>	Inventarizacija prostora kao turističkog resursa; obilježavanje prostornih cjelina za razvoj turističkih proizvoda; poboljšanje pristupnih putova pojedinim turističkim lokalitetima; postavljanje standarda kvalitete te okvira upravljanja i uređenja prostora; uređenje prostora; definiranje modela koncesije; istraživanje zadovoljstva korisnika prostora namijenjenih za turističke svrhe i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; Ličko-senjska županija; TZ Grada Gospića; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; Ličko-senjska županija; TZ Grada Gospića; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj uređenih prostornih cjelina za turizam; broj koncesija za turističke prostorne cjeline; zadovoljstvo korisnika prostora namijenjenih turizmu.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.3.</b>	<b>Unapređenje turističke infrastrukture</b>
<b>Mjera 3.3.2.</b>	<b>Poboljšanje kolnog i pješačkog prometa te prometa u mirovanju</b>
<b>Cilj mjere</b>	Stvaranje kvalitetnog, funkcionalnog i sigurnog kolnog i pješačkog sustava prometa te prometa u mirovanju.
<b>Aktivnosti</b>	Održavanje i uređenje postojećeg sustava kolnog, pješačkog prometa i prometa u mirovanju; probijanje i uređenje novih putova i cesta; izgradnja i uređenje parkirališta; izgradnja i uređenja kamp odmorišta; omogućavanje pristupa osobama s invaliditetom; izgradnja biciklističkih staza; i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; Županijske ceste Ličko-senjske županije;
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; Županijske ceste; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Kilometri obnovljenih i novoizgrađenih cesta; broj kamp odmorišta; broj parkirnih mjesto; broj kilometara biciklističkih staza; broj prometnih nesreća; i dr.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.3.</b>	<b>Unapređenje turističke infrastrukture</b>
<b>Mjera 3.3.3.</b>	<b>Razvoj i unapređenje ostale javne i privatne turističke infrastrukture</b>
<b>Cilj mjere</b>	Podizanje kvalitete i konkurentnosti turističkog sektora županije izgradnjom nove i unaprjeđenjem postojeće javne i privatne turističke infrastrukture.
<b>Aktivnosti</b>	Izgradnja i unaprjeđenje javne turističke infrastrukture kao što su šetnice, biciklističke staze, javni prostori, sportsko-rekreativni sadržaji, tematski putovi i dr.; izgradnja i unaprjeđenje privatne turističke infrastrukture kao što su novi smještajni kapaciteti, ugostiteljski kapaciteti, šetnice, sportsko rekreacijski sadržaji i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.

<b>Indikatori</b>	Broj izgrađene, obnovljene i preuređene javne turističke infrastrukture (parkova, trgova, plaža, biciklističkih staza, šetnica, itd.); broj izgrađene, obnovljene i preuređene privatne turističke infrastrukture (hotela, ugostiteljskih objekata, km šetnice, itd.)
-------------------	---

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.3.</b>	<b>Unapređenje turističke infrastrukture</b>
<b>Mjera 3.3.4.</b>	<b>Poboljšanje učinkovitosti i umrežavanje rada komunalnih i javnih službi</b>
<b>Cilj mjere</b>	Podizanje kvalitete i učinkovitosti rada komunalnih i javnih službi kao neophodne podrške turističkom sektoru.
<b>Aktivnosti</b>	Edukacija komunalnih i javnih službe u svrhu unaprjeđenja kvalitete usluge (posebno u turizmu); definiranje i stvaranje sustava prilagođenog većem intenzitetu rada tijekom ljetne sezone; umrežavanje i suradnja dionika u cilju zajedničkih projekta i unaprjeđenja efikasnosti; opremanje komunalnih i javnih službi; i dr.
<b>Nositelji</b>	Javne i komunalne službe Grada Gospića.
<b>Korisnici</b>	Javne i komunalne službe; Grad Gospic; TZ Grada Gospića; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj provedenih edukacija; turističko zadovoljstvo kvalitetom usluga javnih i komunalnih službi; broj projekata i programa.

<b>Cilj 3.</b>	<b>Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša</b>
<b>Prioritet 3.4.</b>	<b>Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti</b>
<b>Mjera 3.4.1.</b>	<b>Nosivost kapaciteta i kvalitete okoliša</b>
<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi utvrditi sustav i pratiti nosivost turističkih kapaciteta i kvalitete okoliša kako turistički razvoj ne bi došao u konflikt s društveno odgovornim i održivim razvojem.
<b>Aktivnosti</b>	Definiranje sustava pokazatelja ukupnog kapaciteta nosivosti i indikatora za praćenje kvalitete okoliša; definiranje plana upravljanja prostorom; definiranje kapaciteta nosivosti za prirodnu i kulturnu baštinu; postavljanje sustava mjera i prevencije zaštite (ograničenja); podizanje razine svijesti o održivom upravljanju resursima; i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; potporne institucije; znanstveno-obrazovne institucije; civilni sektor
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospića; potporne institucije; znanstveno-obrazovne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj lokaliteta s definiranim kapacitetima nosivosti; broj planova upravljanja; broj provedenih mjera zaštite lokaliteta; broj održanih radionica.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.4.</b>	Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti
<b>Mjera 3.4.2.</b>	Unapređenje svijesti dionika turističke ponude i lokalnog stanovništva o potrebi zaštite okoliša
<b>Cilj mjere</b>	Porastom svijesti dionika turističke ponude i lokalnog stanovništva o potrebi zaštite okoliša uspostaviti učinkovitiji sustav zaštite okoliša te očuvanja ukupne baštine destinacije.
<b>Aktivnosti</b>	Osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija i obrazovnih programa na svim razinama obrazovanja; osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija te promotivnih akcija usmjerenih na podizanje svijesti o zaštiti okoliša kod lokalnog stanovništva; potpora civilnom sektoru za osnivanje udruga u području zaštite okoliša; potpora dionicima turističke ponude za implementaciju načela potrebnih za dobivanje certifikata iz područja zaštite okoliša i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; znanstveno-obrazovne institucije; civilni sektor; stanovništvo; gospodarski subjekti.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; znanstveno-obrazovne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj edukacija, radionica, seminara i obrazovnih programa; broj promotivnih akcija; broj dobivenih certifikata.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.4.</b>	Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti
<b>Mjera 3.4.3.</b>	Stvaranje sustava nagrađivanja za uređenje destinacija
<b>Cilj mjere</b>	Razvijanjem sustava nagrađivanja za uređenje destinacije potaknuti svijest o potrebi očuvanja i prezentacije kvalitetnog okoliša u svrhu stvaranja destinacije izvrsnosti.
<b>Aktivnosti</b>	Definiranje kriterija i sustava za nagrađivanje; dodjela nagrada; promotivne kampanje za poticanje uređivanja destinacije; promoviranje volonterstva u svrhu uređivanje destinacije; organiziranje ekoloških akcija i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospica; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj nagrađenih; broj održanih edukacija; broj provedenih promotivnih kampanja; broj organiziranih ekoloških akcija

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.4.</b>	Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti
<b>Mjera 3.4.4.</b>	Poticanje korištenja obnovljivih izvora energije i povećanje energetske učinkovitosti u turizmu

<b>Cilj mjere</b>	Mjerom se želi potaknuti korištenje obnovljivih izvora energije kao i povećati implementacija energetske učinkovitosti u turizmu.
<b>Aktivnosti</b>	Provedbe energetskih audita za turističke objekte; potpora certificiranja energetske učinkovitosti; postavljanje sustava za korištenje obnovljivih izvora energije na turističke objekte (fotonaponski sustavi; solarni termalni sustavi; vjetroenergetski sustavi i dr.); provedba mera energetske učinkovitosti na turističkim objektima; edukativne kampanje; i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj provedenih energetskih audita; broj izdanih energetskih certifikata; broj instaliranih energetskih sustava OIE; stopa smanjenja potrošnje komercijalnih izvora energije; broj provedenih mera EE; broj edukacija.

<b>Cilj 3.</b>	Diversifikacija turističkih proizvoda / atrakcija i unapređenje turističke supra i infra strukture, te zaštite okoliša
<b>Prioritet 3.4.</b>	<b>Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti</b>
<b>Mjera 3.4.5.</b>	<b>Razvoj ekološkog poslovanja na svim razinama</b>
<b>Cilj mjere</b>	Poticanje primjene principa ekološkog poslovanja.
<b>Aktivnosti</b>	Poticanje korištenje ekološki prihvatljivih tehnologija; jačanje svijesti o prednostima ekološkog poslovanja; poticanje racionalnog korištenje ukupnih resursa destinacije; unaprjeđenje sustava ponovne uporabe otpada; eko certificiranje poslovanja; širenje ekološke svijesti među zaposlenicima, stanovništvom i turistima; stvaranje GMO-free destinacije i dr.
<b>Nositelji</b>	Grad Gospic; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti.
<b>Korisnici</b>	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti; stanovništvo; turisti i dr.
<b>Indikatori</b>	Broj izdanih eko certifikata; broj održanih promotivnih i edukativnih aktivnosti; količina otpada; broj reciklažnih dvorišta i zelenih otoka.

## 7. MOGUĆI PRAVCI RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA

### 7.1. Uvodne naznake

Scenariji su opisi budućeg stanja gospodarsko-političke, resursno-okolišne, pravno-regulatorne, socio-kulturne i/ ili tehničko-tehnološke situacije u nekoj zemlji ili regiji. Riječ je o imaginarnim pričama koje na konzistentan, logičan i metodološki utemeljen način opisuju različita stanja budućnosti.

U skladu s prethodni naznakama, za Grad Gospic razmatrana su tri objektivno moguća scenarija turističkog razvoja. Svaki od njih predstavljaju cjelovitu i zaokruženu ali ipak idealiziranu situaciju (sliku). U nastavku se detaljnije oslikavaju tri scenarija slijedećih radnih naslova:

- Gospic po mjeri gospiciana,
- Gospic po mjeri Europe,
- Gospic po mjeri privilegiranih.

### 7.2. Alternativni razvojni scenariji

Osnovne odrednice svakog od relevantnih, objektivno mogućih, scenarija razvoja turizma na području Grada Gospic prikazane su u nastavku.

#### 7.2.1. Gospic po mjeri gospiciana

- Grad Gospic brendira se i tržišno repozicionira na način da u očima međunarodne potražnje predstavljaju poželjnu, ekološko očuvanu i dugoročno održivu turističku destinaciju s velikim potencijalom za razvitak tematiziranih turističkih boravaka tijekom većeg dijela godine;
- Usprkos potražnji za nekretninama, prostorni planovi poštuju interes lokalne zajednice i ne dozvoljavaju nerezonsko pretvaranje poljoprivrednih i / ili zelenih površina u građevinske zone;
- Samo manji broj gospiciana odlučuje se na prodaju svojih nekretnina (zemljišta, nekorištene kuće, vlastiti stambeni objekti) ne-gospicanim;
- Problemi s komunalnom infrastrukturom (kanalizacijska odvodnja, kruti otpad, vodoopskrba) djelomično su riješeni, iako lokalna populacija i turistički sektor očekuje više;
- Problem „stare“ divlje gradnje je riješen (legaliziran); „nova“ divlja gradnja je bitno smanjena;
- Na području Grada uspostavljen je nekoliko karakterističnih, međusobno komplementarnih, turističkih klastera koji nude sve veći broj različitih turističkih iskustava tijekom većeg dijela godine;
- Razvijena paleta različitih turističkih proizvoda: Kratki odmori, Događanja, Specijalni interesi (pješačke ture, pustolovni turizam, etnografske ture, agroturizam, ekoturizam, biciklizam, promatranje endemske vrste) Ruralni turizam;
- Kontinuirano rastući interes turističke potražnje (osobito međunarodne) za Grad Gospic;



- U strukturi smještaja i dalje dominiraju mali tematizirani obiteljsko vođeni smještajni kapaciteti. Pansioni i minihoteli (nastali konverzijom i dogradnjom postojećih apartmanskih jedinica) odnosno privatni apartmani;
- Struktura smještajne ponude Grada Gospića obilježavaju:
  - a/ renovirani i/ ili revitalizirani postojeći hotelski objekti međunarodne kategorije 3\*
  - b/ mali obiteljski hotel i obiteljski pansion (kao rezultat rastućeg interesa za poticajnim sredstvima)
  - c/ nema globalnih hotelskih brendova;
- Hotelski kapaciteti popunjeni oko 120 dana, pansioni i obiteljski minihoteli oko 80 dana, a privatni apartmani oko 60 dana godišnje,
- U strukturi potražnje dominiraju individualni gosti (75 %).
- Značajna potreba za zapošljavanje domaćeg stanovništva.

