

## PLAN ODRŽIVOSTI

kulturno-turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara - projekt HERCULTOUR



Studen 2018.

# PLAN ODRŽIVOSTI

## kulturno- turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara – projekt HERCULTOUR

Naručitelj:

---



**Primorsko goranska županija**  
Upravni odjel za kulturu, sport i  
tehničku kulturu

Autori:

---



**Sensum d.o.o.**  
Dr.sc. Duško Radulović  
Ksenija Ivanac, dipl.oec.  
Teo Vuksan bacc.oec.  
Sandro Kozulić, mag.iur.

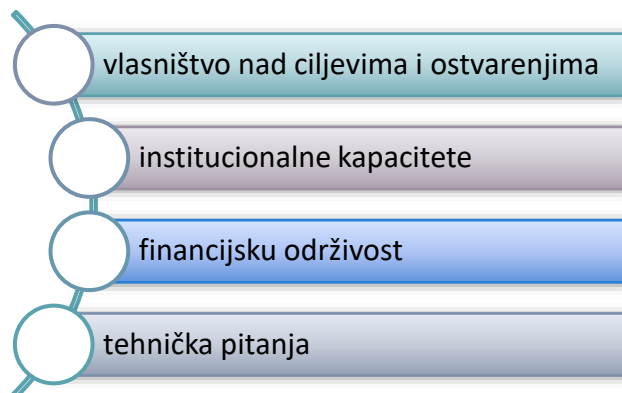
Studeni 2018.

## Sadržaj

Izvršni sažetak .....	4
1. Uvod .....	6
2. Pregled uspješnih praksi .....	9
2.1. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na slične rute .....	10
2.2. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na buduće potencijalne uzore .....	19
3. Kratak pregled trenutnog stanja .....	25
4. Misija, vizija i ciljevi rada .....	32
5. Predložene aktivnosti .....	37
6. Mjerenje učinaka .....	46
7. Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika .....	48
8. Zaključak .....	78
9. Literatura .....	80

## Izvršni sažetak

**Plan održivosti** kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara analizira cjelokupnu postojeću situaciju, razvojne resurse, i infrastrukturu na lokacijama iznoseći pritom kritička razmišljanja i prijedloge koji mogu potaknuti rast i razvoj turizma i poduzetništva na prostoru mikrolokacije, ali i cijele županije, a sve u skladu s razvojnim programima europskih fondova. Analizirat će pozitivne utjecaje i rezultate projekta fokusirajući se na:



Plan održivosti razrađen je u 9 poglavlja.

**Izvršni sažetak** prezentira srž cijelog dokumenta, definira glavni cilj, ostale ciljeve, glavne dijelove, elemente rada te zaključak.

U prvom poglavlju **Uvod** opisana je svrha i metodologija rada.

Drugo poglavlje **Pregled uspješnih praksi** analizira rute predstavljene u Planu upravljanja. Pregled uspješnih praksi prikazuje elemente koji su omogućili dugotrajnu održivost ponuđenih ruta s osvrtom na ponudu ruda i financijsku uspješnost.

Treće poglavlje **Kratak pregled trenutnog stanja** daje objedinjeni pregled prethodne analize te preporuke i nove momente u odnosu na postojeću Studiju izvodljivosti. Poglavlje sadrži kritički osvrt na održivost postojećeg sustava.

Četvrto poglavlje **Misija, vizija i ciljevi rada** definira strateški cilj rada institucije te viziju u pogledu za 5,10 i više godine napravljenu na temelju SWOT analize institucije.

Peto poglavlje **Predložene aktivnosti** uključuje detaljna razradu odgovornih osoba, izvore financiranja, listu budućih projekata s ciljem ostvarenja usvojene misije i vizije rute.

Šesto poglavlje **Mjerenje učinaka** definira pokazatelje uspješnosti. Pokazatelji uspješnosti važni su kod sustava praćenja provedbe čijom se realizacijom, uz trošenje planiranih sredstava, ostvaruju planirani posebni i opći razvojni ciljevi. Svrha je praćenja pravovremeno uočavanje odstupanja od plana i ocjena hoće li planirane aktivnosti imati željeni rezultat i učinak na uspostavljene ciljeve. Svaka organizacija mora uspostaviti sustav praćenja u skladu sa svojim posebnostima da bi se osigurale informacije o postizanju postavljenih ciljeva. Sustav praćenja uspostavlja se za redovito polugodišnje i godišnje izvještavanje o postizanju planiranih ciljeva. Pokazatelji uspješnosti moraju biti samo jedan element širega skupa informacija koje će pomoći u praćenju ostvarivanja posebnih i općih razvojnih ciljeva.

Sedmo poglavlje **Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika** promatra razdoblje od 5, 10 i više godina. Financijska analiza je alat koji se koristi da bi se precizno predvidjela sredstva za pokrivanje investicijskih troškova i koristi se od strane nositelja projekta, kako bi se utvrdila financijska održivost. Financijska održivost potvrđena je ako je kumulativni neto novčani tok pozitivan tijekom cijelog referentnog perioda. Pozitivan kumulativni neto novčani tok tijekom cijelog referentnog razdoblja potvrđuje da je projekt financijski održiv. Ažurirat će se analiza očekivanih prihoda i rashoda te prikazati mogućnosti izvora financiranja. Smisao ekonomske analize je da potiče ulaganja koji promoviraju najbolju upotrebu resursa. To ne mora biti isto što je ulaganje u projekte s najvećim financijskim povratima. Financijski povrati se temelje na financijskim cijenama. Ekonomski povrati se temelje na ekonomskim cijenama. Cilj upravljanja rizicima je svesti rizike organizacije na prihvatljivu razinu, provodeći mjere kako bi ublažili vjerojatnost pojave rizika, utjecaja realizacije rizika ili oboje u isto vrijeme. Za navedeno je ključno shvatiti da su rizici prirodni dio svakodnevnih aktivnosti te ih se ne može izbjeći, ali se može njima upravljati. Rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili ekonomsku održivost provedenih projekata.

U zadnjem poglavlju **Zaključak** daje se konačna ocjena održivosti te preporuke proizašle iz analize.

Plan održivosti sastavljen je tako da ga je lako nadopuniti, osuvremeniti, proširiti i primijeniti u fazama.

## 1. Uvod

Projekt „HERCULTOUR“ strateški je projekt vrijedan 1,17 milijuna eura koji se financira putem Standard + poziva na dostavu projektnih prijedloga u sklopu INTERREG V-A Programa prekogranične suradnje Italija-Hrvatska 2014.-2020. Projekt „HERCULTOUR“ je nastavak uspješno realiziranog projekta „HERA - Upravljanje održivim turizmom zasnovanim na zajedničkom kulturnom naslijeđu Jadrana“.

U sklopu provedbe projekta HERCULTOUR planirana je izrada:

➤ **Plan održivosti kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskim centrima**

Izrada Plana bazirana je na dokumentaciji dostavljenoj od strane Naručitelja (Krovni interpretacijski plan i Studija izvodljivosti projekta Kulturno – turistička ruta Putovima Frankopana). Pri planiranju vodilo se računa o odrednicama strateških dokumenata na razini Europske Unije, Republike Hrvatske i lokalnih strategija razvoja s naglaskom na aspekt očuvanja kulturne baštine i njenog privođenja kvalitetnom korištenju u svrhu edukacije, podizanja svijesti o potrebi njenog očuvanja i valorizacije u svakodnevnom životu zajednice i privlačenju i informiranju posjetitelja.



*Analizom postojećih informacija i resursa odrediti temeljne strateške smjernice održivog funkcioniranja kulturno - turističke rute, a sve u cilju dugotrajne održivosti*



*Potaknuti razvoj aktivnosti koji će obuhvatiti razvoj turističke ponude destinacije i utjecati na samoodrživost kulturne rute*

Svjetski turizam u znaku je intenzivnog razvoja održivog kulturnog turizma. Kultura kao podloga urbanom turizmu i razvoju umreženih turističkih proizvoda posebice kulturnih ruta prepoznatljivi je trend koji svoje konačno priznanje ima i u nizu specifičnih turističkih priznanja i nagrada. U lipnju 2016. godine i Hrvatska je postala punopravna članica EPA sporazuma za razvoj kulturnih ruta <http://culture-routes.net/council-of-europe/epa-member-states>.

EPA je sporazum o europskoj suradnji u okviru projekata razvoja kulturnih ruta, kojim se nastoji ojačati potencijal europskih destinacija, umreženih na razini kulturnih ruta, za kulturnu suradnju, održivi teritorijalni razvoj i socijalnu koheziju, s posebnim naglaskom na projekte i teme simboličkog značaja za europsko jedinstvo, povijest, kulturu i vrijednosti te otkrivanje manje poznatih destinacija.

Kulturna ruta mora funkcionirati i kao kulturno-turistički proizvod sa svim potrebnim proizvodnim osobinama, nudeći odgovarajuće sadržaje, informacije te prostore ugostiteljske i smještajne usluge. Putnik se na ruti želi i zabaviti i odmoriti i konzumirati lokalne proizvode, zato mu sve to treba pružiti. Sadržaji na ruti moraju biti otvoreni i prilagođeni posjetiteljima fizički i interpretativno. O uvjetima prijema gosta te ukupnim dostupnim uslugama, administrativnom i pravnom vođenju rute trebalo bi brinuti

upravljačko tijelo rute, odgovorno za tehnički menadžment. Na razini Europe ne postoji jedinstveni model takve organizacije koja bi upravljala pojedinim rutama. Postoji samo popis kriterija, koje upravljačko tijelo, bilo da se radi o udrugama, tvrtkama ili agencijama, treba zadovoljiti upravljajući sadržajima rute. Upravljačko tijelo dužno je baviti se istraživanjem i obradom tržišta, ugovornim odnosima s dobavljačima, partnerima i turističkim agencijama i turoperatorima, ali jednako tako i s razvojem ponude i motivacije, osnaživanjem teme, tj. suradnjom s multidisciplinarnim znanstvenim istraživačkim tijelom, odgovornim za razvoj teme i kvalitetnu interpretacijsku podlogu.

Da bi osiguralo zadovoljstvo posjetitelja te posljedično održivost rute potrebno je razviti različite sadržaje:



## SADRŽAJI RUTE



### kulturni sadržaji

- povijesni lokaliteti
- spomenici
- tradicijska baština



### strukturalni sadržaji

- manifestacije
- izložbe
- radionice
- info punktovi



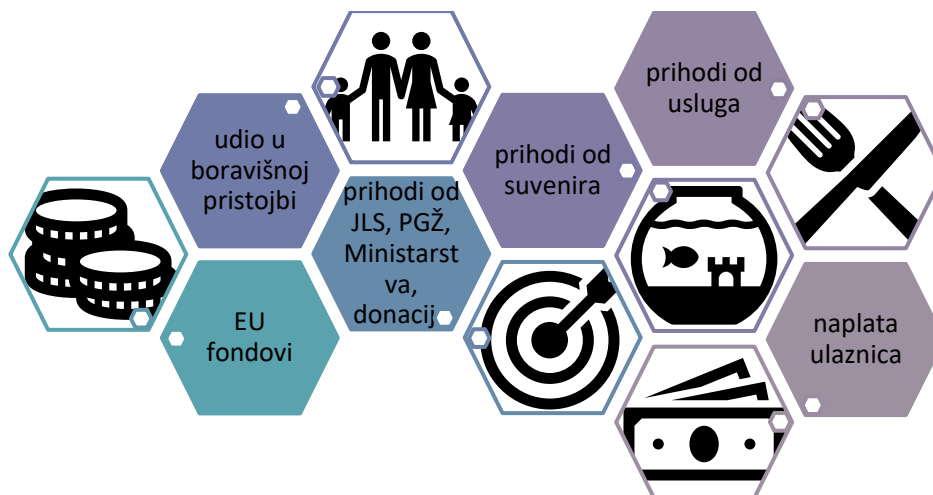
### uslužni i pridruženi sadržaji

- smještaj
- restorani
- javni prijevoz
- turističke agencije
- rent a car/ bike

Da bi se osigurala održivost, kroz cijelu je provedbu potrebno sustavno praćenje i preispitivanje aktivnosti i ciljeva prema gore navedenim pitanjima. Ukoliko za to postoji potreba, djeluje se na problematične aspekte održivosti:

- **financijskoj održivosti**, potrebno je pratiti novčani tijek, potencijalne opasnosti i dodatne prilike za financiranje, potencijalne probleme prihvatljivosti troškova i povrata, nastanak dobiti itd.;
- kad govorimo o **tehnologiji**, potrebno je posebno pratiti da su primijenjena tehnološka rješenja prihvatljiva i održiva (odnosno dugoročno iskoristiva);
- potrebno je pratiti i inzistirati na **institucionalnom jačanju i jačanju kapaciteta** (djelovanje na razini politika te edukacije i treninzi);
- potrebno je pratiti postoji li **plan za dodatne oblike pomoći**, odnosno plan prijenosa ovlasti upravljanja na druge dionike (partnere).

Održivost kulturno – turističke rute Putovima Frankopana osigurava se kroz različite načine prikupljanja financijskih sredstava:



U pripremi aktivnosti i događanja na kulturnim rutama nužno je predvidjeti troškove kao i procijeniti isplativost planiranih aktivnosti.

Ovaj Plan održivosti koristi izračun neto novčanog tijeka da bi dobili informaciju da li su operativni prihodi dostatni za pokrivanje operativnih troškova koja se sobom nosi funkcioniranje kulturno- turističke rute. Primjenom ove analize uzimamo u obzir sve čimbenike na troškovnoj, ali i sve pozitivne čimbenike koji nastaju kao posljedica ulaganja. Ulaganje u kreiranje i razvoj rute imat će direktne troškove, a uz direktne koristi i indirektne kroz kreiranje radnih mjesta, stvaranje bolje infrastrukture, razvoj i prepoznatljivost destinacije itd.

Tekst Plana održivosti uključuje poglavlja koja sadržajno obuhvaćaju:

- Izvršni sažetak
- Uvod
- Pregled uspješnih praksi
- Kratak pregled trenutnog stanja
- Misiju, viziju i ciljeve rada
- Predložene aktivnosti
- Mjerenje učinaka
- Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika
- Zaključak



## 2. Pregled uspješnih praksi

Kroz primjere iz prakse ukazat će se na rješavanje konkretnih pitanja pripreme kulturnih ruta koji su omogućili dugotrajnu održivost. Objasniti će funkcioniranje rute u turističkom okružju te konačno definirati ciljeve, principe i korake. Primjeri koji će se koristiti ovom metodom uzimaju se iz već postojećih turističkih ponuda u vidu kulturno-turističkih ruta na području Europe. Da bi kulturno - turistička ruta bila održiva i postala nositelj razvoja područja preduvjet je jasno razrađeni strateški plan koji je jasan putokaz za optimalnu budućnost destinacije, atrakcije, institucije ili pojedinačnog projekta s jasno postavljenim i mjerljivim ciljevima te konkretnim zadacima koje treba provesti u idućih tri do pet godina kako bi se zadani ciljevi ostvarili.