### 7.2.2. Gospić po mjeri Europe

- Grad Gospić tržišno je repozicioniran na način da u očima međunarodne potražnje predstavlja jednu atraktivnu i poželjnu turističku destinaciju središnjeg dijela Hrvatske;
- Inozemnu potražnju za nekretninama (kućama za odmor) vrlo je teško kontrolirati i/ ili usmjeravati u skladu s postulatima održivog razvoja;
- Pod pritiskom izuzetno platežno sposobne inozemne potražnje, a u želji da joj se maksimalno udovolji, sve veći broj poljoprivrednih površina pretvara se u građevinske zone;
- Veliki broj stanovnika Grada Gospića u želji da trajno riješi egzistenciju nekoliko pokoljenja, prodaje svoje nekretnine (zemljišta, nekorištene kuće, vlastite kuće) ne Gospicanima;
- Iako su problemi s komunalnom infrastrukturom (kanalizacija, odvodnja, kruti otpad, vodoopskrba) naizgled u potpunosti riješeni, postojeću je mrežu pod stalnim pritiskom nove gradnje potrebno konstantno nadograđivati (proširivati);
- Na području Grada Gospića uspješno je uspostavljeno nekoliko karakterističnih međusobno komplementarno turističkih klastera koji nude bogatstvo različitih turističkih iskustava.
- Razvijena široka paleta različitih turističkih proizvoda Kratki odmori, MICE, Spa & Wellness, Događaji, Specijalni interesi (pješačke ture, pustolovni turizam etnografske ture, agro turizam, eko turizam, biciklizam, promatranje endemske vrsta), ruralni turizam.
- Kontinuirani cjelogodišnji interes (međunarodne) turističke potražnje za Gradom Gospićem,
- Bogata i raznovrsna ponuda suvremenih smještajnih, rekreativskih i F&B outleta, odnosno atrakcijskih sadržaja;



- Ekspanzija nekvalitetnog smještaja („poludivlji“ privatni apartmani, kampovi i sl.) u cijelosti zaustavljena;
- Ukupni broj smještajnih jedinica u hotelima i sličnim objektima na području Grada Gospića u odnosu na današnje stanje povećan je za tri puta ponajviše kao rezultat brzog rasta novog hotelskog smještaja više i visoke kategorije, dok je rast privatnog smještaja (apartmani, pansioni, minihoteli) gotovo zanemariv;
- Ukupnu strukturu hotelskog smještaja čine:
  - a/ restrukturirani, renovirani i / ili revitalizirani postojeći hotelski (i slični) objekti,
  - b/ nekoliko većih (od 100 – 150 smještajnih jedinica), međunarodno brendiranih hotela globalno i/ ili regionalno poznatih hotelskih lanaca,
  - c/ nekoliko hotela srednje veličine (50- 80 smještajnih jedinica) u vlasništvu domaćih poduzetnika.
- Internacionalne operativne procedure i kvaliteta usluživanja u svim hotelskim objektima, odnosno objektima hrane i pića;
- Hotelski kapaciteti popunjeni oko 200 dana, pansioni i obiteljski minihoteli oko 140 dana, a privatni apartmani, oko 75 dana godišnje;
- Iako je u strukturi potražnje primjetan sve veći udio individualnih gostiju (30%) i MICE segmenta (20%) i dalje dominiraju alotmanski gošti i organizirane grupe (50 %);
- Izgrađeno je nekoliko tematskih i / ili adrenalinskih parkova;
- Izgrađen je veći broj centara za posjetitelje u kojima su posebno interpretirane tema kao što su kulturno naslijeđe, kultura života i rada, prirodne ljepote, endemske vrste;
- Potreba za zapošljavanjem domaćeg stanovništva nadilazi demografski potencijal Grada Gospića, uslijed čega valja razmišljati i o uvozu radne snage s drugih područja Republike Hrvatske.

#### **7.2.3. Gospic po mjeri privilegiranih**

- Ne bitno promijenjen imidž grada Gospića koji u očima međunarodne zajednice i dalje predstavljaju odmorišnu destinaciju namijenjenu klijenteli niže i srednje kupovne snage;
- Izražena potražnja (stranci i domaći poduzetnici) za nekretninama (građevna zemljišta, stambeni objekti, poljoprivredno zemljište) locirani isključivo za najvrjednijim lokacijama, neovisno o postojećoj infrastrukturnoj opremljenosti, odredbama prostornog plana;
- Stručno neutemeljeno prostorno planiranje podržava interes domaćih moćnika i političke elite;
- Razina komunalnog standarda / infrastrukture (kanalizacija, vodoopskrba, kruti otpad) i dalje predstavlja veliki problem na većem dijelu prostora Gospića;
- Uslijed autonomnog rasta potražnje, polako se razvijaju slijedeći turistički proizvodi: Specijalni interesi (pješačke ture, pustolovni turizam, promatranje endemske vrsta, ), Ruralni turizam;
- Skromna ponuda rekreacijskih, F&B i ostalih sadržaja ponude – nemoguće uspostaviti cjeloviti turistički lanac vrijednosti;
- Neznatno promijenjena struktura smještaja u kojoj i dalje dominiraju nedovoljno kvalitetni turistički apartmani u privatnom vlasništvu;
- Osim privatnih apartmana, ukupna smještajna ponuda Grada Gospića se sastoji od:
  - a/ djelomično restrukturiranih renoviranih i/ ili revitaliziranih postojećih hotelskih objekata koji su samo djelomično usklađeni s međunarodnim standardima kvalitete;

- b/ nekoliko novoizgrađenih turističkih objekata namijenjenih ponajviše gostima srednje platežne moći ponajviše iz pojedinih zemalja članica EU;
- Sporo rastuća ponuda malih obiteljskih hotela i obiteljskih pansiona (kao rezultat nedovoljnog interesa za korištenje poticaja);
  - Neformalna primjena internacionalnih operativnih procedura i kvalitete usluživanja u najvećem broju hotelskih objekata, odnosno objektima hrane i pića;
  - Kolektivni smještajni kapaciteti popunjeni oko 120-130 dana, a apartmanske jedinice oko 50-60 dana godišnje;
  - Neznatna poboljšanja u strukturi potražnje: alotmanski gosti (oko 60 %), organizirane grupe (oko 15 %), individualni gosti (25 %);
  - Usluga često ne odgovara kategorizaciji,
  - Mala potreba za dodatnim zapošljavanjem domaćeg stanovništva u turističkoj industriji.



## **8. KONCEPCIJA I PLAN REALIZACIJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I KLJUČNI PROJEKTI**

### **8.1. Uvodne naznake**

Svaka turistička destinacija koja se želi etabrirati na turističkom tržištu mora u prvom koraku, komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i tour operatorima). Sukladno tome, Grad Gospic kao turistička destinacija ne može dugoročno uspjeti ako samo iza samog geografskog-političkog pojma ne stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i / ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode.

Profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava pojedinih destinacija nije lak posao koji se može obaviti preko noći. Nije, naime, dovoljno raspolagati određenim brojem turističkih atrakcija i kvalitetnom turističkom resursnom osnovom, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelovitog destinacijskog lanca vrijednosti, gdje se svi elementi destinacijske ponude moraju dovesti u kontekst zahtjeva tržišta i potrošača (tj. realne potražnje).

To je posebno osjetljivo u turističkim destinacijama koje se nalaze u inicijalnoj fazi turističkog razvoja, kad su nošene razvojnim optimizmom, sklone procjenjivati vlastite mogućnosti u nedostatku zajedničke razvojne vizije i / ili neprepoznavanju razvojnih mogućnosti, često sklone podcjenjivanju bilo kvalitete svog resursno-atrakcijskog potencijala, bilo svojim poslovno-upravljačkim vještina i / ili organizacijskih sposobnosti.

### **8.2. Koncept diferencijacije – ključna odrednica za efikasno i dugoročno održivo strukturiranje turizma Grada Gospića**

Najnovija svjetska praksa ukazuje na zaključak da razvoj turizma na nekom području može biti dugoročno održiv samo ukoliko su prethodno stvorene i/ili tržištu dobro iskomunicirane vlastite konkurentske prednosti koje je teško ili nemoguće imitirati. U tom smislu, Grad Gospic u idućoj fazi svog turističkog razvoja, a uzimajući u obzir sve strateške potencijale kojima raspolaže, mora:

- a) kritički preispitati svoje ključne razlikovne elemente (kao konkurentske prednosti), te ako se za to ukaže potreba,
- b) pristupiti njihovom redefiniranju kako bi ih mogla,
- c) efikasno komunicirati tržištu, odnosno
- d) dugoročno održavati i/ili unapređivati.

Generalno gledano, konkurentske prednosti mogu se razvijati na dva načina:

- da se radi bolje ili jeftinije od onog što rade konkurenti (cjenovno vodstvo),
- da se radi na drugačiji način nego što to čine konkurenti (diferencijacija).

S obzirom da na svijetu ne postoje dvije turističke destinacije s jednakim privlačnim potencijalom i / ili strukturom svoje resursno-atrakcijske osnove, s identičnom komponiranom strukturu destinacijskog tzv. turističkog lanca vrijednosti, odnosno s izvrsnom paletom turističkih iskustava i / ili doživljaja koji je na toj osnovi moguće ponuditi, diferencijacija je znatno prihvatljiviji i jednostavniji način izgradnje destinacijskih komparativnih prednosti.

S obzirom na činjenicu da primjeri drugih zemalja upućuju na zaključak da je na međunarodnom tržištu lakše uspjeti ako se u razvoj krene selektivno, fokusirano, organizirano i postupno, Grad Gospic bi u idućoj fazi svog turističkog razvoja morao maksimalno podržati razvoj onih turističkih

proizvoda koji će joj jamčiti da će na najbrži način i uz najmanje napore moći izgraditi najizrazitije konkurentske prednosti, odnosno kod kojih će biti u stanju potencijalnim gostima ponuditi najupečatljivija iskustva i/ili doživljaje.

### 8.3. Programski aspekt turističkog razvoja Grada Gospića

Iako Grad Gospić treba sagledavati kao cijeloviti turistički proizvod / odredišta, istodobno treba ga shvaćati i kao parcijalni turistički proizvod Grada Gospića i cijelog šireg prostora Ličko-senjske županije. U tom smislu, izgradnju optimalne strukture integralnog turističkog proizvoda Grada Gospića valja temeljiti na uspostavi osnovnog, dodatnog i proširenog proizvoda.

**Osnovni proizvod** uključuje osnovnu uslugu smještaja i s njim povezane bazične usluge. U funkcionalnom smislu, usluga smještaja u bilo kojem od objekata ponude na području Grada Gospića mora omogućavati maksimalno ugodan boravak, uživanje u vizurama, miru i tišini izvornog i očuvanog prirodnog ambijenta, uronjenost i ili stopljenost s atmosferom lokalnih običaja kao i mogućnost druženja i socijalne interakcije. U prostornom smislu riječ je o proizvodu koji se odnosi na konkretni objekt.

**Dodatni proizvod** odnosi se na ponajviše na obogaćivanje i sadržajno proširivanje osnovnog turističkog proizvoda. Sastoje se od palete dodatnih proizvoda i usluga koji turistima omogućuju zadovoljavanje šireg raspona njihovih potreba odnosno očekivanja. Prostorno, dodatni proizvod obuhvaća prostor cijelog područja Grada Gospića, a na raspolaganju je kako stacionarnim turistima, tako i izletnicima.

**Prošireni proizvod** podrazumijeva mogućnost zadovoljavanja najšireg skupa potreba potencijalnih (stacioniranih) gostiju a odnosi se na obilazak turističkih atrakcija, bavljenje aktivnostima i / ili konzumiranje usluga koje su na raspolaganju na prostoru Grada Gospića.

### 8.4. Sustav turističkih doživljaja Grada Gospića

Turistički doživljaj boravka i posjeta Grada Gospića mora se zasnivati na prepoznatljivoj atmosferi, kvalitetnoj turističkoj infrastrukturi i usluzi koja će posjetiteljima i turistima omogućiti da na sebi svojstven način osjete i dožive cijeli ovaj prirodno okruženje. Istodobno, u cilju obogaćenja integralnog turističkog doživljaja prostor, njegove prirodne atrakcije, ljudi i kulturu načine života i rada, povijesti stoljećima kultivirano a time i produljenja boravka i / ili ponovnog dolaska turista na područje Gospića moraju se sadržajno i organizacijski povezati u cilju izgradnje međusobno komplementarnog sustava kvalitetnih, tematski zaokruženih i tržišno diferenciranih turističkih proizvoda i doživljaja. Na istom principu mora se integralna turistička ponuda Grada Gospića povezati i umrežavati s turističkom ponudom drugih jedinica lokalne samouprave Ličko-senjske županije.

Uvažavajući značajke i tržišnu spremnost resursno atrakcijske osnove sustav turističkih doživljaja Grada Gospića treba se temeljiti na:

- izuzetnoj ambijentalnosti i dobroj očuvanosti prirodnih resursa i kulturno-povijesne baštine Grada Gospića, a koje nudi brojne mogućnosti kako za klasični obiteljski odmor i za različito motivirane kraće boravke tijekom većeg dijela godine;
- kvalitetnim izletničkim odredištimi koji privlače kako očuvanom prirodnom tako i izvornom (tradiciskom) arhitekturom, ali i najšire shvaćenom kulturno-povijesnom baštinom;
- uživanju u vizurama i mogućnostima različitih rekreativnih aktivnosti;
- bogatoj povijesti i fenomena Nikole Tesla;
- mogućnosti posjete lokalnih proizvoda, kušanja proizvoda i / ili neposrednog sudjelovanja u proizvodnji istih.

- vrhunskoj kvaliteti i međusobnoj komplementarnosti svih sadržaja turističko-ugostiteljske ponude, a povezano s međusobnim preklapanjem i / ili nadopunjavanjem sustava doživljaja;
- interakciji s lokalnim stanovništvom, prvenstveno uključivanjem u njihovu bogatu kulturu života i rada (stočarstvo, voćarstvo);
- različitoj ponudi kvalitetnog i tematski diversificiranog smještaja (hoteli, obiteljski pansioni i/ili apartmani), a što predstavlja ne samo kao proizvod za obitelj i odmor, već i za: a) odmor za upražnjavanje različitih (više ili manje zahtjevnih) aktivnosti u prirodi, b) otkrivanje nekadašnje svakodnevnice i običaja iz domene lokalne kulture života i rada, c) opuštanje, bijeg od stresne svakodnevnice i /ili „punjenja baterija“ u idiličnom ambijentu, d) samonagrađivanje i hedonizam, odnosno e) romantični vikend u dvoje.

S druge strane, a polazeći od uočene potrebe za tržišnim repozicioniranjem Grada Gospića kao međunarodno poželjne turističke destinacije, pri čemu suvremeni svjetski trendovi ukazuju na evidentan odmak s pozicioniranja temeljenog na osnovnim elementima turističke atraktivnosti – *more, otoci, planine*, ka doživljajno orijentiranom pozicioniranju- *okusi, mirisi, ugođaj, sjećanja*, koncipiranje cjelokupne turističke ponude Grada Gospića, valja biti odmaknuto od ustaljenog principa formiranja proizvoda (noćenje s doručkom, polupansion).

U želji da se postignu maksimalni operativni i / ili financijski učinci, odnosno da se turizam na području Grada Gospića uspješno (re)integriра u svjetske (mediteranske) turističke tokove, u koncipiranju željenog turističkog identiteta cijele destinacije, naglasak valja stavljati na osmišljavanje međusobno komplementarnog sustava trajno pamtljivih doživljaja. Ishodište takvog razmišljanja ima svoje puno opravdanje u činjenici da je turistički proizvod ono što turisti uobičajeno kupuju (i brzo zaboravljaju) dok je turistički doživljaj ono što im ostaje u trajnom sjećanju i potiče na ponovne dolaske. Istodobno, jasno je da se kreiranje turističkih doživljaja na razmatranom području mora temeljiti na temama koje resursna osnova i sustav atrakcija mogu podržati.

Teme oko kojih se mogu grupirati i sadržajno povezivati pojedine atrakcije u užem i širem okruženju su:

### **Ugađanje sebi (i obitelji)**

Klašni obiteljski odmor. Oslanjanje na hotelski smještaj s bogatom ponudom specifičnih, egzotičnih i/ ili individualiziranih spa/wellness sadržaja i / ili zdravstveni tretman, kao i s prilagođenom gastronomijom.



### **Romantični vikend udvoje**



Kraći opuštajući tematizirani boravci namijenjeni kako zaljubljenim osobama, tako i osobito i „dobrodržećim“ osobama srednje i starije životne dobi orijentiranim na uživanje u životu.

### Aktivni na kopnu

Obiteljski odmor u čistom prirodnom okruženju sa smještajem u jednom od postojećih (renoviranih) hotelskih objekata, alternativno, u jednom od obiteljskih vođenih pansiona i apartmana.



### Aktivni u pokretu

Doživljaj koji kombinira planinarenje, trekking i/ili biciklizam s elementima eko-doživljaja (na pr. prepoznavanje ljekovitog bilja) i povijesne baštine.



### Jahanje, lov i ribolov

Odmor koji spaja kako jahanje, lov i ribolov, tako i uživanje u miru, izoliranosti i prirodnim ljepotama nedodirnutih proplanaka i ravnica



### Fascinacija elektriciteta i munja

Fenomen Nikole Tesle, njegovo prvo prebivalište, odrastanje i prvi dodiri s fenomenom elektriciteta i njegove primjene u suvremenim tehnologijama.



## Obiteljski poduhvati

Klasičan obiteljski odmor s odmakom prema aktivnostima u prirodi. Naglasak na alternativne oblike smještaja, upoznavanje lokalne tradicije i gastronomije, interakciju s lokalnim stanovništvom.



### U društvu dragih prijatelja

Grad Gospić kao idealno mjesto druženja s prijateljima u oazi mira, spokoja i distanciranosti od uobičajene gradske svakodnevnice. Podrazumijeva smještaj u obiteljski vođenim pansionima i/ ili apartmanima.



## Podražaj za nepce

Doživljaj baziran za prezentaciju i degustaciju proizvoda od šljive, jabuke, kruške i tradicijske gastronomije, s naglaskom na autohtonost i autentični događaj.



## Kulturni poduhvati

Zasnovani na bogatoj kulturnoj baštini i cijelom nizu kulturnih događanja.



## 8.5. Proizvodi i aktivnosti

Predmetna istraživanja prepoznala su, za područje Grada Gospića, slijedeće interesantne proizvode:

- aktivni odmor,
- kulturni turizam,
- MICE,
- cikloturizam,
- golf,
- agroturizam,
- kratki odmori.

U skladu s prethodnim odrednicama, a respektirajući maksimalno današnju tržišnu spremnost, značajke i kvalitativna obilježja resursno-atrakcijske osnove odnosno sustav turističkih iskustava/doživljaja i turističkih proizvoda koje Grad Gospić može uspješno tržišno komercijalizirati, su:

### Tijekom ljetnih mjeseci

- **obiteljski „activity based“ odmor** – namijenjen obiteljima s djecom školske dobi i parovima bez djece različite dobi kojima uobičajene ljetne aktivnosti ne predstavlja idealan način provođenja godišnjeg odmora;
- **aktivni u planini i zelenim livadama** – namijenjen ponajviše rekreativnim ljubiteljima prirode koje više zanima obilazak planina i livadama radi upoznavanja prirode i uživanja u relativnoj osami daleko od očiju „turističke mase“;
- **aktivni odmor na kopnu** – namijenjen ponajviše rekreativnim gostima koji u svoj odmor uključuju vožnju biciklom biciklističkim stazama, trčanje u prirodi i šetnja u prirodi, golf.
- **kulturni turizam** – riječ je ponajviše o različitim tematiziranim kružnim turama (na pr. tragom Nikole Tesle, vjerski turizam, tura kulturnih spomenika Like, putovi sira i šljiva i ljekovitih napitaka), namijenjeni parovima u srednjim životnim godinama bez djece ali i obiteljima s djecom školske dobi koji se žele ne samo dobro provesti već i naučiti nešto ovo.

### Tijekom jeseni i proljeća

- „**short breaks**“ – za osobe /parove u bijegu od stresne svakodnevnice i brojnih obveza, a koji kombiniraju
  - samonagrađivanje (spa/wellness, golf) s naglaskom na hedonizam
  - lagane aktivnosti u prirodi uz kombinaciju wellnessa,
  - kraće odmore namijenjene različitim tržišnim nišama turizma specijalnih interesa (kulturna baština, kulturna događanja, berba šljiva, berba ljekovitog bilja),
  - punjenje baterija kroz intenzivnije bavljenje različitim športskim aktivnostima (bicikliranje, tenis, golf, trčanje i pješačenje u prirodi)
- „**weekend escape**“ – za parove u potrazi za romantikom a koji kombinira
  - spa/wellness pakete
  - kulinarske i enološke podražaje
  - lagane šetnje i opuštanje u manje zahtjevnim rekreativnim aktivnostima

- **odmor u ruralnom okruženju** – iako zapravo cilja istu populaciju kao i u ljetnom razdoblju, namijenjen je osobama koje žele izbjegći ljetnu vrućinu i/ili prometnu gužvu. Moguće ga je kombinirati i sa:
  - sadržajima vezanim uz kulturu (obilazak, izleti)
  - laganim aktivnostima u prirodi i golf
- „**incentive**“ putovanja dizajnirana po mjeri za kompanije koje žele:
  - nagraditi svoje najvjernije klijente,
  - nagraditi svoje najbolje djelatnike.
- **poslovna i korporativna događanja** u mirnom, opuštajućem i izoliranom okruženju „krojenom po mjeri“ za:
  - tzv. „poslovne klinike“
  - „team building“ aktivnosti.

#### Tijekom zime

- **odmor za osobe željne zimskog ugođaja u Lici** a što valja kombinirati s:
  - ponudom različitih spa/wellness programa, po mogućnosti s pomakom prema zdravstvenom wellnessu i zdravstvenom turizmu
  - laganim aktivnostima u prirodi
  - upoznavanje lokalne gastronomije
- **poslovna i korporativna događanja** u mirnom, opuštajućem i izoliranom okruženju „krojenim po mjeri“ za:
  - tzv. „poslovne klinike“
  - „team building“ aktivnosti.

## 9. KONCEPCIJA I PLAN REALIZACIJE STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA I KLJUČNI PROJEKTI

### 9.1. Ključni projekti

Predviđenih strateške odrednice moguće je realizirati jedino uz pomoć i posredstvom određenih projekata. Strateške odrednice razvoja turizma Grada Gospića do 2027. godine temelje se na određenim projektima. Navedene projekte je neminovno realizirati kako bi se ostvarile projekcije rasta turističkog prometa, kapaciteta i gospodarskih učinaka turizma Grada Gospića zaključno s 2027. godinom ali i kao preduvjet razvoja turizma na dugoročnijim osnovama.



PROJEKT br. 1.	Centar suvremenih tehnologija Nikola Tesla
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic, Smiljan – 5.000 m2
Opis projekta	<p>Znanstvenik – genij- Nikola Tesla poznat je u svjetskim razmjerima. Njegova znanstveno- revolucionarna- djela i izumi odredili su tehnološki napredak suvremenog čovječanstva. To treba iskoristiti kao magnet za dolazak turista. Ime i prezime znanstvenika i u neposrednoj blizini mjesto njegovog rođenja, s rodnom kućom i memorijalnim centrom, već sada su turistička atrakcija koju pohode turisti. Međutim, uz već postojeće, a izgradnjom i opremanjem centra suvremenih tehnologija „Nikola Tesla“ moglo bi se pružiti potpuniji doživljaj o njegovom znanstvenom doprinisu u razvoju suvremenog čovječanstva. Na prostoru centra prikazao bi se primjerak izuma i njegova primjena u suvremenih industrijskim i tehnološkim dostignućima.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Na prikladniji način predočiti znanstvena otkrića Nikole Tesla i njihova primjena u industrijskom i tehnološkom razvoju.</p> <p>Centar, prema svojoj koncepciji, bi sadržao virtualnu i stvarnu kronologiju razvoja znanstvenih otkrića Nikole Tesla.</p> <p>Povećati konkurentnost turističke ponude Grada Gospića posredstvom centra i privlačne snage znanstvenog opusa i imena Nikola Tesla;</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanje Centrom, demonstracija sadržaja i primjene pojedinih izuma u praksi.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjskom županijom, Ministarstvom turizma, Ministarstvo obrazovanja, znanosti i športa, Ministarstvo gospodarstva, Ministarstvo energetike i zaštite okoliša RH

Uključeni dionici	Grad Gospic Turistička zajednica Grada Gospića Dionici turističkog razvoja Gospića Ličko-senjska županija Ministarstvo turizma Ministarstvo energetike i zaštite okoliša...
Očekivani rezultati	Razvoj novog proizvoda Povećanje turističke privlačnosti Grada Gospića s obzirom na porijeklo Nikole Tesla Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Projektiranje projekta Administrativno-operativna realizacija projekta Komercijalizacija projekta
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 30 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Razrada koncepcije i promocija projekta – 30 000 EUR-a Projektiranje projekta – 80.000 EUR-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 1 milijun EUR-a Komercijalizacija projekta – 50.000 EUR-a.





PROJEKT br. 2.	Tematski internacionalni park i međunarodno učilište- Nikola Tesla
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	<p>Tematski – internacionalni park i međunarodno učilište Nikola Tesla nastavak je prethodnog projekta i ima za cilj da još više približi širokoj-internacionalnoj-publici koji su posebno zainteresirani ili izučavaju područja koja baštine Teslina otkrića. Internacionalni park, osim prezentacije izuma ima za cilj da stvara međunarodno znanstveno okruženje koje tematizira Teslina znanstvena otkrića. U okviru centra djelovala bi internacionalno učilište (rad lipanj-listopad) koje bi okupljalo znanstvenike i studente (fizika, elektrotehnika...) iz inozemstva a koji bi boravkom u rodnom zavičaju Nikole Tesle produbljivali njegova znanstvena dostignuća i stvarali preduvjete za njihovu primjenu u suvremenim tehnologijama.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti značenje i doprinos Nikole Tesle suvremenoj znanosti i tehnologijama;</p> <p>Stvoriti poveznicu posjete znanstvenika i studenata motivirani imenom i djelom Nikola Tesla i povećanja turističkih posjeta i boravaka turista u Gospicu:</p> <p>Povećati konkurentnost proizvoda turizma Grada Gospića</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju</p> <p>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanjem i djelovanjem internacionalnog parka i učilišta.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, hrvatska sveučilišta.
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa</p> <p>Hrvatska sveučilišta</p>

Očekivani rezultati	Razvoj novog proizvoda Povećanje turističke privlačnosti Grada Gospića s obzirom na porijeklo Nikole Tesla Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Projektiranje projekta Administrativno-operativna realizacija projekta Komercijalizacija projekta
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 30 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Razrada koncepcije i promocija projekta – 40 000 EUR-a Projektiranje projekta – 100.000 EUR-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 1 milijun EUR-a Komercijalizacija projekta – 80.000 EUR-a.