Karakteristike koje će biti izražene prilikom odabira primjera dobre prakse primarno su fokusirane na:



U posljednja dva desetljeća postignut je značajan utjecaj i napredak u razvoju ruta uz ogroman potencijal za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, unutar prostora manje poznatih i slabije razvijenih regija. Kulturne rute potiču širu zajednicu na sudjelovanje u kulturnim aktivnostima podizanjem svijesti o zajedničkoj kulturnoj baštini. Utemeljene na kulturnim i socijalnim principima, kulturne rute predstavljaju resurs za inovaciju, kreativnost, razvoj malog gospodarstva te razvoj proizvoda i usluga kulturnog turizma. Da bi se kulturna raznolikost u potpunosti ostvarila u obogaćivanju kulturno-turističke ponude europski manje poznatih područja, nužno je prvenstveno poznavanje i inventariziranje potencijalnih resursa i njihovo povezivanje u objedinjenu ponudu. Turistička inventarizacija potencijalnih kulturno-turističkih resursa spremnih za povezivanje u jedinstvenu turističku rutu zasnovana je pri tom na procjeni vrijednosti lokaliteta, procjeni atraktivnosti te spremnosti i opremljenosti odredišta za posjete.

## 2.1. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na slične rute

Prilikom pregleda uspješnih praksi fokusirali smo na financijsku održivost ruta u mjeri u kojoj je to bilo moguće (broj posjetitelja, broj prodanih karti, očekivani rast posjeta), dodatni sadržaji ruta kao i na razumijevanje posjetitelja i njihovih reakcija te preporuka za poboljšanje.

**Razumijevanje posjetitelja**, njihovih potreba i reakcija jedan je od načina mjerenja uspješnosti rute. Utvrđuje je li poruka uspješno prenesena i jesu li postignuti edukativni ciljevi; jesu li ljudi zadovoljni programom, ali i marketinškom strategijom. Koristi se izvorima na samoj ruti (projektni tim, osoblje) i “feedbackom” izvan rute (posjetitelji, interesne skupine...)

### **Casanova Tour - Vrsar**

Istra Inspirit je višestruko nagrađivani projekt doživljajnog turizma koji obogaćuje kulturno-turističku ponudu poluotoka oživljavanjem povijesnih događaja na autentičnim lokacijama, kroz uprizorene istarske legende i mitove. Upravni odjel za turizam Istarske županije od 2012. godine potiče razvoj projekta Istra Inspirit u suradnji s Istarskom razvojnom turističkom agencijom, IRTA d.o.o. i Turističkom zajednicom Istarske županije.



Istra Inspirit kao primjer dobre prakse kreativnog i inovativnog oblika turizma naglasak stavlja na valorizaciju neiskorištenih postojećih resursa kulturne i povijesne baštine u destinaciji te pronalaženje inovativnih načina uključivanja različitih dionika u turizmu zbog stvaranja turističkih paketa i novih turističkih proizvoda. Kvaliteta, originalnost, inovativnost i održivost su karakteristike kojima se projekt odlikuje, te na kojima počiva njegov ‘know how’, a koje želi prenijeti interesnim skupinama te na njima graditi priču o destinaciji. Nadalje, cilj je i aktivno umrežavati svu zainteresiranu javnost na sinergijsko djelovanje u kreiranju turističke ponude destinacije – OPG-ova, studenata, lokalne zajednice, glumaca, umjetnika i glazbenika, obrtnika i lokalnih TZ-ova.



**Casanova Tour** je interaktivna i interpretativna tura pod vodstvom izvođača projekta Istra Inspirit inspirirana posjetima Giacomu Casanovi, najpoznatijeg ljubavnika na svijetu koji je dva puta posjetio Vrsar, prvi puta 1743., a drugi puta godinu poslije, u koje se vrijeme i posjetitelji vraćaju tijekom ove ture. Tura započinje na rivi i nastavlja se na vidikovcima u starogradskoj jezgri, nudeći nezaboravno putovanje kroz ljubavnu priču o Casanovi. Završava u Casanovinom utočištu, koje je otvoreno i koje je tematski povezano s turom. Izvodi se na engleskom i talijanskom jeziku, ovisno o posjetiteljima koji su

unaprijed rezervirali turu. Isto tako, *projekt je okupio dionike iz destinacije*, odnosno Turističku zajednicu općine Vrsar, lokalnog hotelijera – Maistru d.d., kao i kulturno – doživljajni proizvod Istra Inspirit koji je prijašnjih godina sudjelovao u kreiranju turističkog proizvoda na temu Casanove i njegovih dolazaka u Vrsar. Potrebno je naglasiti i da je prva izvedba Casanova Toura bila u sklopu europskog projekta „Enjoy Heritage“, kojem je glavni cilj razvoj održivog turizma na temelju privlačne interpretacije prirodne i kulturne baštine, te se kroz projekt razvijaju znanja i praksa zbog strategije za interpretaciju i održivo upravljanje. Za potrebe promocije, tiskali su letci i plakati koji su distribuirani na području općine Vrsar i na ostale strateški važne lokacije. Isto tako, tura je *oglašavana kroz najbitnije online medije* na razini Istarske županije (Glas Istre - tiskano i online izdanje i ostalo.)




**KOMENTARI POSJETITELJA:** Tijekom sedam izvedbi, u prosjeku je na svakoj bilo 41 osoba, s time da je ograničenje za turu, kako bi za sve posjetitelje doživljaj bio jednako ugodan i optimalan, bio 50 osoba.

Komentari: „Ugodno smo iznenađeni, glumci su odlični. Super izvedeno!“ – Helena „Odlična, interaktivna tura sa zabavnim likovima.“ – Hans „Casanova je bio stvarno šarmantan i smiješan. Jako lijepo iskustvo.“ –

Anna „Bolje od nekih mjuzikla, uživali smo cijelu šetnju.“ – Patrizia „Super izvedba, s puno scena kroz koji se upoznaje Casanovin život. Uživali smo kroz cijelu vođenu turu.“ – Tania .




	<p>nastala financiranjem od strane EU fondova, da se nalazi u neposrednoj geografskoj blizini rute „Putovima Frankopana“ te da je uključena u veliki broj izvedbi putem kojih se marketinški promovira. Također, kako je navedeno u daljnjem tekstu, ruta kao dio Ista Inspirit-a je osvojila brojne međunarodne nagrade.</p>
<p><b>Atrakcije:</b></p>	<p>Tura započinje na gradskoj rivi i nastavlja se na vidikovcima u starogradskoj jezgri, nudeći nezaboravno putovanje kroz ljubavnu priču o Casanovi. Završava u Casanovinom utočištu, koje je otvoreno i koje je tematski povezano s turom. Izvodi se na engleskom i talijanskom jeziku, ovisno o posjetiteljima koji su unaprijed rezervirali turu.</p>
	
<p><b>Turistička infrastruktura:</b></p>	<p>Interaktivna ruta „Casanova Tour“ promovira se putem vlastite Internet i Facebook stranice gdje je moguće pronaći informacije na tri svjetska jezika. Osim vlastite Internet i Facebook stranice ruta je popraćena i na drugim društvenim mrežama, odnosno na službenim profilima Turističke zajednice općine Vrsar i projekta Istra Inspirit (Facebook i Instagram).</p> <p>Posjetiteljima se nudi smještaj u vidu standardne turističke ponude hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i lokalnih konoba gdje mogu uživati u kulturnim i prirodnim ljepotama grada Vrsara i u poznatoj Istarskoj gastronomiji.</p>

<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Koordinaciju aktivnosti upravljanja interaktivnom rutom „Casanova Tour“, organizacijom službenih aktivnosti, kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši Istarska razvojna agencija u sklopu kulturno-turističkog proizvoda Istra Inspirit. Također, u razvoj projekta Istra Inspirit-a uključene su i udruge i udruženja čiji je doprinos neprocijenjiv: Udruga Društvo ljubitelja Giostre, Kuća o batani, Labin Art Express, Pretoria, MVS Nešpula i Udruga Kaštel.</p> <p>Za potrebe promocije rute, tiskani su letci i plakati koji su distribuirani na području općine Vrsar i na ostale strateški važne lokacije. Isto tako, tura je oglašavana kroz najbitnije online medije na razini Istarske županije (Glas Istre - tiskano i online izdanje i ostalo.)</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Projekt Istra Inspirit u sklopu kojega se nalazi i interaktivna ruta „Casanova Tour“ nastao je suradnjom Upravnog odjela za turizam Istarske županije s Istarskom razvojnom turističkom agencijom i Turističkom zajednicom Istarske županije.</p>
<b>Posjetitelji:</b>	<p>Za samu interaktivnu rutu „Casanova Tour“ ne postoje dostupni podaci o posjeti, međutim uspješnost ture, kao i zainteresiranost potencijalne publike pokazuje se i kroz službenu Facebook stranicu Casanova Tour Vrsar. U cilju privlačenja posjetitelja promocija se vrši kroz video materijale u obliku live javljanja s ture ili video bloga - vloga te je u prosjeku svaku objavu takvog tipa pogledalo 939 pratitelja.</p> <p>Obzirom da je teško odvojiti broj posjetitelja ture od broja posjetitelja cjelokupnog kulturno-turističkog proizvoda Istra Inspirit, donosimo pregled ukupnog broja posjetitelja proizvoda Istra Inspirit. Od osnutka proizvoda, u prvoj 2013. godini održano je ukupno 27 izvedbi, 2014. godine bilo je ukupno 30 izvedbi, 2015. godine 97 izvedbi, 2016. godine 140, 2017. godine 97 te je u 2018. godini održano ukupno 100 izvedbi.</p> <p>Slijedi pregled broja posjetitelja po godinama djelovanja po kojem je vidljiv jasan rast posjeta (brojke su okvirne, na temelju procjene prema broju prodanih ulaznica, gratis ulaznica i okvirnom broju posjetitelja na Inspirit izvedbama koja nisu bila prodajnog karaktera):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012. - oko 3.000 posjetitelja,</li> <li>• 2013. - oko 3.600 posjetitelja,</li> <li>• 2014. - oko 7.500 posjetitelja,</li> <li>• 2015. - oko 9.000 posjetitelja.</li> <li>• 2016. – oko 9.500 posjetitelja</li> <li>• 2017. – oko 10.000 posjetitelja</li> <li>• 2018. – oko 11.100 posjetitelja</li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><b>Broj posjetitelja</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Godina</th> <th>Broj posjetitelja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2012</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>3500</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>7500</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>9000</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>9500</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>10000</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>11000</td> </tr> </tbody> </table>	Godina	Broj posjetitelja	2012	3000	2013	3500	2014	7500	2015	9000	2016	9500	2017	10000	2018	11000
Godina	Broj posjetitelja																
2012	3000																
2013	3500																
2014	7500																
2015	9000																
2016	9500																
2017	10000																
2018	11000																
<p><b>Posebne nagrade:</b></p>	<p>U periodu od 2012. do 2018. broj posjetitelja povećao se za 370%.</p> <p>Od 2012. bilo je na tisuće objava u medijima o interaktivnoj ruti „Casanova Tour“ i Istra Inspiritu te je koncept osvojio brojne nagrade kako slijedi:</p> <p><b>Creative TourismAward</b>– najkreativniji event u 2014. godini – dodijelio Creative Tourism Network,</p> <p><b>XVIII edición Concurso al mejor producto de turismo</b>–nominacija za najbolji međunarodni turistički proizvod u 2013. godini,</p> <p><b>Golden Zoom Awards</b>– najbolja marketinška kampanja turističke destinacije dodijeljena u sklopu TravelZoom konferencije,</p> <p><b>Zlatna koza 2012. / Capra d’oro 2012</b>– za najbolji inovativni proizvod u Istarskoj županiji u 2012. godini,</p> <p><b>Simply the best</b>– nagrada UHPA-e i časopisa Way to Croatia za kreativni i inovativni pristup oblikovanju turističke ponude u 2012. godini,</p> <p><b>MRAK (Mreža za razvoj i kreativnost)</b>– nagrada za najbolji kreativni i inovativni turistički proizvod u 2012. godini.</p> <p><b>CBTour</b>– nagrada za najbolji kreativni program hrvatskog poslovnog turizma u 2012. godini.</p>																

Izvor: podaci Turističke zajednice općine Vrsar

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Putovi Zrinskih“ (engl. Routes of the Zrinskis)
<b>Lokacija:</b>	Hrvatska i Mađarska.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Lokalna turistička ponuda sastoji se od posjeta raznim muzejima poput navedenog muzeja Međimurja u Čakovcu, crkvama, mauzolejima, mlinovima i sl. Također, rute uključuju brojne prezentacije kao primjerice ispiranje zlata uz rijeku Dravu, prezentacije unutar obiteljskih obrta kao i prezentaciju tiskarske preše unutar privatne radionice. Ovisno o aranžmanu, u rutu su uključeni i posjeti hotelima na različitim lokacijama. Unutar službene stranice „Putovi Zrinskih“ kreirane su i različite turističke ponude kroz jednodnevne, dvodnevne i trodnevne aranžmane te su razvijene i mobilne aplikacije za promociju povijesti i ostavštine obitelji Zrinski u pograničnom području Mađarske i Hrvatske. Uzduž rute moguće je pronaći hotele, hostele, gostinjske kuće, apartmane, vile i kamping mjesta. Službena Internet stranica sadrži sve potrebne informacije za posjetitelje kao i opise pojedinih lokacija. Stranica je prevedena na još dva svjetska jezika.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Upravljanje rutom vrše glavni partneri projekta mađarski Szigetvári Várbaráti Kör ujedno i vodeći partner na projektu te glavni hrvatski partner muzej Međimurja Čakovec. Također, u provođenju samog projekta razvoja rute aktivno su sudjelovali još jedan partner iz Mađarske Humán Innovációs Csoport Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaságpredstavnici te kao suradnik na projektu Turistička zajednica Međimurske županije. Osim navedenih sudjelovali su još i općine i gradove, turističke zajednice i agencije s područja Hrvatske i Mađarske.
<b>Način financiranja:</b>	Projekt je sufinanciran od strane Europske unije u sklopu IPA prekogranični program Mađarska-Hrvatska 2007.-2013.