PROJEKT br. 3.	Putovi Nikola Tesla
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic, Smiljan
Opis projekta	<p>Osim rođenja, Nikola Tesla je na području Grada Gospića, uz primarno školovanje, spoznao prve prirodne zakone koje je on u svojem istraživačkom radu usavršio i primijenio u praksi.</p> <p>Polaskom iz rodne kuće u Smiljanu i slijedom obrazovanja, njegovih prvih tehnoloških spoznaja (turbina...) stvorio bi se itinerer za obilazak turista na području Grada Gospića a čiji je glavni motiv upoznati se s prvim idejama i znanstvenim spoznajama Nikole Tesle.</p> <p>Osim infrastrukture putova (rute, signalizacija), formirala bi se i točke, s interpretacijskim sadržajima koji bi zorno dočarali život i djelovanje na području Grada Gospića.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proširiti i povećati kapacitete ponude tematiziranim značenjem Nikole Tesle, i time stvoriti dodatne motive za dolazak turista u Gospic.</li> <li>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda Grada Gospića.</li> <li>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</li> <li>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanje stazama Nikole Tesla</li> <li>Povećati zaposlenost</li> </ul>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko –senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvom kulture, Ministarstvo obrazovanja, znanosti i športa...RH
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo kulture...</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novog proizvoda</p> <p>Povećanje turističko- atraktivnih kapaciteta Grada Gospića</p> <p>Povećanje konkurenčnosti turističkog proizvoda Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>

Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Projektiranje projekta Administrativno-operativna realizacija projekta Komercijalizacija projekta
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 4 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta Projektiranje projekta 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 16 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Razrada koncepcije i promocija projekta – 10 000 EUR-a Projektiranje projekta – 20.000 EUR-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 300 tisuća EUR-a Komercijalizacija projekta – 20.000 EUR-a.



PROJEKT br. 4.	Tematski- termalni akva park
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospić
Opis projekta	<p>Grad Gospić u svojoj resursnoj osnovi obiluje s temeljnim preduvjetom života – vodom. Bogatstvo zalihami prirodne i zdrave vode koje je stacionirano ispod razine zemlje na području Grada Gospića stvara preuvjete da se i formira poseban oblik turističke ponude baziran na vodi. Ovim projektom stvorili bi se preduvjeti za bolju turističku valorizaciju i dopunske sadržaje Grada Gospića.</p> <p>Tematski park temeljio bi se na izvorima termalne vode i zabavno rekreativnim sadržajima koji bi se formirali-izgradili u okruženju. Osim simbola izvora života voda bi služila kao osnova rekreacije posredstvom zatvorenog i otvorenih bazena,tobogana i drugih zabavnih sadržaja. U okviru akva parka formirala bi se i rekreativno zabavna i ugostiteljska ponuda koja bi omogućavala dodatne turističke sadržaje Grada Gospića. Ovaj turistički sadržaj radio bi, osim u ljetnim mjesecima, i u pred i posezoni a usmjeren je na potražnju u širem okruženju (Zagreb, Split, Zadar, inozemno tržište).</p> <p>U okviru parka formirao bi se i interpretacijski centar s kronologijom života i razvoja turizma Grada Gospića.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati kapacitete rekreativnih i zabavnih kapaciteta Grada Gospića u skladu s brojem posjetitelja i njihovih potreba.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanje prostorom i sadržajima na prostoru zaledja.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospić i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo energetike i zaštite okoliša, Ministarstvo gospodarstva...
Uključeni dionici	<p>Grad Gospić</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja,</p> <p>Ministarstvo energetike i zaštite okoliša</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novog proizvoda</p> <p>Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone</p> <p>Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>

Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Projektiranje projekta Administrativno-operativna realizacija projekta Komercijalizacija projekta
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 36 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Razrada koncepcije i promocija projekta – 60 000 EUR-a Projektiranje projekta – 100.000 EUR-a Administrativno-operativna realizacija projekta – 5 milijuna EUR-a Komercijalizacija projekta – 100.000 EUR-a.



PROJEKT br. 5.	Golf
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	<p>S obzirom na bogatstvo prostornih resursa i pogodne reljefne osnove, područje Grada Gospića pogodna je za razvoj, raritetne u Hrvatskoj, turističke ponude – golfa. Golf je vrlo bitno obilježje turističke ponude glavnih receptivnih zemalja Europe (na pr. Austrija više od 200 golf igrališta, Španjolska više od 300)</p> <p>Za ovim tradicionalnim sportom postoji određena potražnja i u Hrvatskoj. Pogodan geografski položaj Gospića i njegova cestovna povezanost, suvremeni trendovi u turizmu potiču izgradnju i korištenje ovog sportsko-rekreacijskog i turističkog sadržaja. Korištenje golf sadržaja moguća je i u širem okruženju (Split, Zadar, Zagreb) kako njihovog stanovništva tako i turista koji borave u smještajnim kapacitetima na tim područjima.</p> <p>Osim igrališta s 18 rupa, ovaj projekt moguće je koncipirati kao golf resort s hotelom(spa i wellness) i vilama za odmor.</p> <p>Ovaj projekt značajno bi podignuo razinu turističke ponude i stvorio preduvjete za još bolju prepoznatljivost Grada Gospića na turističkom tržištu.</p>
Provodeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i privatnim investitorima.
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Etablirana konzultantska kuća</p> <p>Potencijalni investitor</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novih proizvoda</p> <p>Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone</p> <p>Tržišno repozicioniranje Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti Gospića</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>
Akcijski plan	<p>Koncept najbolje uporabe</p> <p>Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti</p> <p>Priprema projektne dokumentacije</p> <p>Provedba natječajnog postupka</p> <p>Izbor izvođača radova</p> <p>Početak rekonstrukcije</p>
Vremenski raspored	<p>Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta</p> <p>Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe</p> <p>Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije</p> <p>Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije</p> <p>Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja</p> <p>Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača</p>

Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20-25.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 3 milijuna EUR-a
-------------------	--



PROJEKT br. 6.	Adrenalinski park
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Aktivni odmor jedan je od najjačih pokretača i motiva turističkih putovanja današnjice. Taj oblik odmora najviše upotpunjavaju turisti srednje ali i pozne životne dobi. Aktivni odmor je oblik turističke potražnje koja su vezana i za MICE putovanja posebno u onom dijelu koje organiziraju korporacije u pogledu tzv. "team buildinga". Najnoviji oblici aktivnog odmora odvijaju se u posebno pripremljenim – adrenalinskim - parkovima s prikladnom infrastrukturom koja posebnim metodama i opremom smanjuje razinu stresa kod suvremenog turiste. S obzirom na tendencije na strani turističke potražnje te resursnu- prostornu-osnovu Grada Gospića, izgradnja i opremanje adrenalinskog parka stvorio bi dodatne motive za putovanje i boravak na području Gospića i to za različite segmente turista različite životne dobi kao i MICE putovanja posebno u segmentu zbližavanja u korporacijama.
Provedbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i privatnim investitorima.
Uključeni dionici	Grad Gospic Etablirana konzultantska kuća Potencijalni investitor
Očekivani rezultati	Razvoj novih proizvoda Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone Tržišno repozicioniranje Gospića Podizanje turističke atraktivnosti Gospića

	<b>Povećanje zaposlenosti</b>
Akcijski plan	Koncept najbolje uporabe Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti Priprema projektne dokumentacije Provedba natječajnog postupka Izbor izvođača radova Početak rekonstrukcije
Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 3 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 15-20.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 150.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a. Realizacija projekta – 2 milijuna EUR-a



PROJEKT br. 7.	Hotel „GOSPIĆ“
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Hotelski kapaciteti-smještaj i prateći sadržaji- okosnica su svake turističke ponude. Bez hotelskih kapaciteta nezamislivo je razvijati turističku ponudu i razvoj turizma na području Gospića. Iako na području Gospića već postoje tri registrirana hotelska kapaciteta, njihova koncepcija kao i kvaliteta ne pridonose višoj razini razvoja turizma na području Grada Gospića kao i stvaranje podloge za valorizaciju naprijed navedenih projekata. Zbog toga na području Grada Gospića potrebno je da dođe do realizacije –izgradnja i opremanje hotela „GOSPIĆ“ sa 60 smještajnih jedinica (90 ležaja) i 4*, restoranom, multifunkcionalnom - kongresnom -dvoranom, 3 manje dvorane za skupove, spa i wellness sadržajima i drugim sadržajima koje zahtijeva suvremenii turist.

Provedbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i Ministarstvom turizma RH
Uključeni dionici	Grad Gospic Turistička zajednica Grada Gospića Ministarstvo turizma RH Etablirana konzultantska kuća Potencijalni investitor
Očekivani rezultati	Razvoj novih proizvoda Stvaranje preduvjeta za cjelogodišnje poslovanje Tržišno repozicioniranje Gospića Podizanje turističke atraktivnosti Gospića Povećanje zaposlenosti Rast životnog standarda lokalne populacije
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta Privlačenje potencijalnih dobavljača usluga (distribucija informacija, stručna pomoć, edukacija) Plasiranje na tržište i komercijalizacija Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti
Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 3 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 18 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 2,8 milijuna EUR-a



PROJEKT br. 8.	Hotel „TERME“
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Hotelski kapaciteti-smještaj i prateći sadržaji- okosnica su svake turističke ponude. Bez hotelskih kapaciteta nezamislivo je razvijati turističku ponudu i razvoj turizma na području Gospića. Iako na području Gospića već postoje tri registrirana hotelska kapaciteta, njihova koncepcija kao i kvaliteta ne pridonose višoj razini razvoja turizma na području Grada Gospića kao i stvaranje podloge za valorizaciju naprijed navedenih projekata. Zbog toga na području Grada Gospića potrebno je da dođe do realizacije izgradnje i opremanje hotela s 50 smještajnih jedinica (80 ležajeva) i 4 *, restoranom multifunkcionalnom -kongresnom - dvoranom, spa i wellness sadržajima i drugim sadržajima koje zahtijeva suvremeni turist. Ovaj hotelski kapacitet sastavni je dio termalnog akva parka i pozicionirao bi se na tržištu kao hotel zdravstvenog turizma, aktivnog odmora ali i MICE turizma.
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i Ministarstvom turizma RH i potencijalni investitor.
Uključeni dionici	Grad Gospic Turistička zajednica Grada Gospića Ministarstvo turizma RH Etablirana konzultantska kuća
Očekivani rezultati	Razvoj novih proizvoda Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone Tržišno repozicioniranje Gospića Podizanje turističke atraktivnosti Gospića Povećanje zaposlenosti Rast životnog standarda lokalne populacije
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta Privlačenje potencijalnih dobavljača usluga (distribucija informacija, stručna

	pomoć, edukacija) Plasiranje na tržište i komercijalizacija Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti
Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 3 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 18 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 3.milijuna EUR-a



PROJEKT br. 9.	Razvoj obiteljskih hotela
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Cilj projekta je renoviranje i izgradnja obiteljskih hotela. Suvremeni turist sve više traži za boravak za vrijeme svojeg odmora u manjim smještajnim objektima s neposrednim kontaktom sa svojim domaćinom. Prema tržišnim istraživanjima, obiteljski hoteli svojom ponudom mogu zadovoljiti potrebe suvremenih turista. Obiteljski hoteli mogu se organizirati kroz renoviranje, nadogradnju postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja ili izgradnji novih kapaciteta obiteljskog hotela. Izgradnjom novih ili nadogradnjom i renoviranjem postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja (3 subjekta kapaciteta po 40 ležaja) moguće je stvoriti novu hotelsku ponudu Grada Gospića od novih 120 smještajnih jedinica

	međunarodnih standarda 3* kao i izgradnja novih kapaciteta obiteljskog hotelijerstva. Rekonstrukcijom i izgradnjom obiteljskih hotela stvoriti će se preduvjeti za povećanje konkurenčne prednosti turizma Grada Gospića i produženja turističke sezone.
Provjedbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i potencijalni investitorim
Uključeni dionici	Grad Gospic Etablirana konzultantska kuća Postojeći ili novi vlasnici obiteljskih hotela
Očekivani rezultati	Razvoj novih proizvoda Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone Tržišno repozicioniranje Gospića Podizanje turističke atraktivnosti Gospića Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Koncept najbolje uporabe Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti Priprema projektne dokumentacije Provjeda natječajnog postupka Izbor izvođača radova Početak rekonstrukcije ili izgradnje
Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Izrada potrebne projektne dokumentacije – 90.000 EUR-a Realizacija projekta – 3 milijuna EUR-a



PROJEKT br. 10.	Kampovi
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	<p>Uz aktivni odmor, boravak u ekološki očuvanoj prirodi najznačajniji je motiv turističkih putovanja, posете i boravka na određenoj turističkoj destinaciji. Upravo kamping turizam zadovoljava potrebe navedenog tipa turista.</p> <p>Prostorna resursna osnova, čista i ekološki očuvana priroda s mogućnošću brojnih sadržaja u okruženju kampa jedan je od najrealnijih mogućnosti razvoja turizma na širem području Grada Gospića.</p> <p>Prednost kaming turizma je i ta što suvremene tehnologije građenja i opreme (mobile home kuće, komforni šatori, kućice na stablu...) pružaju komfor kao i „čvrstim“ smještajnim objektima. S obzirom na tip smještajnih kapaciteta kod izgradnje kapaciteta u kampu, investitor je u komfornejoj poziciji s obzirom na administrativnu regulativu i troškove investicije.</p> <p>Ovdje se projektira kapacitet kampa od 100 smještajnih jedinica a kojih je moguće više, ovakvog tipa, aplicirati na području Grada Gospića.</p>
Provđbeni model	<p>Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i privatnim investitorima.</p> <p>Ministarstvom turizma RH</p> <p>Ministarstvom regionalnog razvoja, Ministarstvo energetike i zaštite okoliša...</p>
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospić</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja,</p> <p>Ministarstvo energetike i zaštite okoliša</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novih proizvoda</p> <p>Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone</p> <p>Tržišno repozicioniranje Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti Gospića</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>
Akcijski plan	<p>Razrada koncepcije i promocije projekta</p> <p>Plasiranje na tržište i komercijalizacija</p> <p>Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti</p>

Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 10 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Razvoj koncepcije i promocije projekta – 30-35 tisuća EUR-a Plasiranje na tržište i komercijalizacija 20 tisuća EUR-a Realizacija projekta 300 tisuća EUR-a



PROJEKT br. 11.	Cikloturizam – biciklističke staze i bike smještaj
Vrsta projekta	Diversifikacija turističkih doživljaja (iskustva)
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Suvremenim turist za vrijeme svojeg odmora na turističkoj destinaciji prakticira brojne aktivnosti. Jedna od najfrekventnijih aktivnosti je cikloturizam. Prema određenim procjenama iznad 25% turista iz najznačajnijih emitivnih tržišta (Njemačka, Austrija, Češka, Slovačka, Slovenija) na odmor dovoze svoj bicikl a još oko 15 % iznajmljuju bicikl na turističkoj destinaciji. Taj tip turista svakodnevno koristi bicikl kao dio rekreacije i odmora. Takav tip turista traži i adekvatnu infrastrukturu na turističkoj destinaciji. Projekt biciklističkih staza, osim staza za bicikliranje i signalizacije, sadrži i gastronomsko-osvježavajuće punktove gdje bi se biciklistima omogućila ponuda lokalne gastronomije i osvježavajućih napitaka.

	<p>Projekt biciklističkih staza preduvjet je razvoja cikloturizma na području Grada Gospića u cilju povećanja turističkih dolazaka i produžetak turističke sezone gdje bi se posredstvom ove turističke suprastrukture moglo organizirati nagradne biciklističke utrke tijekom mjeseca travnja, svibnja, lipnja, rujna i listopada a to bi znatno povećalo broj turističkih posjeta u navedenim mjesecima. U okviru ovog projekta potrebno je ponuditi specijalni smještajni kapacitet – bike hotel na području grada Gospića koji bi biciklistima pružio smještaj i okrepnu ali i potrebne servisne usluge za bicikle.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati kapacitete ponude aktivnog turizma i time stvoriti veće rekreativno-zabavne kapacitete Grada Gospića u skladu potreba suvremenih turista.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvo regionalnog razvoj, Ministarstvo poduzetništva ...
Uključeni dionici	Grad Gospic Turistička zajednica Grada gospića Dionici turističkog razvoja Gospića Ličko-senjska županija Ministarstvo turizma RH Ministarstvo regionalnog razvoja
Očekivani rezultati	Razvoj novog proizvoda Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Projektiranje projekta Administrativno-operativna realizacija projekta Komercijalizacija projekta
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 24 mjeseca nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 15-20.000 EUR-a Izrada potrebne projektne dokumentacije – 100.000 EUR-a Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 300.000 EUR-a



PROJEKT br. 12.	Razvoj ruralnog i agroturizma
Vrsta projekta	Diversifikacija turističkih doživljaja (iskustva)
Djelokrug projekta	Grad Gospic
Opis projekta	<p>Cilj ovog projekta je stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog ruralnog okruženja, očuvanje ruralne baštine i stoljetne kulture života i rada ličkog seljaka. Turisti koji su skloni ovoj vrsti ponude, borave u posebnom objektu (s bazenom) koji organizacijski i arhitektonski odgovara prirodnom ambijentu kojeg obilježava krajobrazni sadržaji okoline Grada Gospića. Proizvod bi uključivao aktivan odmor, počevši od pomaganja u tipično poljoprivrednim poslovima, do raznih aktivnosti u prirodi (vožnja biciklom, šetnja u prirodi, branje šljiva, berba ljekovitog bilja, berba jabuka, promatranje biljnog i životinjskog svijeta). Razvijeni proizvod (i klaster) mogli bi se zajednički promovirati i komercijalizirati. Projektna ideja uključuje i osnivanje specijalizirane udruge koja bi za domaćinstva-članice obavljala usluge edukacije, standardizacije proizvoda (sustav kvalitete) i marketinške aktivnosti.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proširiti i povećati kapacitete ruralnog i agroturizma Grada Gospića u skladu s brojem posjetitelja i njihovih potreba.</li> <li>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</li> <li>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</li> <li>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanje prostorom i sadržajima na prostoru zaledja.</li> <li>Povećati zaposlenost</li> </ul>
Provđeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvo poduzetništva...
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja</p>

Očekivani rezultati	Razvoj novog proizvoda Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocija koncepta Privlačenje potencijalnih dobavljača usluga(distribucija informacija, stručna pomoć, edukacija) Plasiranje na tržište i komercijalizacija Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti
Vremenski plan	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta
Potrebna sredstva	Razvoj koncepcije i promocije projekta 25-30.000 EUR-a Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 35.000 EUR-a Investicija u rekonstrukciju, adaptaciju i izgradnju objekta ruralnog i agroturizma- 70-100.000 EUR-a



PROJEKT br. 13.	Triatlon centar
Vrsta projekta	Diversifikacija turističkih doživljaja (iskustva)
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	Suvremenim turistima za vrijeme svojeg odmora na turističkoj destinaciji prakticiraju brojne aktivnosti. Jedna od tih aktivnosti je i triatlon. To je kombinacija biciklističkih staza (60 km), jogging - pješačkih staza (15 km) i plivanja u rijeci /jezeru (1 km). S obzirom na prostorne i infrastrukturne resurse Grada Gospića moguće je organizacija triatlon centra koji bi motivirao hiperaktivne turiste da posjećuju

	<p>područje Grada Gospića i upotpunjavaju svoje turističke potrebe. Naravno da bi se organizacijom ovakvog centra stvorili preduvjeti za kontinuirano održavanje treninga i natjecanja u triatlonu što bi omogućilo dolazak i boravak turista uz znatno veći stupanj popunjenošću smještajnih kapaciteta i ukupne turističke potrošnje.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati kapacitete ponude aktivnog turizma i time stvoriti veće rekreativno-zabavne kapacitete Grada Gospića u skladu potreba suvremenih turista.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđenbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvo regionalnog razvoj, Ministarstvo poduzetništva ...
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Županijske ceste</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novog proizvoda</p> <p>Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone</p> <p>Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>
Akcijski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija koncepta</p> <p>Projektiranje projekta</p> <p>Administrativno-operativna realizacija projekta</p> <p>Komercijalizacija projekta</p>
Vremenski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta</p> <p>Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta</p> <p>Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta</p> <p>Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta</p>
Potrebna sredstva	<p>Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 15-20.000 EUR-a.</p> <p>Izrada potrebne projektne dokumentacije – 100.000 EUR-a.</p> <p>Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a.</p> <p>Realizacija projekta – 300.000 EUR-a.</p>



PROJEKT br. 14.	Konjički turizam
Vrsta projekta	Unapređenje turističke suprastrukture
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	<p>Uz aktivni odmor, boravak u ekološki očuvanoj prirodi najznačajniji je motiv turističkih putovanja, posjete i boravka na određenoj turističkoj destinaciji.</p> <p>Boravkom na turističkoj destinaciji, koja svoju ponudu temelji na ekološki čistim prostornim resursima, turist želi biti u neposrednom kontaktu s tom prirodom ali i domaćim životinjama. Jedna od domaćih životinja je konj, koji danas gotovo isključivo ima funkciju rekreativne (terapijsko jahanje, jahanje u prirodi). S obzirom na tradiciju i prostornu dimenziju Grada Gospića moguće je razvijati i ovu vrstu ponude u smislu organizacije jahačkih tura s konjima u neposrednu okolicu Gospića ili organiziranje terapijskog jahanja ali i drugih aktivnosti koje bi upotpunjavale boravak turista koji imaju posebnu ljubav prema ovoj plemenitoj životinji.</p> <p>Ovdje se projektira kapacitet konjičkog kampa od 10 životinja a kojih je moguće više, ovakvog tipa aplicirati na području Grada Gospića.</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati kapacitete ponude aktivnog turizma i time stvoriti veće rekreativno-zabavne kapacitete Grada Gospića u skladu potreba suvremenih turista.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, stručnim konzultantima i privatnim investitorima. Ministarstvom turizma RH Ministarstvom regionalnog razvoja, Ministarstvo poljoprivrede.

Uključeni dionici	Grad Gospic Turistička zajednica Grada Gospić Ministarstvo turizma RH Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo poljoprivrede
Očekivani rezultati	Razvoj novih proizvoda Stvaranje preduvjeta za produljenje sezone Tržišno repozicioniranje Gospića Podizanje turističke atraktivnosti Gospića Povećanje zaposlenosti
Akcijski plan	Razrada koncepcije i promocije projekta Plasiranje na tržište i komercijalizacija Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti
Vremenski raspored	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja Realizacija projekta- 10 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača
Potrebna sredstva	Razvoj koncepcije i promocije projekta – 30-35.000 EUR-a Plasiranje na tržište i komercijalizacija 20.000 EUR-a Realizacija projekta 200.000 EUR-a



PROJEKT br. 15.	Centar lova, ribolova i promatranja ptica
Vrsta projekta	Diversifikacija turističkih doživljaja (iskustva)
Djelokrug projekta	Grad Gospic
Opis projekta	<p>Cilj ovog projekta je stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog prirodnog okruženja i bogatstvom staništa divljači, slatkovodnih riba i ptica.</p> <p>U okviru centra organizirala bi se infrastruktura (lovišta), lokaliteti za ribolov na slatkovodnim vodama i lokaliteti iz kojeg je moguće promatrati ptice.</p> <p>S obzirom na prostorne resurse i ekološku čistu prirodu pogodnu za obitavanje životinjskog svijeta ali i atraktivnosti ovog oblika turističke ponude za kojoj postoji potvrđena potražnja, ovaj proizvod /centar može biti značajni razlog za posjete brojnih turista na području Grada Gospića</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati dodatne sadržaje turističke ponude Grada Gospića u skladu s brojem posjetitelja i njihovih potreba.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Uspostaviti posebnu organizaciju za upravljanje prostorom i sadržajima na prostoru zaledja.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvom poljoprivrede, Ministarstvo poduzetništva ...
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja</p>
Očekivani rezultati	Razvoj novog proizvoda

	<p>Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone          Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića          Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja          Povećanje zaposlenosti</p>
Akcijski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija koncepta          Privlačenje potencijalnih dobavljača usluga(distribucija informacija, stručna pomoć, edukacija)          Plasiranje na tržište i komercijalizacija          Trajna operacionalizacija marketinških i promotivnih aktivnosti</p>
Vremenski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta          Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta          Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta          Komercijalizacija projekta 24 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta</p>
Potrebna sredstva	<p>Razvoj koncepcije i promocije projekta 25-30.000 EUR-a          Plasiranje na tržište i komercijalizacija – 35.000 EUR-a          Realizacija projekta 200.000 EUR-a</p>



<b>PROJEKT br. 16.</b>	Putovi sira, krumpira, šljive i ljekovitog bilja
Vrsta projekta	Diversifikacija turističkih doživljaja (iskustva)
Djelokrug projekta	Gospic
Opis projekta	<p>Tradicija Like, kao izrazito stočarskog područja, je proizvodnja janjećeg mesa i sira, posebno škripavca, a u poljoprivredi uzgoj šljiva i proizvodnja proizvoda na bazi šljiva (džem, šljivovica). Područje u okruženju Gospića bogato je raznovrsnim ljekovitim biljem koje se upotrebljava za proizvodnju brojnih vrsta čajeva i drugih napitaka.</p> <p>Na temelju prirodnih resursa i poljoprivredne tradicije moguće je razviti posebno korisnu-rekreativnu turističku aktivnost i ponuditi turistima koji borave na području Grada Gospića da se uključe u organizirani obilazak putova šljiva, sira, janjetine i ljekovitog bilja.</p> <p>Naravno u to je uključena i konzumacija navedenih proizvoda ali i mogućnost kupnje različitih suvenira tematiziranih na te proizvode kao i druga obilježja Like (lička kapa).</p> <p>Cilj ovog projekta je:</p> <p>Proširiti i povećati kapacitete ponude aktivnog turizma i time stvoriti veće rekreativno-zabavne kapacitete Grada Gospića u skladu potreba suvremenih turista.</p> <p>Povećati konkurentnost turističkog proizvoda.</p> <p>Generirati dodatnu turističku potrošnju.</p> <p>Povećati zaposlenost</p>
Provđbeni model	Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvom turizma i Ministarstvo regionalnog razvoj, Ministarstvo poljoprivrede...
Uključeni dionici	<p>Grad Gospic</p> <p>Turistička zajednica Grada Gospića</p> <p>Dionici turističkog razvoja Gospića</p> <p>Ličko-senjska županija</p> <p>Ministarstvo turizma RH</p> <p>Ministarstvo regionalnog razvoja</p>
Očekivani rezultati	<p>Razvoj novog proizvoda</p> <p>Povećanje turističkih sadržaja i produženje turističke sezone</p> <p>Povećanje konkurentnosti turističkog proizvoda Gospića</p> <p>Podizanje turističke atraktivnosti šireg područja</p> <p>Povećanje zaposlenosti</p>
Akcijski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija koncepta</p> <p>Projektiranje projekta</p> <p>Administrativno-operativna realizacija projekta</p> <p>Komerčijalizacija projekta</p>
Vremenski plan	<p>Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.</p> <p>Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.</p> <p>Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.</p>

	Komercijalizacija projekta 28 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
Potrebna sredstva	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 15-20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 10.tisuća EUR-a. Realizacija projekta – 200.000 EUR-a.