Izvor: <http://zrinskiroute.eu/wp-content/uploads/2014/12/FINAL-brochure-putovi-zrinskih-HU-HR-EN.pdf>



<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Afroditin put“ (engl. Aphrodite cultural route)
<b>Lokacija:</b>	Cipar.
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Osim navedenih arheoloških nalazišta, turistička ponuda uključuje čitav niz državnih i privatnih muzeja koji čuvaju kipove i statue koji prikazuju razvoj slike i identiteta božice kroz tisućljeća. Gradovi koji su uključeni u rutu posjeduju stare gradske jezgre interesantne turistima kao i crkve i džamije. Arheološka nalazišta također sadrže amfiteatre, antičke teatre i terme, a neki od arheoloških parkova poput onog u Paphosu spadaju pod popis UNESCO-ve kulturne baštine. Iako ne postoji službena internet stranica rute, sve informacije dostupne su na stranicama turističke organizacije Cipra i ciparskih turističkih agencija.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	Rutom upravlja Turistička organizacija Cipra.
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Ne postoje službeni podaci o načinu financiranja rute. Turistička organizacije Cipra zajedno s turističkim agencijama kreira pakete usluga i obilaska. Navedena ruta je jedna od glavnih atrakcija Cipra te se ruta promovira i na specijaliziranim sajmovima.</p>

Izvor: <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Kulturna ruta Epirusa“ (engl. Cultural route of Epirus).
<b>Lokacija:</b>	Grčka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Obzirom da je cijela ruta usmjerena prvenstveno na prezentaciju antičkih grčkih teataru, glavnu atrakciju rute čine teatri u Dodoni, Ambraciji, Cassopi i Nicopolisu. Među navedenim, kao jedno od glavnih odredišta nalazi se i Necromanteion. Turistička ponuda, osim navedenih lokacija, cilja i na prezentaciju prirodnih ljepota grčke regije Epir i antičkih gradova. Cijela ruta također nudi posjete muzejima, a unutar Epirske regije se nalazi i vinska ruta koja svojom ponudom može nadopuniti Epirsku rutu i posjetiteljima ponuditi potpuni užitek kroz enološku i gastrološku ponudu.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Ruta je osmišljena suradnjom regije Epir i grčkog ministarstva kulture, a osnovana je od strane Nacionalne strateške referentne mreže (NSFR). Lokalitetima i samom rutom upravlja Epirska razvojna agencija (engl. Epirus Development Agency S.A.).
<b>Financirana od strane:</b>	Osnivanje rute financirano je od strane Europskog fonda za regionalni razvoj i Europskog socijalnog fonda u iznosu od 80 %, dok je preostalih 20 % financirala država Grčka.

Izvor: <http://www.diazoma.gr/en/cultural-routes/iperiou-route-en/>

## 2.2. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na buduće potencijalne uzore

Pregled uspješnih praksi u upravljanju kulturno – turističkim rutama u svijetu prikazuje korisne i uspješne elemente koji su omogućili dugotrajnu održivost ponuđenih ruta. Analizirane rute su svjetskog glasa, mogu poslužiti kao kvalitetan uzor ali njihov status nije moguće dovesti u vezu s rutom „Putovima Frankopana“.

<b>Naziv rute:</b>	Ruta rimskih careva i Dunavska vinska ruta (eng. The Roman Emperors and Danube Wine Route).
<b>Lokacija:</b>	Ruta se proteže kroz četiri zemlje: Hrvatska, Srbija, Rumunjska i Bugarska.
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   <div data-bbox="928 611 1349 888" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p>Cultural route of the Council of Europe Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe</p> </div> </div>	
	
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Razvojem rute i povećanjem turističke posjete atrakcijama koje ista nudi, pravi rast doživjela je i lokalna turistička ponuda. Tako je uzduž rute moguće pronaći hotele, hostele, gostinjske kuće, apartmane, vile i kamping mjesta. U sklopu projekta i promocije rute izrađena je Internetska podstranica koja nudi mogućnost pronalaska smještaja, prijevoza i dodatnih turističkih sadržaja te mogućnost izrade plana putovanja. Također, veliki broj festivala i manifestacije organizira se na godišnjoj bazi s temom rute te su neki od njih postali višegodišnji festivali. Jedan od primjera je i festival „Blue week-Danube“ koji posjetiteljima nudi mogućnost degustacije raznih vrsta vina s

	područja Dunava te vožnju kajakom samim Dunavom pritom prateći rutu. Isto tako, veliki broj turističkih agencija iz raznih zemalja nude organizirana tematska putovanja po ruti s različitim načinima prijevoza. Ruta je cijelom dužinom označena, uređena te postoje mjesta za odmor posjetitelja.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Samu koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom te promociju i marketing iste vrši nevladina organizacija pod nazivom „Dunavski centar za kompetenciju“ koja je ujedno i vodeći partner na razvoju rute. U razvoju su kao partneri sudjelovali još i: Hrvatska gospodarska komora, Srpska turistička zajednica, grad Ruse iz Bugarske, Rumunjska turistička zajednica te dvije privatne turističke agencije Globtour Event iz Hrvatske i Robinson adventure team iz Srbije. Navedeni partneri sudjeluju u marketinškim aktivnostima te promoviraju rutu na vlastitim Internet stranicama. Također, u sklopu marketinške promocije izrađena je službena Internet stranica rute koja sadrži sve bitne informacije o samoj temi rute, najvećim atrakcijama i događanjima, kao i galeriju atrakcija te opise pojedinih partnera. Kao dodatno stranica nudi mogućnost pronalaska smještaja, prijevoza i dodatnih turističkih sadržaja.
<b>Način financiranja:</b>	Projekt je financiran od strane Europske Unije kao dio programa Europske komisije u okviru Transnacionalne suradnje razvoja Europskih kulturnih ruta u sklopu Okvirnog programa za konkurentnost i inovacije (CIP).


Izvor: <http://danubecc.org/dcc-projects/the-roman-emperors-and-danube-wine-route>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Richarda Lavljeg Srca“ (eng. The Route of Richard the Lionheart).
<b>Lokacija:</b>	Francuska.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Osim standardne turističke ponude u vidu hotela, hostela, apartmana i restorana i kamping mjesta zanimljivost koju ruta nudi zasigurno je mogućnost smještaja u nekim od dvoraca. Naime, neki dvorci nude i mogućnost smještaja za posjetitelja gdje osim degustacije lokalnih gurmanskih specijaliteta, posjetitelji uživaju u gostoprimstvu kakvo je i sam kralj Rikard imao tokom svog boravka. Također, cijela dužina rute označena putokazima koji nose logotip rute: krunidbeni lav koji drže srce probušeno strelicom. Logo rute je osmišljen na način da podsjeća na tragičnu sudbinu i smrt kralja Rikarda. Cijelom dužinom rute postoje mjesta za odmor te interakcijske ploče s bitnim informacijama i geografskom kartom. Ruta je također uključena u veliki broj manifestacija klasične muzike i kulturnih događanja koja se organiziraju na godišnjoj bazi u nekim od atrakcija rute.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši nevladina organizacija pod nazivom „Organizacija povijesnih palača“. Promociju rute organizacija vrši preko vlastite internet stranice na kojoj posjetitelji mogu saznati sve informacije o ruti, isplanirati putovanje s dodatnim sadržajima te skinuti geografsku kartu s obilježjima rute.</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Ruta je nastala sponzorstvom navedene nevladine organizacije „Organizacija povijesnih palača“ koja se brine o povijesnim rezidencijama diljem Francuske.</p>
<b>Struktura posjetitelja:</b>	<p>Kulturni turisti, kontinentalni turisti, izletnički turisti, pustolovni turisti i obrazovni turisti.</p>

Izvor: <http://www.tourisme-hautevienne.co.uk/node/112>

<b>Naziv rute:</b>	Cesta dvoraca (eng. The castle road).
<b>Lokacija:</b>	Njemačka i Češka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Cijelom svojom dužinom ruta posjetiteljima nudi smještaj u vidu standardne turističke ponude hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i lokalnih konoba gdje posjetitelji mogu uživati u lokalnim jelima i nadasve poznatom njemačkom pivu. Neke od atrakcija nude smještaj unutar njih samih, gdje posjetitelji uživaju u srednjovjekovnom gostoprimstvu kao i tadašnjim običajima. Također, uzduž same rute nalazi se više od 100 muzeja koji su posjetiteljima na raspolaganju. Uz muzeje posjetitelji, mogu uživati i u poznatoj wellness ponudi regije te su preporuke mnogih turističkih agencija da se na rutu ide povratno, u jednom smjeru istraživanje samih atrakcija rute te u povratku uživanje u wellness ponudi.</p> <p>Internetska stranica sadrži izvrsne informacije o planiranju putovanja duž rute, mogućnosti prijevoza, dodatnih aktivnosti i atrakcija koje posjetitelj treba vidjeti. Također, stranica posjetiteljima pruža sve informacije potrebne za njihov boravak, ovisno o broju dana, gradu u kojemu se nalaze i atrakcijama koje žele posjetiti. Stranica je prevedena na dva svjetska jezika.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	Koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom, kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši organizacija civilnog društva „Die Burgenstraße e.v.“ (eng. Castle road) u suradnji s Njemačkom turističkom zajednicom.
<b>Financirana od strane:</b>	Projekt je nastao suradnjom navedene organizacije „Die Burgenstrasse e.v.“ i Njemačke turističke zajednice.

Izvor: <https://www.tripsavvy.com/germany-castle-road-1520195>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „ Via Claudia Augusta (eng. Via Claudia Augusta).
<b>Lokacija:</b>	Italija, Austrija i Njemačka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	U svakom većem mjestu kroz koje ruta prolazi posjetitelji mogu pronaći neku vrstu od standardne turističke ponude u vidu hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i privatnih iznajmljivača. Sama ruta označena smjerokazima te je moguće s službene Internet stranice preuzeti geografsku kartu s navigacijom i obilježenim atrakcijama, kao i smještajnim jedincima. Također, posjetitelji koji se odluče rutu proći s biciklom, imaju mogućnost povratka organiziranim prijevozom za bicikle. Internet stranica kao i sav njen sadržaj prevedeni su na tri svjetska jezika.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Upravljanje rutom provodi organizacija civilnog društva „Via Claudia Augusta“ u suradnji s partnerima organizacijom „MIAR“ iz Tiroła, gradom Trento, predstavnicima regije Veneto te općina Feltre i Ostiglia.  Sama ruta promovirana je preko vlastite Internet stranice gdje je moguće pronaći sve potrebne informacije o ruti, preuzeti geografske karte, isplanirati putovanje, unajmiti biciklu te vidjeti ponudu smještaja.
<b>Projekt financiran od strane:</b>	Projekt je financiran od strane Europske Unije putem programa INTERREG i sredstvima Europskog fonda za regionalni razvoj.

Izvor: [https://en.wikipedia.org/wiki/Via\\_Claudia\\_Augusta](https://en.wikipedia.org/wiki/Via_Claudia_Augusta)

<b>Naziv rute:</b>	Put svetog Jakova (eng. the Way of St. James).
<b>Lokacija:</b>	Litva, Poljska, Njemačka, Belgija, Italija, Francuska, Španjolska i Portugal.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>U samim počecima razvoja rute hodočasnici su se u pravilu smjeli zadržati u svakome mjestu po jedan dan. Noćili bi u prenočištima Alberguea koji su bili namijenjeni samo za njih te su se nalazili na gotovo svakom mjestu duž rute. Razvojem same rute, kao i povećanjem posjete, ne samo hodočasnika već i običnih turista, razvila se i odgovarajuća turistička infrastruktura. Tako su danas vrata prenočišta otvorena svima, a ne samo hodočasnici, te je duž rute moguće pronaći i razne vrste ostale smještajne ponude u vidu privatnih i općinskih hostela, apartmana te kamp mjesta za šatore. U javnim prenočištima, cijena noćenja na donacijskoj bazi. Logo i simbol rute je školjka Jakobova kapica koju hodočasnici i posjetitelji nose obješenu o svoju torbu, a služi im je kao čaša. Tim simbolom označena je cijela dužina rute.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Za potrebe upravljanja rutom, od strane Španjolske turističke agencije, osnovana je javna ustanova Societade Anónima de Xestión do Plan Xacobeo koja upravlja svim aktivnostima vezanim uz samu rutu. Kao ostali partneri pojavljuje se Španjolska turistička agencija, jedinice lokalne samouprave i organizacije civilnog društva s područja Galicije te turističke agencije svakih od država kroz koje dio rute prolazi. Ruta ima vlastitu Internet stranicu koja je prevedena na 7 svjetskih jezika te na kojoj se nalaze sve bitne informacije o samoj ruti, dodatnih sadržajima kao i galerije i svjedočanstva osoba koje su rutu prošle.</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Posljednje uređenje rute, kao i kreiranje dodatnog sadržaja za hodočasnike i turiste financirano je iz Europskog fonda za regionalni razvoj.</p>



### 3. Kratak pregled trenutnog stanja

Trenutna turistička ponuda i strategija razvoja turizma u regiji bazira se na tradicionalnom sustavu u kojem pojedinačni gospodarski subjekti (turističke agencije i hotelske kuće) formiraju turističku ponudu te zastupaju samo jedno turističko mjesto i nude ponudu smještaja uz pojedinačne izlete razgledavanja prirodnih znamenitosti u okolici. Svjetski trend je povezivanje svih turističkih subjekata u regiji i formiranje udruženja destinacije (hoteli, gradovi, turistički uredi, muzeji, atrakcije, itd.) koji tada zajednički formiraju turistički proizvod te ga uz zajedničku promidžbu i provode.

Područje Primorsko-goranske županije idealno je za organiziranje jedinstvenog turističkog paketa. Relativno male udaljenosti među destinacijama omogućuju posjet više destinacija u jednom turističkom aranžmanu. Projektom Putovima Frankopana pomoću integriranog pristupa spaja se kulturna baštinu na području Primorsko-goranske županije te doprinosi društveno-gospodarskom razvoju. Oživljavanjem kulturne-turističke rute Putovima Frankopana direktno ulažemo u kategorije kulturna baština, znanost i edukacija, slobodno vrijeme i rekreacija te promocija i vidljivost, a indirektno kroz rutu oživljavamo kategoriju smještaj i hrana i piće te maloprodaja i zanati.

Lokacije diljem Primorsko-goranske županije uključene su u projekt pa će tako sljedeće lokacije postati **interpretacijski centri sa stalnom postavom**:

- Bakar,
- Kaštel Trsat (Rijeka),
- Bribirska kula (Bribir),
- Kaštel Grobnik,
- Dvorac Zrinskih (Čabar),
- Kaštel u Krku (Krk) i
- Kaštel Zrinskih (Brod na Kupi)

Lokacije s **pasivnom interpretacijom** postati će:

- Gradec (na Krku),
- Kvadrac kula (Novi Vinodolski),
- Ledenice,
- Grižane,
- Drivenik,
- Stari grad Hreljin,
- Kuća Zrinskih (Kraljevica),
- Dvorac Stara Sušica,
- Dvorac Severin,
- Frankopanski kaštel (Crikvenica) i
- Manastir Gomirje.