## 10. PROJEKCIJA RAZVOJA TURIZMA NA PODRUČJU GRADA GOSPIĆA

Polazeći od očekivanih konkretnih implikacija i/ ili učinaka prethodno identificiranih razvojno-investicijskih projekata u sferi interesa privatnog sektora za područje Grada Gospića izvedene su slijedeće projekcije:

- projekcija rasta i broja noćenja
- projekcija razvoja smještajnih kapaciteta
- procjena ulaganja u smještajne kapacitete
- procjena novozaposlenih osoba

Iako se sve razvojne projekcije odnose na razdoblje do 2027. godine, važno je naglasiti da ih valja shvaćati manje kao razvojnu izvjesnost, odnosno nešto što će se desiti samo po sebi, a više kao moguću indikaciju razvojno-investicijskog potencijala Grada Gospića utemeljenu na odabranoj razvojnoj viziji. Samim tim, dakle izvedene bi razvojne projekcije trebale potaknuti sve dionike turističkog razvoja Grada Gospića da u nadolazećem razdoblju međusobno surađuju i usklađeno djeluju osobito u kontekstu latentno prisutnog konflikta interesa privatnog i javnog sektora. Samo će, naime, takvim djelovanjem biti moguće:

- potaknuti interes za poduzetničkim djelovanjem od strane lokalnih stanovnika,
- kvalitetno pripremiti teren za ulazak u određeni broj većih razvojno- investicijskih projekata bez kojih cijeli ovaj prostor neće biti moguće uspješno tržišno repozicionirati, odnosno
- uspostaviti transparentan, efikasan i društveno prihvatljiv sustav upravljanja i monitoringa cijelog razvojnog procesa.

### 10.1. Projekcija rasta i broja noćenja

Temeljem projekcije rasta smještajnih turističkih kapaciteta na području Grada Gospića, na kraju desetogodišnjeg razvojnog razdoblja ostvarila bi se slijedeći obim turističkog promet (tablica 15.)

**Tablica 15.** Dolasci i noćenja turista Grad Gospića 2016. i 2027. godine

	2016.	2027.	Indeks 2027 /2016.
Dolasci	16.873	57.559	341
Noćenja	31.406	179.090	570
Prosječna duljina boravka	1,8	3,2	178

U 2027. godini na području Grada Gospića ostvarilo bi se 57.559 dolazaka turista a koji bi ostvarili 181.870 noćenja. Prema bazičnoj 2016.godini to je povećanje od 241 % kada su u pitanju dolasci a za 470 % kada su u pitanju turistička noćenja.

### 10.2. Projekcija razvoja smještajnih kapaciteta

U narednom desetljeću na području Grada Gospića predviđa se povećanje od dva i pol puta ukupnih smještajnih jedinica. (Tablica 16.)

**Tablica 16.** Projekcija broja smještajnih objekata i ležaja u Gradu Gospiću 2027. godine

OPIS	2016.		2027.	
	Broj objekata	Broj ležaja	Broj objekata	Broj ležaja
<b>UKUPNO</b>	<b>24</b>	<b>509</b>	<b>54</b>	<b>1.485</b>
- od toga HOTELI:				
5 *	0	0	1	30
4 *	0	0	3	226
3 *	2	68	2	68
2 *	0	0	0	0
- MOTEL	1	90	1	90
- KAMPOVI	1	18	6	518
- OBITELJSKE SOBE I APARTMANI	18	185	32	285
- ODMORIŠTE	1	64	1	64
- PANSION	1	84	1	84
- MALI OBIT. HOTELI	0	0	3	120

U narednom desetljeću na području Grada Gospića došlo bi do povećanja od 976 smještajnih jedinica - ležaja. U hotelske kapacitete u 2027. godini uključeni su i hotelski kapacitete koji su već realizirani u 2017. godini (hotel „Stara Lika“ kapaciteta 56 ležaja kategorije 4\* i hotel „Dvori Dide Joje“ kapaciteta 30 ležajeva kategorije 5 \*), ukupno 86 novih hotelskih smještajnih jedinica- ležajeva.

Uz navedena dva nova hotelska kapaciteta, na kraju narednog desetljeća, strukturi hotelskih kapaciteta pridodala bi se dva nova izgrađena hotelska objekta (Hotel „Gospić“ kapaciteta 90 ležaja kategorije 4\* i hotel „Terme“ kapaciteta 80 ležajeva i kategorije 4\*). Značajno bi se povećali smještajni kapaciteti u kampovima - za 500 smještajnih jedinica. To znači da bi u 2027. godini na području Grada Gospića se moglo smjestiti u jednom danu 518 kampera. U obiteljskom smještaju povećali bi se kapaciteti za dodatnih 100 ležajeva, a u malim obiteljskim hotelima (3 obiteljska hotela s po 40 ležajeva) za 120 novih ležaja.

**Tablica 17.** Projekcija turističkog prometa u Gradu Gospiću 2027. prema vrsti smještajnih kapaciteta

VRSTA SMJEŠTAJA	Broj ležaja	Broj turista	Broj noćenja
<b>UKUPNO</b>	<b>1.485</b>	<b>57.559</b>	<b>179.090</b>
-od toga HOTELI	324	14.720	47.260
5*	30	1.285	5.400
4*	226	10.593	33.900
3*	68	2.842	7.960
2*	0	0	0
MOTEL	90	6.600	9.900
KAMPOVI	518	15.540	56.980
OBITELJSKE SOBE, APARTMANI i RUR. TUR.	285	6.270	31.350
ODMORIŠTA	64	8.000	9.600
PANSION	84	3.360	8.400
MINI OBIT. HOTELI	120	3.069	15.600

Od ukupnog broja ostvarenih noćenja 2027. godine u smještajnim kapacitetima na području Grada Gospića najviše bi se ostvarilo u kampovima (30 %), hotelima (20 %) i obiteljskom smještaju i ruralnom turizmu (18%).

### **10.3. Procjena ulaganja u smještajne kapacitete i novozaposlene osobe**

Projekti ulaganja u smještajne kapacitete, turističku suprastrukturu i infrastrukturu Grada Gospića u narednih deset godina ukupno su procijenjeni na 25,5 milijuna EUR-a.

**Tablica 18.** Predvidiva ulaganja u turističku ponudu i mogući broj zaposlenih u Gradu Gospiću 2027.

Red br.	NAZIV PROJEKTA	PREDRAČUNSKA VRIJEDNOST (u 000 EUR-a)	MOGUĆI BROJ ZAPOSLENIH
1.	Centar suvremenih tehnologija „Nikola Tesla“	1.000	4
2.	Tematski internacionalni park i međunarodno učilište „Nikola Tesla“	1.000	6
3.	Putovi Nikola Tesla	300	2
4.	Tematski termalni Akva park	5.000	15
5.	Golf	3.000	5
6.	Adrenalinski park	2.000	5
7.	Hotel „GOSPIĆ“ 4 * (90 smj. jed.)	3.000	12
8.	Hotel „TERME“ 4 * (80 smj. jed.)	3.200	15
9.	Obiteljski hoteli (3 x 40 smj. jed.)	3.000	12
10.	Kampovi (5x 100 smj. jed.)	1.500	10
11.	Cikloturizam	300	3
12.	Razvoj ruralnog turizma (15 x 4 smj. jed.)	1.500	22
13.	Triatlon centar	300	2
14.	Konjički turizam	200	2
15.	Centar lova, ribolova i promatranja ptica	200	3
16.	Putovi sira, krumpira, šljive i ljekovitog bilja	200	5
<b>UKUPNO:</b>		<b>25.500</b>	<b>123</b>

Realizacija Strategije turističkog razvoja Grada Gospića 2017. – 2027. godina rezultiralo bi dodatnim zapošljavanjem 114 djelatnika. To bi otvorilo novu perspektivu života i rada budućim generacijama na području Grada Gospića.

## 11. KOMUNIKACIJSKE SMJERNICE

Strategija razvoja turizma Grada Gospića definira komunikacijske smjernice. U tom je segmentu potreban razvoj kvalitetnijeg komunikacijskog sustava koji bi obuhvatio dvije razine komunikacije. Jedna razina podrazumijeva suradnju i sustav komunikacije među svim interesno-utjecajnim skupinama, odnosno dionika turističke podrške i ponude, dok drugu karakterizira njihov odnos prema turistima. Cilj je uređenje informacijskog sustava s centrom upravljanja te vertikalnim i horizontalnim protokom informacija. Ovakav bi informacijski sustav imao dvojaku funkciju, upotrebom bi informacijsko-telekomunikacijske tehnologije omogućio stvaranje jedinstvene baze podataka, te integralno, harmonizirano i transparentno informiranje. Time bi se osiguralo potpuno sinergijsko umrežavanje dionika turističke podrške i ponude te omogućilo upravljanje sustavom turističke destinacije koji se odnosi na donošenje odluka, njihovu provedbu i kontrolu.

Proces komunikacije turističke ponude ostvaruje se ukoliko su ostvareni prethodno opisani uvjeti. Cilj bi uređenog i umreženog informacijskog sustava bio primjereno, pravovremeno, usklađeno i unificirano informiranje turista, te omogućeno jedinstveno prezentiranje Grada Gospića kao turističke destinacije na turističkom tržištu.

Osim IT tehnologije potrebno je izgraditi i jedinstveni sustav turističke signalizacije (smeđa signalizacija i orientacijske table) koji bi upućivao turiste na ključne i značajne atrakcije i sadržaje, te omogućio bolju orientaciju u određenoj destinaciji. Značajna je uloga lokalnog stanovništva koje je posredno uključeno u odvijanje turističkih aktivnosti, ali koje na specifičan način može pristupiti turistu, komunicirati s njime i pružiti mu potrebne informacije. U takvom odnosu je svakako potrebna i komunikacija turista u odnosu na turističku ponudu, a moguće ju je provoditi kontinuiranim istraživanjem stavova, ponašanja i zadovoljstva turista, na različitoj razini poslovanja (u okviru nekog turističkog subjekta, lokalno i regionalno). Komunikacija s turistima obuhvaća i upravljanje turističkim marketingom kao ključnim segmentom dugoročnog upravljanja i razvoja turizma Grada Gospića.

Turistički se marketing Grada Gospića mora temeljiti na profesionalnom strateškom i operativnom marketinškom planiranju, privlačnoj prezentaciji prirodne i društvene baštine, te stvaranju prepoznatljivog i autohtonog turističkog brenda Grada Gospića unutar hrvatske *branding* strategije. Sukladno potrebi upravljanja marketingom i nužnosti umrežavanja dionika turističke ponude moguće je uspostaviti marketinški klub Grada Gospića koji će okupiti značajne dionike, kako bi zajednički jedinstveno promovirali Grad Gospić kao turističku destinaciju.

## 12. PROVEDBE I PRAĆENJA

Grad Gospic posredstvom Strategije turističkog razvoja nastoji definirati ključne koncepte budućeg razvoja turizma, kao i temeljni upravljački okvir promjena. Svaka rasprava o budućnosti, a napose budućnosti turizma kao jednog od najatraktivnijeg turističkog područja u Hrvatskoj, u prvi plan stavlja pitanje interesa subjekta programa i resursa povezanih s promjenama. U tom kontekstu riječ je o sljedećem:

Vodstvo, odnosno tko i zašto inicira promjene

Grad Gospic i Turistička zajednica Grada Gospića preuzimaju punu odgovornost za budućnost turističkog sektora Gospića. Cilj je Strategije turističkog razvoja uspostaviti novu viziju i razvojnu strategiju te unaprijediti upravljački sustav kako bi se internim dogovorom svih ključnih subjekata stvorio novi okvir za poduzetništvo u turističkom sektoru Grada Gospića. Preuzimanje odgovornosti, dakako, prepostavlja i interne prilagodbe obiju institucija u cilju djelotvornog i održivog utjecanja na kvalitetu turističke budućnosti Grada Gospića.

Želja za promjenama, dakako nije povezan samo s nadolazećim novim odgovornostima za razvitak Grada Gospića. Radi se o potrebi promjene naslijedene filozofije i koncepta razvoja turizma koji je prevladavao desetljećima. Ključni, lokalni, subjekti osvijestili su potrebu da je utemeljenom i demokratskom raspravom moguće graditi realne koncepte i projekte koji bitno doprinose podizanju konkurentnosti pozicije Grada Gospića u međunarodnom turizmu. U tom je kontekstu metodologija izrade Strategije turističkog razvoja posebno prilagođena, i to tako da traži suglasnost ključnih interesnih subjekata u svim značajnijim fazama projekta.