**Kao središnji interpretacijski centar odabran je dvorac Nova Kraljevica u Kraljevcu.**

Koncept kulturno-turističke rute zamišljen je kao interpretacija rute Frankopana na dvije razine. Primarnu razinu čine kašteli koji posjeduju infrastrukturu potrebnu za smještanje kulturnih sadržaja, izložbenih postava i interpretacijskog centra. Takvih kaštela je osam, no posebno se izdvaja Kraljevica s primarnim Centrom za posjetitelje i upravljačkom bazom rute. Kaštelima u primarnoj skupini dodijeljene su podteme koje se fokusiraju na određene segmente života u srednjem vijeku i života Knezova Frankopana.

U Studiji izvodljivosti očekuje se da bi provođenje Projekta trebalo osigurati rast turističkih noćenja za 3,5% u prostorima obuhvaćenima Projektom, pogotovo na prostorima u kojima do sada nije bilo značajne turističke aktivnosti. Očekuje se i produženje turističke sezone za 3,5% od trenutnih podataka na razini jedinica lokalne samouprave. Trenutni (startni) relevantni broj noćenja turista na području PGŽ za 2015. godinu iznosi 13.149.734, dok je relevantan podatak za produženje turističke sezone (noćenja u svibnju, lipnju i rujnu) 3.790.829 noćenja.

Smisao održivosti projektnih rezultata se ne orijentira samo na fizičko održavanje infrastrukture, već će se postizanjem konsenzusa u zajedničkoj turističkoj politici više subregija Primorsko-goranske županije, te razvijanjem zajedničkih i nadopunjavajući turističkih sadržaja dovesti do povećanja turističke prepoznatljivosti, a time i do preduvjeta za daljnji razvoj turizma i poduzetništva na širem području županije. Smisao projekta je pokretanje sustavnog i održivog turističkog proizvoda. Osnivaju se interpretacijski centri koji će biti uključeni kada se sustavno shvaća turizam nekog kraja. Oni će biti predstavnici lokalne zajednice, te će kako provoditi po pojedinim lokacijama krovne ciljeve rute, tako i biti senzori koji će osluškivati potrebe lokalnog stanovništva, turista i gospodarstvenika te prenositi informacije centralnom interpretacijskom centru koji će ih dalje procesuirati. Cilj je brendirati Frankopansku baštinu kao turistički proizvod. Pod time se ne smatraju samo standardizirane manifestacije i integrirani interpretacijski centri, već i pokretanje malog i srednjeg poduzetništva koje će svoje proizvode i usluge vezati za brend kao turistički proizvod. Primjer, vino s etiketom brenda, maslinovo ulje s etiketom, tradicionalna jela s etiketom, unificirani suveniri, jedinstveni i prepoznatljivi vizualni identitet.

Prosječan godišnji broj posjetitelja u hrvatskim muzejima danas iznosi 12.600 posjetitelja, s obzirom na prostorni obujam kulturno-turističke rute i broj lokacija Studija izvodljivosti procjenjuje da će ostvariti broj novoprodanih karata koji je bliži prosječnoj brojci specijaliziranih povijesnih muzeja (30.200) pa je u Studiji izvodljivosti uzeta u obzir prosječna brojka od 25.200 prodanih karata za kulturno-turističku rutu. Operativnim prihodima smatraju se

- prihodi od ulaznica,
- prihodi od usluga te
- prihod od prodaje suvenira (rabati).

Potencijalne prihode mogu predstavljati i europski projekti, prekogranična suradnja, organizacija kulturnih zbivanja te izdavaštvo, međutim isti nisu procjenjivani u Studiji budući da su neizvjesne i ne može ih se kvantificirati u ovom trenutku.

**Cijene ulaznice** su realno procijenjene i razrađene te odgovaraju stanju na tržištu. Kod procjene broja posjetitelja procijenjeno je da će kulturnu rutu posjetiti godišnje 100.800 posjetitelja, od toga 25.200 kupaca ulaznica za cijelu kulturnu rutu te 75.600 posjetitelja koji su kupci individualnih ulaznica. Stava smo da su brojke procjene posjetitelja preoptimistične. Projekcija broja posjetitelja po interpretacijskim centrima u Studiji navedena je kako slijedi:

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica
<b>Kraljevica</b>	37.800	25.200	12.600
<b>Brod na Kupu</b>	31.500		6.300
<b>Krk</b>	37.800		12.600
<b>Rijeka</b>	37.800		12.600
<b>Bakar</b>	37.800		12.600
<b>Grobnik</b>	31.500		6.300
<b>Bribir</b>	31.500		6.300
<b>Čabar</b>	31.500		6.300
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>100.800</b>	<b>25.200</b>	<b>75.600</b>

Prema podacima turističke zajednica Kvarnera 2017. godine Gorski kotar posjetilo je gotovo 40 tisuća gostiju. Vodeće u broju dolazaka turista su Delnice koje je posjetilo 11.501 gost dok Čabar inače predzadnji na listi dolazaka sa ostvarenih 953 jedini ima smanjenje postotka u odnosu na godinu prije i to za čak 13%. Brojka od 6.300 individualno prodanih ulaznica za mjesto koje godišnje posjeti 953 posjetitelja jasno ukazuje na nerealno postavljene brojke. Turistička mjesta (Krk, Kraljevica, Rijeka i Bakar) predviđene brojke mogu ostvariti uz dobre marketinške aktivnosti.



**Prihodi od prodaje suvenira** procijenjeni su na 15 kn. S obzirom da su pojedinačni interpretacijski centri manje atraktivna ponuda, potrošnja u njima procjenjuje se na 5 kn po posjetitelju. Ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom naplaćivala bi 30% rabata na suvenire koji će se naći u prodaji, a uz uobičajene memorabilije to bi bili i autohtoni prehrambeni proizvodi – vina, rakije, džemovi, smokve, maslinovo ulje, a sve brendirano srednjim vijekom i Frankopanima. Sukladno prethodno navedenim podacima procijenjuje se da bi, uzevši u obzir ukupno procijenjeni broj posjetitelja i njihovu projiciranu potrošnju te planirani rabat na prodaju robe koju ustanova koja upravlja kulturnom rutom uzima u komisiju, ukupni godišnji prihodi iznosili 264.600 kn i raspoređeni su kako slijedi:

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica	Prihodi od suvenira
<b>Kraljevica</b>	37.800	25.200	12.600	170.100
<b>Brod na Kupu</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Krk</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Rijeka</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Bakar</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Grobnik</b>	31.500		6.300	9.450

<b>Bribir</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Čabar</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>100.800</b>	<b>25.200</b>	<b>75.600</b>	<b>264.600</b>

Budući da je projektom predviđeno da će se kao originalni suvenir prodavati i autohtoni gastro proizvodi koji su veće prodajne vrijednosti smatramo da je nužno raščlaniti prodaju suvenira po ciljnim skupinama te po suvenirima nižeg i višeg cjenovnog ranga. Smatramo da su mogući veći prihodi od suvenira nego što su planirani naravno uz uvjet da je zaista riječ o originalnim suvenirima inspiriranim Frankopanima i lokalnom ponudom.



**Prihodi od usluga** odnose se na usluge vodstva po objektima, održavanje radionica i edukativnih seminara te ostalih usluga. Takve naknade plaćale bi grupe posjetitelja (organizirani dolasci, učenici) za interpretaciju i održavanje posebnih sadržaja. Projekcija prihoda od ove kategorije procjenjuje se na temelju očekivanih interesa udruga i organizacija, grupa učenika i studenata u sklopu terenske nastave te organiziranih grupa turista/izletnika. Procjenjuje se da bi kulturno-turistička ruta mogla pružiti 1.400 usluga godišnje po cijeni od 200 kn što, u prosjeku, čini jednu uslugu (interpretaciju, vođenje) dnevno po interpretacijskom centru. S obzirom da cijena usluge uključuje i porez na dodanu vrijednost, radi se o 160 kn prihoda po usluzi, odnosno na godišnjoj razini o 224.000 kn prihoda. Prihod se jednoliko raspoređuje po interpretacijskim centrima.

Stava smo da su prihodi od usluga precijenjeni te da je usluga vodstva zbog raspršenosti interpretacijskih centara te same tematike rute primjerena starijoj školskoj populaciji. Da bi se program posjeta uvrstio u nastavni plan profesora povijesti potrebna je aktivna promocija po školama. U zimskim mjesecima posjećenost će sigurno biti slabija.



**Troškovi osoblja.** Studijom izvodljivosti planirano je otvaranje ustanove koja će upravljati kulturno-turističkom rutom koja će zapošljavati 3 zaposlenika u administraciji – Ravnatelja, ekonomista i voditelja interpretacije te 12 interpretatora. U trenutku prijave smatrano je da je navedeni broj djelatnika potreban je kako bi se zadržala funkcionalnost i otvorenost svih interpretacijskih centara i osigurala baza djelatnika za eventualne daljnje investicije.

OPIS	IZNOS BRUTO 2 GOD. PLAĆE U KN
Ravnatelj (1)	240.000
Ekonomist (1)	150.000
Voditelj interpretacije (1)	168.000
Interpretatori (12)	1.800.000
<b>Ukupno troškovi osoblja</b>	<b>2.358.000</b>

Umjesto osnivanja nove Ustanove predlaže se da se kulturno-turistička ruta da na upravljanje već postojećoj Ustanovi koja će u suradnji s turističkim zajednicama te Udrugama biti zadužena za operativnu

provedbu aktivnosti. Navedeno će smanjiti troškove zaposlenika u administraciji. Da bi ruta bila funkcionalna interpretatori moraju biti dostupni kroz cijeli dan (prvenstveno u razdoblju proljeća, ljeta i rane jeseni) te jedna osoba po interpretacijskom centru nije dovoljna (posebno u vrijeme vikenda i ljeta kad je potrebno da centar bude cijeli dan otvoren za posjetitelje).



**Troškovi usluga.** Pod troškovima usluga, navode se troškovi za koje će buduća Ustanova morati angažirati vanjske kapacitete zbog nemogućnosti i ekonomske neopravdanosti zapošljavanja vlastitih kadrova. Prije svega misli se na troškove čišćenja, tehničke zaštite objekata te razne ostale intelektualne usluge za koje će povremeno trebati angažirati vanjske stručnjake. Troškovi su izračunati na temelju trenutno važećih tržišnih cijena za navedene usluge.

OPIS	IZNOS U KN
Čišćenje	63.150
Zaštita objekta	15.300
Intelektualne i osobne usluge	40.000
<b>Ukupno troškovi usluga</b>	<b>118.500</b>

Za uslugu čišćenja predviđeno je 5.262,50 kn mjesečno što bi uključilo čišćenje na 8 lokacija odnosno 657,82 kn mjesečno po lokaciji. Za vrijeme turističke sezone atraktivnije lokacije morale bi imati svakodnevnu uslugu čišćenja za što predviđena sredstva nisu dovoljna.



**Održavanje infrastrukture** u Studiji izvodljivosti ne predstavlja značajan trošak s obzirom da je predviđeno da će ustanova koja će upravljati kulturno-turističkom rutom preuzeti održavanje samo interpretacijskih centara dok sva ostala održavanja objekata i opreme preuzimaju projektni partneri (jedinice lokalne samouprave i neprofitne organizacije). Zbog sofisticiranosti i osjetljivosti ugrađene opreme te pretpostavljenog broja posjetitelja već od otvorenja rute predviđeni su razmjerno visoki troškovi održavanja te se predviđaju i stalna ulaganja u sitni inventar kako bi se zamijenila oprema koja se pokvari. Isti su predviđeni na konstantnoj razini, a eventualna značajna nova ulaganja u novu opremu predmet su eventualnih novih projekata se ne obrađuju u sklopu ove Studije.

OPIS	IZNOS U KN
Tekuće i investicijsko održavanje opreme	43.000
Licence	5.000
<b>Ukupno Održavanje</b>	<b>48.000</b>

Stava smo da je prepuštanje održavanja infrastrukture projektnim partnerima (jedinicama lokalne samouprave) prihvatljivo samo u određenoj mjeri budući da svi projektni partneri nemaju dostatna proračunska sredstva za takve investicije. Multimedijalne sadržaje potrebno je kontinuirano osuvremenjivati te su procjene novih ulaganja nužne i neophodne za planiranje buduće održivosti.



**Administrativni i opći troškovi** svrstani su troškovi redovitog funkcioniranja ustanove koja upravlja kulturno-turističkom rutom i interpretacijskim centrima, a uključuju režijske troškove, utroške uredskog materijala i sitnog inventara, usluge telefona, pošte i prijevoza, stručno usavršavanje, premije osiguranja te ostali troškovi. Troškovi su iskalkulirani uzimajući u obzir nekoliko faktora: kvadraturu prostora, prosječne tržišne cijene za usluge, procijenjenu potrošnju obzirom na predviđeni broj posjetitelja i korištenje opreme od strane djelatnika.

OPIS	IZNOS U KN
Komunalni otpad	4.020
Grijanje	26.000
Električna energija	56.800
Voda	3.400
Troškovi uredskog materijala	17.000
Troškovi sitnog inventara	26.000
Usluge telefona, pošte i prijevoza	11.500
Stručno usavršavanje zaposlenika	36.000
Premije osiguranja	57.500
Ostali troškovi i vanjske usluge	39.000
<b>Ukupno administrativni i opći troškovi</b>	<b>277.220</b>

Administrativne i opći troškovi su realno procijenjeni, predlažemo dodjeljivanja upravljanja već postojećoj Ustanovi.



**Troškovi prodaje i distribucije** navode se direktni troškovi koje će ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom imati u svrhu marketinške promidžbe, prodaje suvenira i organizacije kulturnih manifestacija. Troškovi marketinga i usluga tiska predstavljaju pretpostavljeni godišnji budžet marketinškog djelovanja ustanove. Operativni troškovi zasebnih projekata – kulturnih manifestacija u organizaciji ustanove, procijenjeni su uzimajući u obzir prosječne iznose namijenjene izvođačima/predavačima u iznosu 10.000 kn, te 10.000 kn namijenjeno troškovima organizacije (razglas, oprema, sadržaji u prostoru, logistika).

OPIS	IZNOS U KN
Marketing (promidžba, informiranje)	100.000
Usluga tiska i grafičke pripreme	40.000
Reprezentacija	20.000
Troškovi organiziranja kulturnih manifestacija	40.000
<b>Ukupno troškovi prodaje i distribucije</b>	<b>200.000</b>



S obzirom na postavljene visoke zahtjeve vezano uz posjećenost same rute potrebno ju je i adekvatno predstaviti na tržištu. Planiran je trošak od 100.000 kn godišnje za usluge marketinge što nije dostatno za aktivnu promociju rute na tržištu.

Na temelju predviđanja neto novčani tijek kulturne rute s trenutnim kapacitetima neće biti pozitivan te je nužno predvidjeti iz kojih izvora će se pokrivati manjkovi koje ruta ostvaruje te jasno naznačiti potrebne mjere koje bi osigurale dugoročnu održivost rute.