### 12.1. Interesni subjekti i usklađivanje njihovih interesa

U dosadašnjoj turističkoj prošlosti Grada Gospića prevladavao je netržišni razvojni model, koji je institucionaliziran tijekom osmog desetljeća dvadesetog stoljeća. Taj se model temelji na strategiji niskih vrijednosti i troškova te s niskim upravljačkim i tehnološkim standardima. Navedeni je model rezultirao prodajom prirodnih i donekle kulturnih resursa s niskom dodatnom vrijednošću, uz značajnu prisutnost sive ekonomije. Cijeli se proces rasta i razvoja događao s malim ili nikakvim utjecajem gradske komponente jer su ključne odluke o razvoju i rastu uglavnom izvan odgovornosti područja. Kada Grad preuzima odgovornost za razvoj ovog sektora, onda je ona prije svega usmjerena na zadatku kako posredstvom turizma podići ekonomski napredak i kvalitetu života stanovništva cijelog Grada Gospića, što je, uostalom, i glavni smisao djelovanja svake odgovorne vlasti. Pitanje ekonomskog napretka povezano je sa zahtjevom za osiguranjem rasta (investicija, novih projekata, novih poslova i sl.) koje je, međutim, nedjeljivo od konkurenčnosti i inovacija (veće plaće, profitabilnost investicija, poslovna održivost i sl.). S druge strane, kad je riječ o kvaliteti života, riječ je o fizičkom i emotivnom iskustvu kvalitetnog života koji uključuje sigurnost, očuvanost okoliša, održanje lokalnog identiteta te u konačnici ugodniji svakodnevni život. U nadolazećem razdoblju valja računati na postojeće i brojne nove ključne interesne subjekte koji će podići inovacijski kapacitet Grada Gospića. Isto tako valja računati i s preprekama koje za sada proizlaze iz razmjerno niskog apsorpcijskog kapaciteta Grada, a koji je prije svega izražen niskim performansama lokalnog i regionalnog tržišta rada.

Jedino zajedničkom suradnjom i međusobnim povjerenjem javnog sektora, a posebno dionika turističkog sektora i njemu pratećih djelatnosti moguće je realizirati postavljene ciljeve Strategije turističkog razvoja Grada Gospića. Za uspjeh implementacije Strategije turističkog razvoja nužna je suradnja sa svim dionicima turističkog razvoja – nacionalnim i lokalnim. Ključni lokalni nositelji razvoja turizma su: Grad Gospic, Turistička zajednica Grada Gospića, ali i Ličko-senjska županija i resorna Ministarstva.; Zavod za prostorno planiranje; Hrvatski zavod za zapošljavanje; Hrvatska

gospodarska komora; Hrvatska obrtnička komora; kulturne i vjerske institucije; civilni sektor; nacionalni parkovi i parkovi prirode; JU za zaštićena područja prirode; Ured državne uprave; gospodarski subjekti; obrazovne institucije; komunalne i sigurnosne službe; i dr.

## 12.2. Praćenje provedbe

Pri definiranju provedbe Strategije turističkog razvoja Grada Gospića 2017.-2027., svakako se moraju uvažiti zaključci Strategije razvoja turizma RH do 2020 koje predviđaju reviziju, racionalizaciju i teritorijalno okrupnjavanje postojećeg sustava TZ, slijedom kojeg je predviđeno prerastanje u destinacijske menadžment organizacije (DMO). Ova prilagodba podrazumijeva primjereno kadrovsko ekipiranje i dodatnu edukaciju za poslove upravljanja destinacijskim razvojem kako bi se unaprijedila konkurentnost destinacije i postigla koordinacija među često suprotstavljenim interesima dionika na području Grada Gospića.

S tim u svezi nositelji razvoja turizma Grada Gospića, tijela Grada Gospića i TZ Grada Gospića, prilagodit će se novim, zakonski predviđenim organizacijskim shemama.

Do zakonskih promjena i eventualnog osnivanja DMO, koja bi preuzeila ulogu u provedbi Strategije turističkog razvoja Grada Gospića, Stručne službe Grada Gospića u suradnji s TZ Grada Gospića ostaju zaduženi za praćenje i izvještavanje o provedbi dokumenta. Izvještavanje će se vršiti jednom godišnje na inicijativu Skupštine Grada Gospića. Napredak provedbe pratit će se prema definiranim indikatorima pojedinog cilja, odnosno prioriteta i mjera. Grada Gospića i TZ Grada Gospića i izvijestit će Poglavarstvo Grada Gospića o ostvarenom napretku u provedbi strategije.

Kao poseban doprinos ostvarenju praćenja provedbe ovog strateškog dokumenta, a u cilju što bolje realizacije plana razvoja turizma Grada Gospića, preporuča se izrada Akcijskog plana razvoja turizma, Marketinškog plana, pojedinačnih planova razvoja najvažnijih oblika turizma u Gradu Gospiću – kulturnog, avanturističkog i MICE turizma, te u okviru baze razvojnih projekata Grada Gospića posebno praćenje onih vezanih uz turizam.

### **13. ZAKLJUČCI I PREPORUKE**

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića 2017. do 2027. godine stvara podlogu za sustavno djelovanje na razvoju turizma Grada Gospića. Stanje u suvremenim društveno-ekonomskim odnosima i kretanja na međunarodnom turističkom tržištu zahtijevaju drugačije promišljanje razvoja turizma kako na nacionalnoj tako i na lokalnoj razini.

Na nacionalnoj razini to je definirano posredstvom Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.

Načela i smjernice razvoja turizma na nacionalnoj razini primjenjuju se predmetnim dokumentom na području Grada Gospića.

Usprkos tradiciji razvoja turizma na području Grada Gospića, upravo sada, gospički turizam proživljava svoje prijelomno razdoblje. Glavni turistički resursi – prostor prikladan za turističku valorizaciju postaje poticajni element turističke egzistencije i sustavnog turističkog razvoja Grada Gospića.

Stanje u prostoru, neprikladna struktura smještajnih kapaciteta i tradicionalna turistička ponuda, dovodi u poziciju turizam Grada Gospića na radikalni zaokret u smjeru svojeg budućeg razvoja. U suprotnom, realna je opasnost da turizam Grada Gospića doživi stagnaciju i da izgubi sve pozitivne karakteristike turističke destinacije koja počela gradila protekla dva desetljeća.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića 2017. do 2027. godine, uz analizu postojećeg stanja, mjerama, aktivnostima i novim turističkim projektima ukazala je u kojem pravcu i dinamikom je moguće postići radikalni zaokret u razvoju turizma Grada Gospića u narednih deset godina.

Prihvaćanjem modela razvojnih projekata, uz operacionalizaciju mjera koje su sustavno navedene u predmetnom dokumentu moguće je ostvariti željene razvojne ciljeve koje su postavljeni u Strategiji razvoja turizma Grada Gospića. To se odnosi na poboljšanje ponude temeljnog proizvoda koji se temelji na prostornim resursima kao i uvođenje novih oblika turističke ponude kao što je tematski park Nikola Tesla, cikloturizam. Posebne zahvate, uz jedinstven konsenzus svih dionika turističkog sustava Grada Gospića, potrebno je primijeniti na području razvoja i tržišne prilagodbe smještajnih kapaciteta gospičkog turizma.

Hotelijerstvo je okosnica cjelogodišnjeg poslovanja turističkog sektora određene destinacije. Zbog toga su potrebne posebne aktivnosti u poboljšanju smještajnih kapaciteta ali i menadžmenta gospičkog hotelijerstva. Nužna je i tehnološka i poslovna prenamjena najkonkurentnijeg dijela obiteljskog smještaja u obiteljske hotele, bed & breakfast hotele, camping turizam, koji će svojim profesionalnim poslovanjem i domaćinskim odnosom prema gostima pridonijeti znatnom produženju turističke sezone i bolju ekonomsku valorizaciju cjelokupne turističke ponude Grada Gospića. To će stvoriti preduvjete i veću atraktivnost i interes za profitabilno ulaganje u nove razvojne projekte i smještajne kapacitete na području Grada Gospića.

Sve što je definirano Strategijom razvoja turizma Grada Gospića, nije moguće ostvariti bez jedinstva, zajedničkih operativnih aktivnosti i posebnih organizacijskih oblika koji će pratiti i usmjeravati razvoj vodičkog turizma ne samo u narednom desetljeću već i u vremenu koje nakon toga slijedi.

## 14. PROVEDBENI PLAN STRATEGIJE TURISTIČKOG RAZVOJA GRADA GOSPIĆA

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
1.	Centar suvremenih tehnologija NIKOLA TESLA	Gospic – Smiljan – 5.000m <sup>2</sup>  Na prikladniji način prikazati znanstvena otkrića Nikole Tesla i njihovu primjenu u industrijskom i tehnološkom razvoju. Prema svojoj koncepciji Centar bi sadržao virtualnu i stvarnu kronologiju razvoja znanstvenih otkrića Nikole Tesla.	Grad Gospic, Tz Grada Gospica u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospica, Ličko-senjskom županijom, Ministarstvo turizma, Ministarstvo obrazovanja, znanosti i športa.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 30.000 EUR-a.  Projektiranje projekta – 80.000 EUR-a.  Administrativno-operativna realizacija projekta – 1 milijun EUR-a;  Komercijalizacija projekta – 50.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta.  Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.  Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.  Komercijalizacija projekta 30 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
2.	Tematski internacionalni park i međunarodno učilište Nikola Tesla Gospic	Cilj je da se još više približi širokoj – internacionalnoj javnosti, koja je posebno zainteresirana ili izučavaju područja koja baštine Teslina otkrića. Internacionalni park ima za cilj da stvara međunarodno znanstveno okruženje koje tematizira Teslina znanstvena otkrića. U okviru Centra djeluje internacionalno učilište koje bi okupljalo znanstvenike i studente (fizika, matematika, elektrotehnika...) iz Hrvatske i inozemstva a koji bi boravkom u rodnom zavičaju Nikole Tesla produbljivali njegova znanstvena i praktična dostignuća. Istovremeno, cjelokupna turistička ponuda Gospica je u funkciji zadovoljenja njihovih potreba za smještajem, gastronomijom i rekreativnom.	Grad Gospic, Tz Grada Gospica u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospica, Ličko-senjskom županijom, Ministarstvo turizma, Ministarstvo obrazovanja, znanosti i športa.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 40.000 EUR-a.  Projektiranje projekta – 100.000 EUR-a.  Administrativno-operativna realizacija projekta – 1 milijun EUR-a  Komercijalizacija projekta – 80.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta.  Projektiranje projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta.  Administrativno-operativna realizacija projekta 24 mjeseca po usvajanju ovog dokumenta.  Komercijalizacija projekta 30 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
3.	PUTOVI Nikole Tesle	Stvaranje interesa za obilazak turista na području Grada Gospića a čiji je glavni motiv upoznati se s prvim idejama i znanstvenim spoznajama Nikole Tesle. Točke s interpretacijskim sadržajima koje bi zorno dočarale život i djelovanje na području Grada Gospića.	Grad Gospic, TZ Grada Gospica u suradnji s dionicima turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjskom županijom, Ministarstvo turizma, Ministarstvo kulture.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 10.000 EUR-a. Projektiranje projekta – 20.000 EUR-a. Administrativno-operativna realizacija projekta – 300.000 EUR-a. Komercijalizacija projekta – 20.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 4 mjeseca po usvajanja ovog dokumenta. Projektiranje projekta 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 16 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
4.	Tematski- zabavni akva park	Tematski park temeljio bi se na izvorima termalne vode i zabavno-rekreativnim sadržajima koji bi se izgradili u okruženju. U okviru parka formirala bi se rekreativno zabavna i ugostiteljska ponuda koja bi omogućila dodatne turističke sadržaje Grada Gospića.	Grad Gospic, TZ Grada Gospica, Dionici turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, Ministarstvo turizma.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 60.000 EUR-a. Projektiranje projekta – 100.000 EUR-a. Administrativno-operativna realizacija projekta – 5 milijuna EUR-a. Komercijalizacija projekta – 100.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 8 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta. Projektiranje projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 36 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 12 mjeseci nakon realizacije ovog projekta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
5.	GOLF igralište	Pogodan geografski položaj Gospić, njegova cestovna povezanost s glavnim emitivnim tržištima i suvremenim trendovima u turizmu potiču izgradnju Golf igrališta kao sportsko-rekreacijskog i turističkog sadržaja. Korištenje ovog golf sadržaja moguće je posjetima iz šireg okruženja (Zadar, Zagreb) kako stanovništva kao i turista koji borave u njihovim smještajnim kapacitetima.	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, Dionici turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, etablirana konzultantska kuća, potencijalni investitori, Ministarstvo turizma.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 25.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a. Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a. Realizacija projekta – 3 milijuna EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 2 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije. Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije. Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja. Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.
6.	Adrenalinski park	Najnoviji oblici aktivnog odmora odvijaju se u posebno pripremljenim – adrenalinskim –parkovima s prikladnom infrastrukturom koja posebnim metodama i opremom smanjuje razinu stresa kod suvremenog turiste.	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, Dionici turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, etablirana konzultantska kuća, potencijalni investitori, Ministarstvo turizma.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 150.000 EUR-a. Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a. Realizacija projekta – 2 milijuna EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 3 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije. Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije. Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja. Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.