## 4. Misija, vizija i ciljevi rada

SWOT analiza odnosno analiza razvojnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji upravljanja kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ sažeto prikazuje situacije u području ekonomsko-administrativnog upravljanja i budućoj marketinške promidžbe turističkog proizvoda. Cilj SWOT analize je dodatno pojašnjavanje izbora upravljačkog tijela turističkog proizvoda od strane Nositelja projekta te kreiranje dodatne podloge za identifikaciju razvojnih problema i izazova. Snage i slabosti odnose se na unutarnje čimbenike povezane s upravljanjem turističkim proizvodom i njegovim održivim razvojem, dok se prilike i prijetnje odnose na vanjske čimbenike, najčešće izvan kontrole tijela koja upravlja turističkim proizvodom.

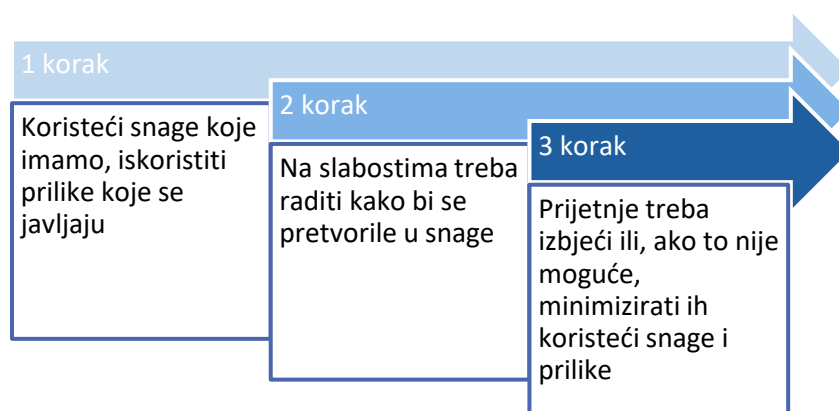
SWOT analiza ima svoju jasnu svrhu, ne samo u sažetom prikazu situacije, nego i u definiranju ciljeva kojima se treba težiti.



Snage (strengths):	Slabosti (weaknesses):
Originalnost i inovativnost kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.	Nedovoljno adekvatna prometna i pješačka signalizacije kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.
Raznovrsnost ponude kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.	Nedostatak popratnih sadržaja i usluga kojima se povećava potrošnja posjetitelja na samoj ruti.
Motiviranost i volja pojedinih djelatnika Ustanove za sudjelovanjem u razvoju turističkog proizvoda.	Relativno slaba integracija kulturne-povijesne baštine u turističku ponudu Primorsko-goranske županije.
Ustanova upravlja bogatom i prepoznatom kulturno-povijesnom baštinom.	Slaba međusobna povezanost pojedine kulturno-povijesne baštine na području Županije.
Izgrađena poslovna prepoznatljivost Ustanove i dosadašnja suradnja s drugim ustanovama, udrugama i turističkim posjetiteljima.	Prostorna skučenost i dotrajalost infrastrukture županijskih Ustanove.
Podrška Ustanovi od strane lokalne i regionalne samouprave u upravljanju kulturno-povijesnom baštinom.	Nekvalitetna informatička i tehnička opremljenost županijskih Ustanova
Sudjelovanje Ustanove u projektima obnove kulturno-povijesne baštine.	Potreba Ustanove za nadogradnjom vlastite ponude.



Uključenost i iskustvo Ustanove u sudjelovanju pri pripremi i razvoju projekata Europske Unije.	Zahtjevni rokovi za izvršenje vlastitih zadataka uz smanjene ljudske i financijske resurse.
Korištenje potpora Europske Unije za javna tijela.	Neučinkovitost u obavljanju pojedinih zadataka i nedovoljno razvijeno praćenje pojedinih rezultata rada Ustanove.
Organizacija velikog broja tematskih manifestacija na području Primorsko-goranske županije.	Nedovoljno promotivnih i marketinških aktivnosti cjelokupne ponude Ustanove.
Sudjelovanje u turističkom razvoju Primorsko-goranske županije.	Nedostatak financijskih sredstava za poslovanje Ustanova sukladno propisanim standardima i željenom razinom kvalitete.
Otvorenost Ustanova prema novim trendovima razvoja.	Primoranost djelatnika Ustanova ad hoc rješavanju problema.
Želja za korištenjem novih tehnologija i iskustvo upotrebe istih kod pojedinih projekata.	Nedovoljno znanja djelatnika Ustanova o menadžmentu u kulturi, uključujući promociju i marketing.

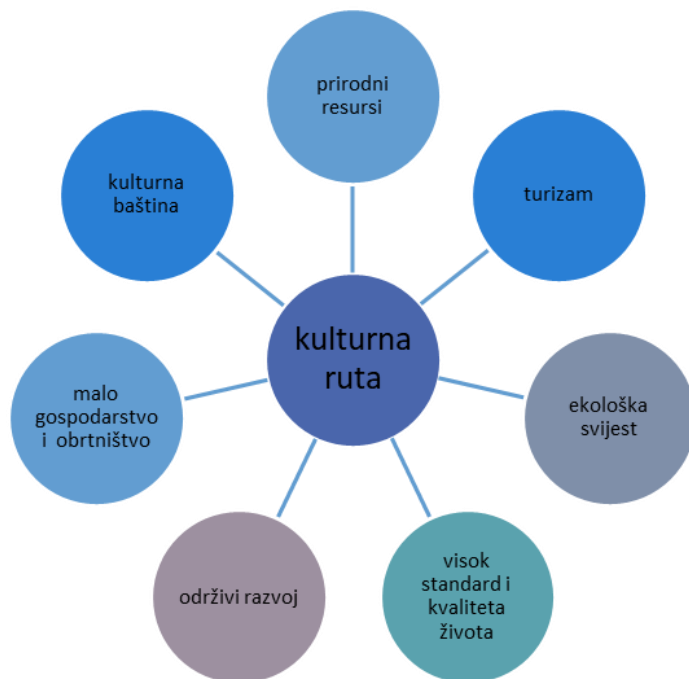


Prilike (opportunities):	Prijetnje (threats):
Rast interes za očuvanjem kulturne baštine Primorsko-goranske županije.	Promjena strateških interesa od strane jedinica lokalne samouprave.
Porast interesa posjetitelja za autohtonim proizvodima Županije.	Nedovoljna sloboda u donošenju odluka i odabiru radnih programa.
Razvitak održivosti kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“ i njeno samofinanciranje.	Kratak boravak stranih posjetitelja u Primorsko-goranskoj županiji.
Korištenje fondova Europske Unije i nacionalnih izvora financiranja kako bi se riješio problem dotrajalosti infrastrukture i nedovoljne opremljenosti ustanove.	Nedostatak prave slike o posjećenosti Županije i strukturi posjetitelja zbog različitih podataka i metodologija praćenja.
Partnerstvo Ustanove s mikro, malim i srednjim poduzetništvom.	Nedostatak popratnih sadržaja koji produžuju vrijeme boravka u Županiji.

Razvijen inozemni turizam i njegov očekivan rast u Republici Hrvatskoj.	Neizvjesnosti političkog okruženja u Republici Hrvatskoj.
Porast interesa za kulturnim turističkim proizvodima od strane inozemnih posjetitelja pri posjeti Republici Hrvatskoj.	Iseljavanje školovanih mladih ljudi iz Republike Hrvatske i nemogućnost pronalaska kvalificirane radne snage.
Kulturno i turistički aktivniji novi posjetitelji i posjetitelji s udaljenijih emitivnih tržišta.	Tradicionalna interpretacija i promocija kulturne baštine od strane domaćeg stanovništva.
Raspoloživost strukturnih fondova Europske Unije za nove kulturne projekte.	Utjecaj globalne i nacionalne financijske krize u vidu smanjenja nacionalnih i regionalnih potpora za programe.
Povezivanje atrakcija u inovativne turističke proizvode.	Utjecaj globalne i nacionalne financijske krize u vidu smanjenja godišnjih sponzorstva i donacija od strane civilnog društva i ostalih sponzora.
Razvijanje tematskog turizma.	Nedostatna financijska sredstava za održavanje i razvoj kulturnih ustanova.
Suradnja s drugim sektorima – srodne institucije i udruge, turizam, obrtništvo i dr.	Niska razina znanja i svijesti o vrijednosti kulturno-povijesne baštine među turističkim djelatnicima.
Mogućnost promocije kulturno-turističke rute na inozemnom tržištu i razvoja novih tržišnih niša.	Neučinkoviti modeli upravljanja kulturno-povijesnom baštinom Republike Hrvatske.
Razvoj integriranih projekata koji će biti zanimljivi dionicima u turizmu i obrazovanju.	Slaba povezanost javnog gradskog/prigradskog prijevoza.
Povezivanje s dionicima iz sektora zaštite spomenika kulture, zaštite okoliša, energetske učinkovitosti, gospodarstva i slično.	Povećanje obima planiranih administrativnih poslova.

### Definiranje vizije i cilja

Ostvarenje vizije postići će se ispunjavanjem dugotrajnog strateškog cilja koji pretpostavlja kontinuiranu brigu za kulturno-povijesnu baštinu Primorsko-goranske županije. Definiranjem i ostvarenjem predviđenog cilja upravljanja, te marketinškom promidžbom i na ostale županije Republike Hrvatske, kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“ će se profilirati u svojevrsni primjer dobre prakse upravljanja turističkim proizvodom temeljenim na autohtonoj baštini. Realizacijom cilja, ispunjenjem vizije te sustavnom suradnjom sa raznim subjektima koji djeluju u turizmu kulturno-povijesna baština biti će valorizirana i u turističkoj ponudi Županije. Ključni korak u strateškom procesu odlučivanja institucije koja će upravljati kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ je definiranje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog cilja te upravljačke vizije.



Razvoj cilja temeljen je na potrebama i prepoznatim problemima upravljanja kulturno-povijesnom baštinom te je usklađen s prioritetima lokalnih, nacionalnih i regionalnih politika.

***Kratkoročni cilj je otvoriti put manje poznatoj baštini Primorja te raditi na intenzivnoj vidljivosti kulturne rute s ciljem privlačenja posjetitelja. Jedna od prvih koraka za realizaciju navedenog je podizanje znanja i svijesti turističkih djelatnika. Očekuje se kontinuirana komunikacija svih članica rute gdje svaka članica rute čini jedinstveni kompatibilni dio cjeline i promovira cijelu rutu.***

**Kratkoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ – kulturna, povijesna i prirodna baština nova atrakcija i inovativni turistički proizvod.

***Srednjoročni cilj je stalna inovacija proizvoda rute – kontinuirano osmišljavanje događaja na ruti od događaja temeljenih na povijesnim sadržajima, sportsko-rekreativnih događaja, gastro ponude, prirodne baštine i slično. Uvrstiti prepoznatljivu gastronomsku ponudu Kvarnera i Gorskog kotara kroz suradnju s lokalnim ugostiteljima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.***

**Srednjoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ – prepoznata od strane posjetitelja te obogaćuje turističku ponude županije i generira razvitak Primorsko-goranske županije.



***Dugoročni cilj je kulturno-turističku rutu „Putovima Frankopana“ kroz kontinuiranu marketinšku promidžbu na domaćem i svjetskom turističkom tržištu učiniti prepoznatljivim i inspirativnim turističkim proizvodom. Kako bi se to osiguralo tražiti će se i partnerstva s javnim i privatnim organizacijama koje djeluju na području turizma. Ruta je samoodrživa te funkcionira bez financijske pomoći Primorsko – goranske županije***

**Dugoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ - osigurana prepoznatljivost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu koja privlači nove posjetitelje te osim samih atrakcija rute prodaje paket turističkih usluga koje Primorsko-goranska županija nudi te turizam „seli“ u do sad manje poznata i atraktivna mjesta županije.

## 5. Predložene aktivnosti

Da bi se ostvarili postavljeni ciljevi nužno je razumjeti koji su preduvjeti za razvoj kulturne rute. Prvi korak u razradi akcijskog plana je postavljanje pravih pitanja da bi bolje razumjeli i predvidjeli izazove s kojima se naša kulturno- turistička ruta treba nositi.

### **PITANJA O KULTURNO – TURISTIČKOJ RUTI**

- Zašto kreirati rutu?
- Koja je funkcionalna uloga sadržaja na ruti?
- Multidisciplinarni pristup i prostorni obuhvat?
- Razvoj proizvoda (podudarnost sadržaja s temom)?
- Kako uskladiti kulturne i pridružene sadržaje na ruti?
- Kako provesti evaluaciju sadržaja?
- Obrasci upravljanja rutama, financijska održivost i pravna utemeljenost, unutarnja regulativa?

### **PITANJA O KORISNICIMA RUTE**

- Kako identificirati ključne dionike i evidentirati resurse?
- Tko su naši ključni korisnici?
- Kako definirati kretanje po ruti - upravljanje posjetiteljima?
- Kriterij ocjenjivanja zadovoljstva?

### **MARKETING KULTURNE RUTE**

- Mogućnosti uključivanja u postojeće kulturne rute
- Princip vidljivosti i prepoznatljivosti
- Područja razvoja i pridruženih aktivnosti (konferencije, treninzi, edukacije)
- Princip umrežavanja, dionici i orkestriranje odnosa, partnerski ugovori s turističkim sektorom – turoperatorima, ugovori s udrugama, institucijama
- Razvoj i motivacija – osnaživanje i razvoj teme





<i>Organiziranje Dana otvorenih vrata</i>	Ustanova	Financirano iz proračuna ustanove	Namijenjeno prvenstveno lokalnom stanovništvu s ciljem da se akcijskim cijenama ulaznica privuče veći broj posjetitelja. Povećani broj posjetitelja znači i povećanu potrošnju te se eventualni manji prihod od ulaznica namiri iz povećane potrošnje od kupnje suvenira.
<i>Organizacija dodatnih manifestacija</i>	Lokalne turističke zajednice	Proračun lokalnih JLS i turističkih zajednica	S ciljem produženja turističke sezone organizirati manifestacije i razna događanja na temu Frankopana te se uključiti u već postojeća događanja na području županije (riječki karneval, Margaretino Ljeto, dani zaštitnika općina i gradova, sajmovi....)
<i>Multimedijalna ulaznica Frankopass</i>	TZ Kvarnera	Financirano iz proračuna TZ Kvarnera	Interaktivna karta, putovnica za pečate, lista preporuka
<i>Kreiranje programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</i>	TZ Kvarnera	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	individualni izleti (samostalno kreiranje obilaska rute uz vođenje putovnicom Frankopass); jednodnevni izlet Prirodna baština Gorskog kotara (ciljna grupa: 1. – 4. razredi osnovne škole ); dvodnevni izlet Glagoljica u frankopanskim kaštelima(ciljana grupa: 6. i 7. razred osnovne škole ); jednodnevni izlet Frankopani – okosnica naše povijesti (ciljna grupa: učenici srednje škole ); jednodnevni izlet Šumama Zrinskih i Frankopana (ciljna grupa: biciklisti); sedmodnevni

			izlet Plavo-zeleni doživljaj srednjega vijeka (ciljna grupa: umirovljenici)
<i>Vanjsko oglašavanje</i>	Ustanova	Financirano iz proračuna ustanove	Zakup oglasnog prostora i objava oglasa na billboard plakatima.  Zakup oglasnog prostora i objava oglasa na city lights plakatima
<i>Razvoj komercijalnih sadržaja</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Promocije različitih proizvoda, snimanje reklama, snimanje i fotografiranje prilikom vjenčanja, iznajmljivanje prostora (udrugama)
<i>Gastro ponuda</i>	TZ Kvarnera	U suradnji s lokalnim ugostiteljima	Objedinjavanje tradicionalnih lokalnih specijaliteta pod markicom gastro proizvoda rute Putovima Frankopana
<i>Smještajna ponuda</i>	TZ Kvarnera	U suradnji s lokalnim iznajmljivačima	S ciljem razvoja edukativnog, kulturnog i ruralnog turizma ponuditi turistima smještaj koji ima poveznicu s Frankopanima
<i>Sudjelovanje na sajmovima</i>	TZ Kvarnera	Redovna aktivnost TZ Kvarnera	Na specijaliziranim sajmovima potrebno je predstaviti kulturnu rutu s ciljem privlačenja inozemnih gostiju
<i>Povezivanje s kulturnim rutama</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Naći zajednički interes sa sličnim rutama čime bi se rasteretio proračun Ustanove namijenjen promociji, a zajedničkim snagama doprlo bi se do većeg broja potencijalnih posjetitelja
<i>Uključivanje u volontersku mrežu</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Volonterska mreža na području Europe je iznimno razvijena te mladi iz cijelog svijeta sudjeluje u radovima, održavanju, edukaciji i



			interpretaciji sadržaji. Na taj način bi se riješio problem povećanih potreba kadra prvenstveno u ljetnim mjesecima
<i>Promocija nematerijalne kulturne baštine</i>	Udruge, Folklorna društva	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	U ponudu inspiriranu Frankopanima uključiti i nematerijalnu baštinu (pjesma, ples, običaji). Organizirati radionice za zainteresirane posjetitelje, nematerijalna baština je pogodna i za izradu suvenira (cd s glazbom, replike odjeće...)
<i>Promocija putem društvenih mreža</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Društvene mreže su jeftin kanal koji dopire do velikog broja ljudi te je iznimno dobar kanal za primanje povratnih informacija posjetitelja



### **Infrastrukturne aktivnosti i novi sadržaji**

Prognoze upućuju na daljnji snažan rast ponude kulturno – turističkih ruta. Da bi se ruta istaknula i uzela svoj udio na tržištu kulturnog turizma mora i dalje značajno ulagati u privlačenje novih tržišnih segmenata, posebice mladih, obitelji s djecom, uvodeći nove rute, tematske aktivnosti te nove sadržaje i usluge na rutama.

AKTIVNOST	ODGOVORNOST	IZVORI FINANCIRANJA	OPIS
<i>Uređenje pristupnih cesta i komunalne infrastrukture</i>	PGŽ, JLS	Proračunska sredstva / EU natječaji	Osnovni preduvjet prilikom formiranja kulturne rute je da je ruta dostupna i dobro prometno povezana. Treba kontinuirano ulagati u dostupnost te osluškivati potrebe i zahtjeve posjetitelja (parking, vanjska rasvjeta...)
<i>Uređenje biciklističkih staza</i>	JLS	Natječaji Ministarstva turizma	Cikloturizam je trend u svijetu te se sve više posjetitelja odlučuje na obilazak turističkih

			atrakcija biciklom. Otok Krk ima razvijenu mrežu biciklističkih staza te se kulturna ruta Frankopana može nastaviti na već postojeće biciklističke trase
<i>Postavljanje stalaka za bicikle i urbane opreme</i>	JLS	Natječaji Ministarstva turizma	Potrebno je postaviti stalke za bicikle te ostalu urbanu opremu neophodnu za posjet posjetitelja koji su odlučili obići interpretacijske centre biciklom ili pješice
<i>Poticanje novih vanjskih sadržaja</i>	Ustanova	Natječaji Ministarstva turizma / EU fondovi	Da bi se obogatila ponuda rute te sadržaji učinili atraktivnijim potrebno je osmisliti vanjske sadržaje koji će privući posjetitelji. Žicara, zipline, umjetne stijene za penjanje samo su neke od aktivnosti koje bi produžile outdoor boravak posjetitelja te utjecala na potrošnju u regiji.
<i>Multifunkcionalne dvorane</i>	Ustanova	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti	Prostore unutar kaštela prilagoditi multifunkcionalnoj svrsi koja će moći poslužiti i kao izvor novih vrsta prihoda (najama, kongresi, okrugli stolovi, snimanja)
<i>Uređenje poučnih staza na temu Frankopana</i>	JLS	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti/ Ministarstva turizma	U neposrednoj blizini kaštela potrebno je na inovativan način predstaviti povijest Frankopana, tradiciju i prirodnu baštinu (botanički vrt, šuma ogledala, skulpture od žica, drvene umetaljke, lebdeće šetnice, sportske sprave, odmorišta...)
<i>Uređenje dječjih igrališta</i>	JLS	Proračun jedinica lokalne samouprave na kojima se nalaze lokacije igrališta	Uređenjem vanjskih dječjih igrališta i postavljanjem novih sprava proširuje se ponuda aktivnosti za najmlađe posjetitelje

<i>Ulaganje u multimediju i iskustveno učenje</i>	Ustanova	Fondovi EU	Multimedijski sadržaji iznimno su atraktivni za posjetitelje no to je grana industrije u kojoj se inovacije događaju nevjerojatnom brzinom. Potrebno je pratiti primjere dobre prakse te stalno ulagati u atraktivnost sadržaja s ciljem da se na rutu vrate posjetitelji koji su je već ranije obišli s ciljem stvaranja novih iskustva.
<i>Novi sadržaji</i>	Ustanova	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti/ Ministarstva turizma	Anketiranjem posjetitelja te iz primjera dobre prakse najtočnije ćemo dobiti informacije koje nove sadržaje posjetitelji žele vidjeti u interpretacijskim centrima. Preporuka je stalno osuvremenjivati ponudu te pratiti tržišne trendove
<i>Online prodaja ulaznica</i>	Ustanova	Proračunska sredstva	Online prodaja ulaznica pomogla bi u smanjenu troškova osoblja, smanjila gužve i utjecala na bolji sustav upravljanja posjetiteljima
<i>Besplatni internet</i>	Ustanova	Proračunska sredstva	Besplatni Internet je danas postao standard u koji bi sve edukacijski interpretacijski centri trebali uložiti

S ciljem dugoročne održivosti rute potrebno je kontinuirano ulagati u nove sadržaje koji će privlačiti posjetitelje. Predloženo je da TZ Kvarnera preuzme obveze oko promocije rute, a sam opseg tih poslova ovisit će o dogovoru sa Županijom i ostalim partnerima u projektu kao i kapacitetima (prvenstveno ljudskim) TZ Kvarnera da na sebe preuzmu tako zahtjevan i izazovan posao.

Prijedlog je da Primorsko-goranska županija objavi svim dionicima (udruge, OPG-ovi, poduzetnici, lokalni obrtnici...) Poziv za prijavu projektnih ideja. Također, moguće je trajno otvoriti Javni poziv za prikupljanje projekata koji mogu prijaviti fizičke i pravne osobe, a koji su od interesa za provođenje strateških ciljeva ovog dokumenta odnosno koji doprinose turističkom, kulturnom, gospodarskom, infrastrukturnom razvoju rute te podizanju kvalitete života stanovnika županije. Projekti mogu biti u bilo kojoj fazi razvoja,

od početne zamisli do detaljnog plana izvedbe. Pristigle projektne ideje će se ocjenjivati temeljem sljedećih kriterija:

**1. Relevantnost projektne ideje**

- ocjenjuje se usklađenost projektne ideje sa strateškim ciljevima i prioritetima kulturno-turističke rute

**2. Status projektne dokumentacije**

- Ocjenjuje se pripremljenost projektne dokumentacije i pri tome razlikujemo projekte kod kojih imamo ulaganja u infrastrukturu i opremu te projekte koji nemaju takvih ulaganja tzv. meke projekte

**3. Operativni i financijski kapaciteti prijavitelja**

- Ocjenjuje se kapacitet prijavitelja odnosno njegova operativna sposobnost (iskustvo u provedbi sličnih projekata usporedive vrijednosti) i financijski kapacitet za provedbu projekta (iznos vlastitih sredstava i mogućnost financiranja projekta)

**4. Financijska i institucionalna održivost projekta**

- Ocjenjuje se kako će se projekt nastaviti financirati po završetku projektnih aktivnosti te tko će nastaviti rukovoditi projektom i na koji način

**5. Horizontalna pitanja**

- Ocjenjuje se da li projekt doprinosi jednakim mogućnostima i zaštiti okoliša

Kriterij	Bodovna skala	Maksimalan broj bodova
<b>1. Relevantnost projektne ideje</b>		<b>10</b>
1.1. Važnost projektnog prijedloga u odnosu na strateške ciljeve	1-5	5
1.2. Projektni prijedlog se odnosi na više prioriteta	1-5	5
<b>2. Status projektne dokumentacije</b>		<b>10</b>
2.1. „soft“ projekti		10
- projektna ideja	1	
- sažetak projekta	5	
- projekt je razrađen i pripremljen za određeni Poziv	10	
2.2. investicijski projekti		10
- pripremljen je opis projekta i pribavljene su sve važeće dozvole	10	
- pripremljen je opis projekta i potrebna dokumentacija, a izdavanje dozvola je u tijeku	7	
- pripremljen je opis projekta, tehnička dokumentacija je u pripremi	5	
- projekt je u fazi ideje	3	
<b>3. Operativni i financijski kapaciteti prijavitelja</b>		<b>10</b>


3.1. Podnositelj je proveo slične projekte usporedive vrijednosti - 1 projekt - 2 projekta - 3 projekta	2 3 5	5
3.2. Podnositelj sufinancira projekt u iznosu od - 0-10% -11-20% -21-30% -31-40% - 50% i više	1 2 3 4 5	5
<b>4. Financijska i institucionalna održivost projekta</b>		<b>10</b>
4.1. Podnositelj je naznačio i objasnio post projektno financiranje	1-5	5
4.2. Podnositelj je naznačio i objasnio institucijsku održivost projekta	1-5	5
<b>5. Horizontalna pitanja</b>		<b>5</b>
5.1. Podnositelj je pokazao poštivanje jednakih mogućnosti	1-2	2
5.2. Podnositelj je pokazao utjecaj projekta na pitanja zaštite okoliša	1-3	3
<b>UKUPNO</b>		<b>45 bodova</b>


Temeljem kriterija za ocjenjivanje projekti će se rangirati te će se kreirati lista prioriternih projekata (35-45 bodova), lista projekata koje treba doraditi (20-34 boda) te projekti koji nisu usklađeni sa strateškim ciljevima (na relevantnosti su dobili manje od 5 bodova ili imaju ukupno manje od 20 bodova).

## 6. Mjerenje učinaka

Praćenje postignuća planiranih ciljeva može se odvijati tijekom same provedbe projekta te nakon završetka projekta analizirajući dugotrajni učinak projekta. Primjena ovih alata praćenja, procjene i evaluacije na pravilan i dobro organiziran način omogućuje korisnicima brz i efikasan odgovor na moguće probleme i nedostatke koji se mogu pojaviti i omogućuju prilagodbu tržišnim uvjetima. Aktivnosti su „dinamične“ čiju je provedbu potrebno kontinuirano pratiti, ocjenjivati, evaluirati te prilagođavati promjenama u okruženju. Nužnost praćenja uvjetovana je dinamikom i brzinom gospodarskih promjena kako na regionalnom tako i na nacionalnom planu.

Praćenjem pokazatelja provedbe (indikatora) prati se uspješnost provedbe aktivnosti. Ciljne vrijednosti indikatora nije moguće definirati jer svi elementi nisu poznati, ali će se definirati indikatori bez ciljanih vrijednosti i to za svaki prioritet zasebno.

Prioriteti	Pokazatelji
<p><b>Marketinške aktivnosti i promocija kulturno turističke rute</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• broj posjetitelja rute</li> <li>• broj noćenja i dolazaka na području rute</li> <li>• stupanj popunjenosti smještajnih kapaciteta</li> <li>• prosječna duljina boravka</li> <li>• dnevna potrošnja</li> <li>• broj poduzetnika koji se bave selektivnim oblicima turizma</li> <li>• broj novih turističkih proizvoda</li> <li>• broj novih promotivnih materijala</li> <li>• broj objava na city light plakatima i billboardima</li> <li>• broj održanih edukacija/radionica/seminara/tribina/foruma i sl.</li> <li>• broj posjetitelja edukacija</li> <li>• broj programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</li> <li>• broj posjetitelja programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</li> <li>• broj projekata koji se odnose na prezentaciju i interpretaciju posebno vrijednih područja</li> <li>• broj novih turističkih proizvoda</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• broj sudjelovanja na sajmovima</li> <li>• broj suradnji s ostalim kulturnim rutama</li> <li>• broj volontere na ruti</li> <li>• broj novih sadržaja i programa u kulturi</li> <li>• broj sadržaja nematerijalne kulturne baštine uključenih u ponudu kulturno-turističke rute</li> <li>• posjećenost društvenih mreža</li> </ul>
<p><b>Infrastrukturne aktivnosti i novi sadržaji</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• km izgrađenih i obnovljenih cesta</li> <li>• km biciklističkih staza</li> <li>• broj postavljenih stalaka za bicikle</li> <li>• km poučne staze</li> <li>• broj novih sadržaja u interpretacijskim centrima</li> <li>• broj novih multimedijalnih sadržaja</li> <li>• broj uređenih dječjih parkova</li> <li>• broj novih sadržaja urbane opreme</li> <li>• površina izgrađene sportsko-rekreacijske infrastrukture</li> <li>• broj prilagođenih multifunkcionalnih dvorana</li> <li>• broj novih parkirnih mjesta</li> <li>• broj prodanih online ulaznica</li> <li>• broj stanovnika s mogućnošću pristupa brzom internetu</li> </ul>

Ocjenjivanje uspješnosti provedbe ocjenjivat se na kraju svake godine, a prioritete i pokazatelji trebali bi se kontinuirano nadopunjavati i prilagođavati tržišnim trendovima. Definirani su kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi te bi većina pokazatelja trebala biti ostvarena već u srednjoročnom razdoblju (sljedećih 5 godina) ako kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana ima ambicije da bude samoodrživa i prepoznata izvan granica Hrvatske.

## 7. Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika

### FINANCIJSKA ANALIZA

Financijska analiza se provodi procjenom novčanih tokova, te izračunom indikatora neto povrata. Glavna svrha financijske analize je koristiti projektne planove novčanih tokova za izračun odgovarajućih pokazatelja povrata.