**Strategija turističkog razvoja Grada Gospića (rujan 2017. godine)**

<b>REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>DIONICI</b>	<b>POTREBNA SREDSTVA</b>	<b>VREMENSKI PLAN</b>
7.	Hotel „GOSPIĆ“	Izgradnja i opremanje hotela „GOSPIĆ“ sa 60 smještajnih jedinica (90 ležaja) kategorije 4*, restoranom, multifunkcionalnom kongresnom dvoranom, 3 manje dvorane za skupove, spa i wellness sadržaji.	Grad Gospic, TZ Grada Gospića, Dionici turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, etablirana konzultantska kuća, potencijalni investitori, Ministarstvo turizma.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 200.000 EUR-a. Priprema i provedba natječaja – 10.000 EUR-a Realizacija projekta – 2,8 milijuna EUR.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 2 mjeseca od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije. Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije. Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja. Realizacija projekta- 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.
8.	Hotel „TERME“	Realizacija izgradnje i opremanje hotela s 50 smještajnih jedinica (80 ležaja) kategorije 4*, restoranom, multifunkcionalnom dvoranom, spa i wellness i drugim sadržajima. Sastavni je dio termalnog i akva parka i kapaciteta zdravstvenog turizma.	Grad Gospic, TZ Grada Gospića, Dionici turističkog razvoja Gospića, Ličko-senjska županija, etablirana konzultantska kuća, potencijalni investitori, Ministarstvo turizma.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 20.000 EUR-a. Plasiranje na tržište i komercijalizacija 80.000 EUR-a. Realizacija projekta 3 milijuna EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 6 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti- 2 mjeseca od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije. Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije. Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja. Realizacija projekta- 18 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospića (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
9.	Razvoj obiteljskih hotela	Izgradnja novih ili nadogradnjom i renoviranjem postojećih kapaciteta obiteljskog smještaja (3 objekta kapaciteta po 40 ležaja) moguće je stvoriti novu hotelsku ponudu Grada Gospića od novih 120 smještajnih jedinica.	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, dionici turističkog razvoja Grada Gospića, stručni konzultanti, potencijalni investitori, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo turizma.	Izrada potrebne projektne dokumentacije – 90.000 EUR-a. Realizacija projekta – 1 milijun EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodna studije. Priprema i provedba natječaja -2 mjeseca od pripremljene projektne dokumentacije. Odabir izvođača radova – 1 mjesec nakon provedbe natječaja. Realizacija projekta – 1 godina od izbora najboljeg ponuđača.
10.	KAMPOVI	Boravak u ekološkoj očuvanoj prirodi najjači je motiv turističkih putovanja, posjeta i boravka na određenoj turističkoj destinaciji. Prednost camping turizma je što suvremene tehnologije građenja i opreme (mobilne kuće, komforni šatori, kuće na stablu) pružaju komfor kao i u čvrstim smještajnim objektima.	Grad Gospić, TZ Grada Gospića, Dionici turističkog razvoja Grada Gospića, Stručni konzultanti, potencijalni investitori, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo energetike i zaštite okoliša.	Razvoj koncepcije i promocije projekta – 25.000 EUR-a. Plasiranje na tržište i komercijalizacija 20.000 EUR-a. Realizacija projekta 300.000 EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke do pokretanja projekta. Provjera tržišne održivosti i procjena finansijske isplativosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije. Realizacija projekta – 10 mjeseci od izbora najboljeg izvođača.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
11.	CIKLOTURIZAM	Suvremeni turist za vrijeme svojeg odmora u turističkoj destinaciji prakticira brojne aktivnosti. Taj tip turista svakodnevno prakticira vožnju bicikla kao dio rekreativne i odmora. Takav tip turista traži i prikladnu infrastrukturu na turističkoj destinaciji. Projekt biciklističkih staza osim staza za bicikliranje i signalizacije sadrži gastronomsko-ovježavajuće punktove gdje se biciklistima omogućuje ponuda lokalne gastronomije i osvježavajućih napitaka.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, dionici turističkog razvoja Grada Gospicā, stručni konzultanti, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo turizma.	Koncept najbolje uporabe i procjene održivosti – 20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 100.000 EUR-a. Realizacija projekta – 300.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 24 mjeseca nakon usvajanja ovog dokumenta.
12.	Razvoj ruralnog i agroturizma	Cilj ovog projekta je stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog ruralnog okruženja, očuvanje ruralne baštine i stoljetne kulture života i rada ličkog seljaka.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Dionici turističkog razvoja Grada Gospicā, stručni konzultanti, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 30.000 EUR-a. Plasiranje na tržiste i komercijalizacija – 35.000 EUR-a. Investicija u rekonstrukciju, adaptaciju i izgradnju objekta ruralnog i agroturizma – 100.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 24 mjeseca nakon usvajanja ovog dokumenta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
13.	Triatlon centar	Suvremeni turist za vrijeme svojeg odmora na turističkoj destinaciji prakticira brojne aktivnosti. Jedna od tih aktivnosti je triatlon. To je kombinacija biciklističkih staza, jogging-pješačenje /pješačke staze i plivanja ili kanua na rijeci. S obzirom na predispozicije Grada Gospicā moguće je organizacija triatlon centra za posebno aktivne turiste.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Ličko -senjska županija, dionici turističkog razvoja Grada Gospicā, stručni konzultanti, Županijske ceste; Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo turizma.	Koncept najbolje uporabe i procjena održivosti 20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije 100.000 EUR-a. Priprema i provedba natječaja 10.000 EUR-a. Realizacija projekta 300.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta. Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajaju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 24 mjeseca nakon usvajanja ovog dokumenta.
14.	Razvoj konjičkog turizma	Konj kao domaća životinja, danas isključivo ima funkciju rekreacije(terapijsko jahanje, jahanje u prirodi...).  Moguće je razvijati ovu vrstu ponude u smislu organizacije jahačkih tura s konjima u prirodnom okruženju ili organiziranje terapijskog jahanja.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Ličko-senjska županija; dionici turističkog razvoja, stručni konzultanti, obiteljska ruralna gospodarstva i ruralnog turizma; Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 30.000 EUR-a. Plasiranje na tržište i komercijalizacija 20.000 EUR-a. Realizacija projekta 200.000 EUR-a.	Koncept najbolje uporabe – 2 mjeseca od odluke o pokretanju projekta. Provjera tržišne održivosti – 1 mjesec od usvajanja koncepta najbolje uporabe. Projektna dokumentacija – 6 mjeseci od usvajanja prethodne studije. Realizacija projekta – 10 mjeseci od izbora najboljeg ponuđača.
15.	Centar lova, ribolova i promatranja ptica	Cilj ovog projekta je stvaranje atraktivnog turističkog proizvoda na osnovi autentičnog prirodnog okruženja i bogatstvom staništa divljači, slatkovodnih riba i ptica. U okviru Centra organizirala bi se infrastruktura (lovišta), lokaliteti za ribolov na slatkovodnim vodama i lokaliteti iz kojeg je moguće promatrati ptice.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Ličko-senjska županija, dionici turističkog razvoja, stručni konzultanti, obiteljska ruralna gospodarstva i ruralnog turizma; Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.	Razvoj koncepcije i promocije projekta 30.000 EUR-a. Plasiranje na tržište i komercijalizacija 35.000 EUR-a. Realizacija projekta 200.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta. Projektiranje projekta 10 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 18 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 24 mjeseca nakon usvajanja ovog dokumenta.

**Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)**

<b>REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI</b>	<b>DIONICI</b>	<b>POTREBNA SREDSTVA</b>	<b>VREMENSKI PLAN</b>
16.	Putovi sira, krumpira, šljive i ljekovitog bilja	Na temelju prirodnih resursa i poljoprivredne tradicije moguće je razviti posebno korisnu –rekreativnu turističku aktivnost i ponuditi turistima koji borave na području Grada Gospicā da se uključe u organizirani obilazak putova sira, krumpira, šljiva i ljekovitog bilja.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Ličko-senjska županija, dionici turističkog razvoja, stručni konzultanti, obiteljska ruralna gospodarstva i ruralnog turizma; Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja.	Koncept najbolje upotrebe – 20.000 EUR-a. Izrada potrebne projektne dokumentacije – 10.000 EUR-a. Realizacija projekta – 200.000 EUR-a.	Razrada koncepcije i promocija projekta – 6 mjeseci po usvajanja ovog dokumenta. Projektiranje projekta 8 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Administrativno-operativna realizacija projekta 12 mjeseci po usvajanju ovog dokumenta. Komercijalizacija projekta 28 mjeseci nakon usvajanja ovog dokumenta.
17.	Vrednovanje i revitalizacija kulturnih dobara u turističke svrhe	Inventarizacija i klasifikacija ukupnih turističkih resursa, kulturnih dobara i atrakcija; definiranje kapaciteta nosivosti; definiranje planova za turističku valorizaciju pojedinih identificiranih resursa i atrakcija; izrada potrebne projektne dokumentacije; provedba plana valorizacije; umrežavanje dionika u cilju stvaranja tržišno konkurentne turističke destinacije Grada Gospicā. Obnova i revitalizacija sakralnih i drugih objekata.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; konzalting organizacije; udruge civilnog društva.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
18.	Edukacija lokalnog stanovništva o pozitivnim učincima turizma	Posredstvom predavanja, radionica i seminara želi se lokalno stanovništvo upoznati s novim trendovima u turizmu.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, Veleučilište Nikola Tesla – Gospic i druge obrazovne institucije, organizacije za savjetovanje u turizmu.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
19.	Umrežavanje dionika turističkog sustava	Unaprijediti umreženost, suradnja i komunikacija između dionika turističke ponude Grada Gospicā u svrhu unaprjeđenja upravljanja cjelokupnom destinacijom.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, gospodarski subjekti, strukovna udruženja.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
20.	Stvaranje poduzetničkog okruženja i menadžerskog znanja	Unaprijediti upravljanje u ugostiteljstvu, smještajnim kapacitetima, trgovini i obrtništvu u funkciji razvoja turističke ponude Grada Gospicā. Uspostaviti bolju suradnju poduzetnika i menadžmenta s nadležnim institucijama u cilju brže realizacije i učinkovitosti poduzetničkih projekata.	Grad Gospic, TZ Grada Gospicā, veleučilište Nikola tesla – Gospic, gospodarski subjekti, strukovna udruženja, finansijske institucije, konzultantske tvrtke.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
21.	Jačanje kapaciteta za upravljanje razvojem turističke destinacije na razini Grada Gospicā	Opremanje i jačanja kapaciteta nositelja turističkog razvoja (javnog sektora) za učinkovito upravljanje destinacijom; osnivanja DMO i DMK organizacija; unaprjeđenje razine osposobljenosti djelatnika za praćenje, pripremu, provedbu i vrednovanje razvojnih projekata u sektoru turizma kao i druge slične aktivnosti.	Grad Gospic, Turistička zajednica Grada Gospicā, gospodarski subjekti, udruženja gospodarskih subjekata (hotelijeri, ugostitelji, turističke agencije), javna poduzeća.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
22.	Podizanje razine kvalitete turističke ponude	Identifikacija, analiza i praćenje razine kvalitete turističke ponude; definiranje preporuka za poboljšanje kvalitete ponude; poboljšanje kvalitete turističke ponude; razvoj dodatnih sadržaja i usluga kao što su tematski parkovi; sportsko-rekreacijski sadržaji; zdravstvene i wellness usluge i drugo u cilju podizanja kvalitete ponude turističkih objekata; druge slične aktivnosti. Uspostava sustava kontrole kvalitete.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; Veleučilište Nikola Tesla, strukovne udruge; gospodarski subjekti.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
23.	Brendiranje i razvoj vizualnog identiteta turizma Grada Gospicā	Identifikacija prepoznatljivih simbola Gospicā; definiranje marketinških standarda za promociju destinacije; definiranje jedinstvenog vizualnog identiteta turizma Grada Gospicā; Izrada i provedba jedinstvenog marketinškog plana turizma Grada Gospicā.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; udruženje gospodarskih subjekata.	Istraživanje, definiranje jedinstvenog vizualnog identiteta i izrada jedinstvenog marketinškog plana turizma Grada Gospicā.	Godina dana nakon usvajanja ovog dokumenta i donošenja odluke o pristupu realizacije ove aktivnosti.
24.	Unapređenje rada obiteljskog smještaja	Rekonstrukcijom postojećih kapaciteta, marketinškim aktivnostima i međusobnom suradnjom većine aktera obiteljskog smještaja stvoriti tržišno prepoznatljivu i konkurentnu turističku ponudu Grada Gospicā. Uspostava sustava kontrole kvalitete i edukacije.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; specijalizirane konzalting organizacije.		U roku od 2 godine nakon usvajanja ovog dokumenta.

Strategija turističkog razvoja Grada Gospicā (rujan 2017. godine)

REDNI BROJ PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	NAZIV PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	OPIS PROJEKTA ILI AKTIVNOSTI	DIONICI	POTREBNA SREDSTVA	VREMENSKI PLAN
25.	Unapređenje rada restoraterstva	Poboljšati kvalitetu usluga u postojećim kapacitetima restorana. Kreirati nove kapacitete u restoranima koji će se bazirati na lokalnoj autohtonosti ambijenta i gastronomije. Uspostaviti proces edukacije kadrova i sustav kontrole kvalitete.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; obrazovne institucije; strukovna udruženja; gospodarski subjekti; konzalting organizacije.		U roku od 2 godine nakon usvajanja ovog dokumenta.
26.	Integriranje ekološke proizvodnje i turizma	Poticanje umrežavanja eko proizvođača; umrežavanje proizvođača s turističkim i ugostiteljskim sektorom; koordinirane marketinške aktivnosti; definiranje i razvijanje tematskih eko putova i druge slične aktivnosti.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; potporne institucije; civilni sektor; gospodarski subjekti.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.
27.	Unapređenje zaštite okoliša i povećanja energetske učinkovitosti	Osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija i obrazovnih programa na svim razinama obrazovanja; osmišljavanje i provedba različitih radionica, seminara, edukacija te promotivnih akcija usmjerenih na podizanje svijesti o zaštiti okoliša kod lokalnog stanovništva; potpora civilnom sektoru za osnivanje udruga u području zaštite okoliša; potpora dionicima turističke ponude za implementaciju načela potrebnih za dobivanje certifikata iz područja zaštite okoliša i dr.	Grad Gospic; TZ Grada Gospicā; potporne institucije; znanstveno-obrazovne institucije; civilni sektor; stanovništvo; gospodarski subjekti.		Kontinuirano nakon usvajanja ovog dokumenta.