#### Operativni prihodi

Operativni prihodi uključuju novčane priljeve koje izravno plaćaju korisnici usluga koje se pružaju u sklopu projekta. Potencijalne prihode mogu predstavljati i europski projekti, prekogranična suradnja, organizacija kulturnih zbivanja te izdavaštvo, međutim iste nisu procjenjivane u ovoj Studiji budući da su neizvjesne i ne može ih se kvantificirati u ovom trenutku, a i njihov efekt na financijsku održivost je neutralan budući da su troškovi po istima identični prihodu. Sve usluge će se ponuditi po tržišnim cijenama.

Iznosi se odnose na cjelogodišnje poslovanje kroz **15 godina**.

Operativni prihodi uključuju novčane priljeve koje izravno plaćaju korisnici usluga koje se pružaju u sklopu projekta. U ovom slučaju, operativnim prihodima mogu se smatrati:

- prihodi od ulaznica,
- prihodi od usluga te
- prihod od prodaje suvenira (rabati).

#### Prihodi od prodaje ulaznica

Zajedničke ulaznice za sve objekte funkcionirale bi kao karta, lista preporuka te bi sadržavala popuste za ugostiteljske usluge.

Prihodi od ulaznica temelje se na slijedećim osnovnim postavkama:

- Cijena ulaznica procijenjena je nešto više nego u Studiji izvodljivosti te glasi:

- 85,00 kn ulaznica za kulturno-turističku rutu individualne posjetitelje,
- 60,00 kn ulaznica za grupe od minimalno 15-20 osoba
- 40,00 kn ulaznica za kulturno-turističku rutu za djecu od 7 godina, studente, učenike i umirovljenike
- 20,00 kn lokalne ulaznice za pojedinačne interpretacijske centre
- 15,00 kn lokalna ulaznica za pojedinačne interpretacijske centre za djecu od 7 godina, studente, učenike i umirovljenike



Prihod od prodaje karte za kulturno-turističku rutu pripisuje se Ustanovi koji snosi većinu troškova kulturno-turističke rute kao jedinstvenog proizvoda dok individualne karte prodane na samim lokacijama, a koje se odnose na sami interpretacijski centar na lokaciji idu na teret tog interpretacijskog centra.

Broj posjetitelja se za prve godine projekta planiran je u manjem obujmu od potencijalno maksimalnog. Prvih godina interes lokalnog stanovništva Županije za posjet ruti biti će relativno visok obzirom da se radi o novom sadržaju. Interes će u slijedećim godinama slabiti ako se kontinuirano ne bude ulagalo u nove sadržaje. Interes turističkog tržišta održavati će i zahvaljujući suradnji sa turističkim agencijama, hotelskim kućama i ostalim turističkim djelatnostima koje mogu usmjeravati interese posjetitelje.

Prosječan godišnji broj posjetitelja u hrvatskim muzejima danas iznosi 12.600 posjetitelja, s obzirom na obujam kulturne rute i broj lokacija očekuje se da će ostvariti broj prodanih karata za 50% veći od prosječnog broja posjeta muzejima što iznosi 18.900 prodanih karata za kulturnu rutu. i prosječan broj posjetitelja za individualne centre na razini hrvatskih muzeja, izuzev prostorno dislocirane muzeje za koje je predviđena prodaja upola manje individualnih karata o prihod od prodaje karte za kulturno-turističku rutu pripisuje se centralnom interpretacijskom centru u Kraljevici koji snosi većinu troškova kulturno-turističke rute kao jedinstvenog proizvoda dok individualne karte prodane na samim lokacijama, a koje se odnose na sami interpretacijski centar na lokaciji idu na teret tog interpretacijskog centra.

Uzimajući u obzir sve ranije navedene faktore u nastavku dajemo procjenu očekivanog broja jednodnevnih posjetitelja kulturno-turističke rute po interpretacijskim centri.

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica
Kraljevica	31.500	18.900	12.600
Brod na Kupu	21.400		2.500
Krk	31.500		12.600
Rijeka	31.500		12.600
Bakar	27.400		8.500
Grobnik	24.400		5.500
Bribir	24.400		5.500
Čabar	20.200		1.300
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>80.000</b>	<b>18.900</b>	<b>61.100</b>

Sukladno statističkim podacima na razini svih hrvatskih muzeja, individualni gosti čine 60% posjetitelja od čega je 28% učenika i umirovljenika, dok grupe čine 40% posjetitelja od čega 50% čine učenici i umirovljenici.

### Struktura posjetitelja

Interpret. centar	Individualni gosti - ulaznice za kulturnu rutu	Individualni gosti - individualni ulaz	Individualni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Individualni gosti - učenici i umirov. - ind. ulaz	Grupni gosti - ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - ind. ulaz	Grupni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - učenici i umirov.- ind. ulaz
Kraljevica	9.886	5.443	3.020	2.117	2.997	2.520	2.997	2.520
Brod na Kupu	0	925	0	450	0	563	0	562
Krk	0	5443	0	2117	0	2520	0	2.520
Rijeka	0	5443	0	2117	0	2520	0	2.520
Bakar	0	3068	0	930	0	2251	0	2.251
Grobnik	0	2025	0	720	0	1378	0	1.377
Bribir	0	2025	0	720	0	1378	0	1.377
Čabar	0	450	0	80	0	385	0	385
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>9.886</b>	<b>24.822</b>	<b>3.020</b>	<b>9.251</b>	<b>2.997</b>	<b>13.515</b>	<b>2.997</b>	<b>13.512</b>

S obzirom da se značajnim ulaganjima u marketing očekuje održavati atraktivnost kulturno-turističke rute, projekcija broja posjetitelja zadržana je na konstantnoj razini kroz trajanje projekta.

### Prihodi od prodaje ulaznica

Interpret. centar	Individualni gosti - ulaznice za kulturnu rutu	Individualni gosti - individualni ulaz	Individualni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Individualni gosti - učenici i umirov. ind. ulaz	Grupni gosti - ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - ind. ulaz	Grupni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - učenici i umirov. ind. ulaz	Ukupno
Kraljevica	840.310	108.860	181.200	31.755	179.820	50.400	119.880	37.800	<b>1.550.025</b>
Brod na Kupu	0	18.500	0	6.750	0	11.260	0	8.430	<b>44.940</b>
Krk	0	108.860	0	31.755	0	50.400	0	37.800	<b>228.815</b>
Rijeka	0	108.860	0	31.755	0	50.400	0	37.800	<b>228.815</b>
Bakar	0	61.360	0	13.950	0	45.020	0	33.765	<b>154.095</b>
Grobnik	0	40.500	0	10.800	0	27.560	0	20.655	<b>99.515</b>
Bribir	0	40.500	0	10.800	0	27.560	0	1.377	<b>80.237</b>
Čabar	0	9.000	0	1.200	0	7.700	0	1.377	<b>19.277</b>
<b>Ukupno</b>	<b>840.310</b>	<b>496.440</b>	<b>181.200</b>	<b>138.765</b>	<b>179.820</b>	<b>270.300</b>	<b>119.880</b>	<b>179.004</b>	<b>2.405.719</b>



### Prihodi od usluga

Prihodi od usluga odnose se na usluge vodstva po objektima, održavanje radionica i edukativnih seminara te ostalih usluga. Takve naknade plaćale bi grupe posjetitelja (organizirani dolasci, učenici) za interpretaciju i održavanje posebnih sadržaja. Projekcija prihoda od ove kategorije procjenjuje se na temelju očekivanih interesa udruga i organizacija, grupa učenika i studenata u sklopu terenske nastave te organiziranih grupa turista/izletnika. Na području cijele Primorsko-goranske županije trenutno nedostaje objekata navedenog tipa stoga se očekuje da će se raditi o vrlo atraktivnoj lokaciji, posebice za organizaciju kulturnih događanja.

Jedan od najboljih načina da se upozna novo mjesto, njegove prirodne ljepote i kulturno-povijesne znamenitosti je uz pratnju lokalnog turističkog vodiča. Na prostoru grada Rijeke i njegove uže okolice već postoje grupne ili privatno vođene ture. U organiziranim turama nudi se mogućnost šetnje povijesnom jezgrom grada Rijeke, Trsatom, upoznavanje s industrijskom baštinom, posjet najboljim foto lokacijama, gastro-šetnja, upoznavanje grada uz pratnju profesionalnog fotografa.

Grupne ili privatno vođene ture po gradu Rijeci i okolici su:

- (Ne tako) običan vođeni razgled grada Rijeke (mogućnost organizacije grupne ili privatno vođene ture). Šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje se posjećuju glavne znamenitosti. Objedinjeni su najvažniji kulturno-povijesne lokaliteti grada na način da se prezentiraju 3 glavne povijesne etape koje su dizajnirale Rijeku i stvorile tako alternativan, gostoljubiv i vedar grad. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci – Korzo.
- Trsat – dvorac i svetište pješice (mogućnost organizacije grupne ili privatno vođene ture. Tura obuhvaća šetnju stubama Petra Kružića ili tzv. Trsatskim stubama koje su poznate kao put pokore hodočasnika, no i lokalni put žitelja Trsata. Trsatske stube vode do Trsatskog Svetišta koje je omiljeni Papa Ivan Pavao II. posjetio čak dvaput te Trsatske gradine s najboljom panoramom grada i Kvarnerskog zaljeva.
- Najbolje foto lokacije - za sve ljubitelje fotografije odabrana je tura s najboljim lokacijama za fotografiranje uz pratnju lokalnog vodiča.
- Rijeka & Trsat & Kantrida uz privatnog vodiča - šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje posjećuju glavne znamenitosti. Na Trsatu razgled Gradine i Svetišta i za kraj vožnja do kvarta Kantride, živopisne lučice, obilazak jedne od riječkih plaža, te Stadiona uz samo more. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci - Korzo - Trsatska gradina - Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat - Plaža Kantrida - Stadion Kantrida - lučica Kantrida.

- Rijeka & Trsat & Opatija uz privatnog vodiča - šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje ćete posjetiti glavne znamenitosti. Na Trsatu razgled Gradine i Svetišta i za kraj vožnja do 15 minuta vožnje udaljene. Razvoj ovog elitnog gradića usko se nadovezuje uz zlatne dane riječke povijesti. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci - Korzo - Trsatska gradina - Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat – Opatija.
- Gurmanska šetnja - tura uz lokalnog vodiča koje će sve zainteresirane provesti centrom grada, ispričati im priču o okusima i navikama Riječana. Tura uključuje posjet čak 5 različitih mjesta za ukupno jedan snack, predjelo, glavno jelo i desert.
- Priča o industrijskoj baštini - tura uključuje razgled zapuštenih lokaliteta a koji se odnose na riječku industrijsku baštinu. Tura uključuje dvosatni razgled: Žabica – Dolac – Koblerov trg – Mrtvi kanal – Riječka luka - Molo longo.
- Hvatamo uspomene uz privatnog lokalnog vodiča i privatnog profesionalnog fotografa - tura uključuje angažman lokalnog vodiča koji će ispričati priču o Rijeci, a profesionalni lifestyle fotograf će okom kamere sve popratiti i na taj način nadopuniti priču. Po povratku kući svi sudionici primiti će link za preuzimanje nastalih fotografija na turi. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci – Korzo.
- Lifestyle & shopping tura uz privatnog lokalnog vodiča - zabavna šetnja uz lokalnog vodiča koji će ispričati sve o navikama Riječana i Riječanki, pokazati lokalne suvenire uz priču o svakome, ali i tradicionalne hrvatske proizvode, ikone „made in Croatia“.

Za riječke osnovnoškolce u ponudi je već nekoliko vođenih tura:

- Riječki vremeplov (turistički obilazak namijenjen djeci) - "Riječki vremeplov", malo drugačiji turistički obilazak koji kroz igru, istraživanje i zabavu na edukativan način omogućuje učenicima upoznati grad Rijeku, njenu povijesnu i kulturnu baštinu. U ovom programu, učenici ne slijede vodiča i ne slušaju "dosadne priče" već sami, točno odgovarajući na pitanja otkrivaju zanimljivosti ovog grada te sami kreiraju svoj obilazak. Program je namijenjen svim uzrastima, od najmanjih osnovnoškolskih do srednjoškolskih, samostalnih potraga čime se promiče upoznavanje povijesti grada na zanimljiv način. Kreće se ovisno o mjestu sastajanja, a program je formiran u kraćoj ili duljoj formi, ovisno o uzrastu i interesu, te slobodnom vremenu grupe. Po završetku obilaska, proglašava se pobjednička grupa te se daruje simboličnim poklonom. Druženje završavaju zajedničkim odgovaranjem na pitanja uz kratke priče o doživljajima obilaska. Po želji grupe, uz doplatu, moguće je organizirati ručak za sudionike ili obilazak "Peek and poke - Muzeja djetinjstva."
- Izlet „Tradicija i stare priče“ - poludnevnu pustolovinu u kojoj će svi sudionici saznati više o tradicionalnom načinu života i starim obrtima koji su danas gotovo izumrli. Tura počinje u Martinovom selu, nalazi se nekoliko kilometara od grada Rijeke gdje je predviđen posjet Gašparovom mlinu iz 17. stoljeća. Drveni mlin je još i danas u funkciji. Sljedeća stanica je

posjet Zavičajnom muzeju te upoznavanje sa starim alatima, narodnim nošnjama i spavaćom sobom i kuhinjom uređenima na isti način kao u 19. stoljeću. Nakon toga predviđen je posjet staroj kovačnici u mjestu Dražice koja je sagrađena 1930. god. i već je generacija u istoj obitelji. Na kraju ture predviđen je posjetiti Grobničkom kaštelu s kojeg se pruža pogled na Kvarnerski zaljev i planine u pozadini. Organizirani izlet namijenjen je i djeci i odraslima.

Primorsko-goranska županija osnivač je 32 osnovne škole (11 škola nalazi se na području Gorskog kotara, 9 škola na području riječkog prstena, 6 otočnih škola, 3 škole na području Liburnije te 3 škole na vinodolskom području). Temeljem podataka Ureda državne uprave u PGŽ-u iz rujna 2016. god. u školskoj 2016./2017 god. 9.620 učenika pohađalo je škole kojima je Primorsko-goranska županija osnivač smještenih u 613 odjela. Na području grada Rijeka u školskoj godini 2017./2018. u 23 osnovne škole ukupno je 8.169 učenika (4.204 učenika od I.-IV. razreda, 3.965 učenika od V.-VIII. Razreda) u 414 razrednih odjela. Usluga obilaska rute atraktivna je za učenika svih škola na području RH ali zbog manjih troškova marketinga i lakše dostupnosti prvo će se programi usluga predstaviti školama na području Primorsko-goranske županije, kasnije putem turističkih paketa obuhvatiti će se cijela Hrvatska.

Procjenjuje se da bi kulturno-turistička ruta mogla pružiti 1.100 usluga godišnje po cijeni od 200 kn što u prosjeku čini jednu uslugu (interpretaciju, vođenje) dnevno po interpretacijskom centru. Vođene ture za školsku djecu će se odvijati u jesenskim i proljetnim mjesecima, dok će za turiste najveći broj tura biti organiziranim u ljetnim mjesecima. S obzirom da cijena usluge uključuje i porez na dodanu vrijednost, radi se o 160 kn prihoda po usluzi, odnosno na godišnjoj razini o **176.000,00 kn prihoda**.



#### **Prihodi od prodaje suvenira**

Većina postojećih suvenirnica u gradu Rijeci nalazi se duž Korza i u obližnjim ulicama te u svojoj ponudi imaju razne suvenire za sve one koje žele sa sobom ponijeti opipljivo sjećanje na Rijeku. Poznate riječke suvenirnice su:

- Turistički informativni centar na Korzu – uz brošure o Rijeci i okolici nudi i mogućnost kupnje suvenira karakterističnih za grad Rijeku s markicom “Izvorno riječko” i “Osobita kvaliteta”;
- Trgovina 'Šta da?!' - izvorno je riječka. Asortiman torbi, majica, jastuka, nakita s ovim sloganom prerasla je iz gradske poštalice u prepoznatljivi brend. Trgovina se nalazi u Starom gradu, u samoj jezgri Rijeke;
- Fan Shop NK Rijeka – u ponudi imaju dresove NK Rijeke, navijačke rekvizite (šalove, kape majice i sl.), suvenire (magnete, privjeske, narukvice, satove);
- Laurin kutak - nudi originalne unikatne radove lokalnih umjetnika, domaćih radinosti i obrta – keramiku, slike, nakit i mnoštvo drugih sitnica;
- Manufaktura suveniri – u ponudi ima domaće delicije, prirodnu kozmetiku, zdravu hranu, rukotvorine, poklone i suvenire od malih obiteljskih proizvođača iz cijele Hrvatske;
- Croatia in a box – od suvenira u ponudi nude odjeću hrvatskog dizajna, torbe, nakit, dekorativne premete, uporabne predmete, slatke i slane proizvode malih proizvođača, hrvatske igračke i ostale visokokvalitetne suvenire. Često se organiziraju prezentacije proizvoda uz degustacije, te razne promotivne akcije i edukativno-kreativne radionice vezane uz predstavljanja proizvoda;

- Primorsko-goranska Kašetica - brend koji okuplja proizvođače autohtonih proizvoda s područja Primorsko-goranske županije i novoootvoreni izložbeno-prezentacijski Centar autohtonih proizvoda na prvom katu Primorske kuće u Rijeci. U izložbeno-prezentacijskom prostoru nude se domaći autohtoni proizvodi malih proizvođača.
- Galerije - Mala galerija Bruketa, Atelijer Rogić, Galerija RiArt,
- gift-shopovi u Robnoj kući Korzo i Robnoj kući Ri, na kioscima Tiska i iNovina te
- zlatarni Grubišić.
- Autohtoni riječki suveniri dostupni su i putem interneta tj. web stanice Turističke zajednice grada Rijeke.

Ponuda u riječkim suvenirnicama je raznolika kao i raspon njihovih cijena. Najtraženiji su suveniri do 30 kuna - magneti, školjke, šalice s motivima grada Rijeke, privjesci. Sve popularniji suveniri su Riječka čaša koja simbolizira čistu pitku vodu i podmetači za tave i lonce u obliku slova glagoljice – cijena čaša i pometaći su 60 kuna. Osim suvenira koji su tematski vezani za određene manifestacije i kulturno-povijesnu baštinu Rijeke u prodaji su i prigodni gastro suveniri od malih obiteljskih proizvođača s područja Primorsko – goranske županije ali i iz ostalih dijelova Hrvatske.

Ne postoje dovoljno precizni podaci o tome koliko su turisti spremni potrošiti na suvenire, međutim uvriježeno je razmišljanje među hrvatskim turističkim djelatnicima da je domaći turist bolji potrošač od inozemnog. Sukladno istraživanju TOMAS, kulturni turist na jednodnevnom putovanju prosječno potroši 11,90 EUR za kupnju i 12,19 EUR na hranu i piće, pri čemu se posebno ne razrađuju na koje se proizvode i sluge odnosi kategorija "kupnja". S obzirom na činjenicu da će značajan dio posjetitelja čini mlađi uzrast (učenici) čija je kupovna moć ograničena i ta je informacija uzeta u razmatranje. Procjenjuje se da će ostvarivati prosječno 30% rabata na suvenire koji će se naći u prodaji, a uz uobičajene memorabilije to bi bili i autohtoni suveniri, a sve brendirano kulturno turističkom rutom Frankopani.

Prilikom planiranja i oblikovanja vodit će se računa o autentičnosti i originalnosti suvenira.

Autorska izvedbena rješenja suvenira nužno se trebaju odmaknuti od bilo kojeg oblika kiča, a ipak biti atraktivna; izazivati te educirati publiku umjesto da podilaze usađenim potrošačkim refleksima.

Među dobrim idejama koje ne zahtijevaju značajan autorski oblikovni angažman mogu se ponuditi: reprodukcije umjetnina, predmeta te arhitektonskih detalja iz fonda povijesne baštine Frankopana, reprodukcije povijesnih prikaza i nacrtu tvrđava i dvoraca.





#### Planirana cijena suvenira

Niži cjenovni rang	5,00
Srednji cjenovni rang	20,00
Viši cjenovni rang	55,00

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica	Prihod od suvenira
Kraljevica	12.600	18.900	12.600	79.380
Brod na Kupu	2.500		2.500	10.500
Krk	12.600		12.600	52.920
Rijeka	12.600		12.600	52.920
Bakar	8.500		8.500	35.700
Grobnik	5.500		5.500	23.100
Bribir	5.500		5.500	23.100
Čabar	1.300		1.300	5.460
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>80.000</b>	<b>18.900</b>	<b>61.100</b>	<b>283.080</b>

Planirano je da se od 80.000 prodanih ulaznica njih 18.900 odnosi na ulaznice cijele rute odnosno 23,65 %, a 61.100 ulaznica na individualne centre. Prosječna potrošnja procjenjuje se na 14 kn. Ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom naplaćivala bi 30% rabata na suvenire koji će se naći u prodaji, a uz uobičajene memorabilije to bi bili i autohtoni prehrambeni, a sve brendirano srednjim vijekom i Frankopanima. Sukladno navedenom prihod po suveniru je 4,20 kuna.

U nastavku se daje financijska analiza operativnih prihoda kulturno- turističke rute Putovima Frankopana za razdoblje od 15 godina uz planirano godišnje povećanje prihoda od 1.5% (konzervativan pristup).

Godina	Prihodi od prodaje ulaznica	Prihodi od prodaje suvenira	Prihodi od usluga	Ukupni operativni prihodi
2020.	2.405.719	283.080	176.000	2.864.799
2021.	2.441.805	287.326	178.640	2.907.771
2022.	2.478.432	291.636	181.320	2.951.388
2023.	2.515.608	296.011	184.039	2.995.658
2024.	2.553.342	300.451	186.800	3.040.593
2025.	2.591.643	304.958	189.602	3.086.202
2026.	2.630.517	309.532	192.446	3.132.495
2027.	2.669.975	314.175	195.333	3.179.483
2028.	2.710.025	318.888	198.263	3.227.175
2029.	2.750.675	323.671	201.237	3.275.582
2030.	2.791.935	328.526	204.255	3.324.716
2031.	2.833.814	333.454	207.319	3.374.587
2032.	2.876.321	338.456	210.429	3.425.206
2033.	2.919.466	343.532	213.585	3.476.584
2034.	2.963.258	348.685	216.789	3.528.733



## Operativni rashodi



### Troškovi osoblja

Procjene troškova osoblja, temeljene su na parametrima i potrebama uspješnog funkcioniranja kulturne rute. Ako se kulturna ruta da na upravljanje već postojećoj organizaciji neće biti nužno zapošljavanje ravnatelja i administrativnog osoblja. Procjene troškova osoblja više su od procjena u Studiji izvodljivosti no utopistički je smatrati da će 1 interpretator moći voditi interpretaciju jednog centra na godišnjoj razini. Da bi ruta ostvarivala prihode radno vrijeme mora biti prilagođeno potrebama turista i posjetitelja što bi značilo rad cijelog dana uključujući i vikende. Za potrebe uspješnog funkcioniranja rute potrebno je 19 osoba no svih 19 osoba neće značiti nova zapošljavanja, potrebno dogovoriti je s turističkim uredima i udrugama koji od postojećih djelatnika mogu preuzeti poslove vezano Frankopane.

Opis	Godišnja plaća	Količina	Iznos u kunama
Voditelj rute	168.000	1	168.000
Marketinški stručnjak	150.000	1	150.000
Voditelj interpretacije	150.000	1	150.000
Interpretatori	132.000	16	2.112.000
<b>Ukupno troškovi osoblja</b>			<b>2.580.000</b>



### Troškovi usluga

Pod troškovima usluga, navode se troškovi za koje će Ustanova morati angažirati vanjske kapacitete, prije svega misli se na troškove čišćenja, tehničke zaštite objekata te razne ostale intelektualne usluge za koje će povremeno trebati angažirati vanjske stručnjake. Troškovi su izračunati na temelju trenutno važećih tržišnih cijena za navedene usluge.

OPIS	IZNOS U KN
Čišćenje	114.000
Zaštita objekta	21.000
Intelektualne i osobne usluge	40.000
<b>Ukupno troškovi usluga</b>	<b>175.000</b>



### Održavanje infrastrukture

U Studiji izvodljivosti odnosilo se na stalna ulaganja u sitni inventar kako bi se zamijenila oprema koja se pokvari. Isti su predviđeni na konstantnoj razini, a eventualna značajna nova ulaganja nisu bila predviđena.

Multimedijalne sadržaje potrebno je kontinuirano osuvremenjivati te su procjene novih ulaganja nužne i neophodne za planiranje buduće održivosti.

OPIS	IZNOS U KN
Tekuće i investicijsko održavanje opreme	63.000
Licence	5.000
Održavanje multimedije	45.000
<b>Ukupno održavanje</b>	<b>113.000</b>



### Administrativni i opći troškovi

Odnose se na troškove redovitog funkcioniranja ustanove koja upravlja kulturno-turističkom rutom i interpretacijskim centrima, a uključuju režijske troškove, utroške uredskog materijala i sitnog inventara, usluge telefona, pošte i prijevoza, stručno usavršavanje, premije osiguranja te ostali troškovi. Troškovi su iskalkulirani uzimajući u obzir nekoliko faktora: kvadraturu prostora, prosječne tržišne cijene za usluge, procijenjenu potrošnju obzirom na predviđeni broj posjetitelja i korištenje opreme od strane djelatnika.

OPIS	IZNOS U KN
Komunalni otpad	4.020
Grijanje	26.000
Električna energija	56.800
Voda	3.400
Troškovi uredskog materijala	17.000
Troškovi sitnog inventara	26.000
Usluge telefona, pošte i prijevoza	11.500
Stručno usavršavanje zaposlenika	36.000
Premije osiguranja	57.500
Ostali troškovi i vanjske usluge	39.000
<b>Ukupno administrativni i opći troškovi</b>	<b>277.220</b>

Administrativne i opći troškovi su realno procijenjeni ali budući da predlažemo dodjeljivanja upravljanja već postojećoj Ustanovi administrativni i opći troškovi će ipak biti nešto niži.



### Troškovi prodaje i distribucije

Navode se direktni troškovi koje će ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom imati u svrhu marketinške promidžbe, prodaje suvenira i organizacije kulturnih manifestacija. Troškovi marketinga i usluga tiska predstavljaju pretpostavljeni godišnji budžet marketinškog djelovanja ustanove. Operativni troškovi zasebnih projekata – kulturnih manifestacija u organizaciji ustanove, procijenjeni su uzimajući u obzir prosječne iznose namijenjene izvođačima/predavačima u iznosu 10.000 kn te 10.000 kn namijenjeno troškovima organizacije (razglas, oprema, sadržaji u prostoru, logistika).

OPIS	IZNOS U KN
Marketing (promidžba, informiranje)	350.000
Usluga tiska i grafičke pripreme	40.000
Reprezentacija	20.000
Troškovi organiziranja kulturnih manifestacija	80.000
<b>Ukupno troškovi prodaje i distribucije</b>	<b>490.000</b>

S obzirom na postavljene visoke zahtjeve vezano uz posjećenost same rute potrebno ju je i adekvatno predstaviti na tržištu.

Proračun ostatka vrijednosti investicije projekta Putovima Frankopana

Opis	Godina početka obračuna amort.	Vijek	Nabavna vrijednost	Stopa otpisa	Ostatak vrijednosti
Uređenje i opremanje interpretacijskih centara	2	20	1.511.666	5%	453.500
Statička sanacija i konzervacija zapadnog zida stambenog dijela Kaštela Trsat	2	20	1.511.666	5%	453.500
Nabavka opreme za interpretacijska događanja	3	10	13.926.153	10%	1.631.462
Rekonstrukcija međukatnih konstrukcija i postavljanje sanitarnog čvora Kaštela u Bakru	2	20	1.168.325	5%	350.497
Nabavka opreme za Gradsku stražu u Bakru	2	10	211.055	10%	0
Nabavka opreme za heraldičke radionice i udruhu Zrinskih Frankopana Drvenik	2	10	212.400	10%	0
Obnova fasade na zgradi (nekadašnji kaštel) općine u Bribiru	2	20	236.506	5%	70.952
Obnova dvorca Nova Kraljevica	2	20	3.570.233	5%	1.190.931
Uređenje okoliša i pristupne ceste dvorca Nova Kraljevica	3	20	13.704.533	5%	2.617.180
Sanacija bedemskih zidova Kaštela u Krku	2	20	626.038	5%	187.811

Opremanje multimedijalnog centra za kulturu	2	10	650.301	10%	0
Uređenje stalnog postava u Kaštelu Zrinskih	3	10	2.461.764	10%	0
Obnova vanjske stolarije u Dvorcu Zrinskih	2	10	542.531	10%	0
Nabavljanje opreme za provedbu kulturno-turističkih sadržaja na Kaštelu Trsat	2	10	1.011.285	10%	0
Izrada interpretacijskih sadržaja	3	10	4.580.770	10%	0
Uređenje i opremanje istraživačkog i edukacijskog centra u Lokvama	2	20	1.699.917	5%	372.744
Uređenje frankopanske šetnice	2	10	44.695	5%	0
Označavanje pješačkih staza u Bakru	2	10	36.600	5%	0
Uređenje dječjeg igrališta u Bribiru	2	20	1.024.512	5%	307.357
<b>UKUPNO</b>					<b>7.182</b>

Procjena ostatka vrijednosti projekta je izvršena temeljem procijenjenih stopa amortizacije pri čemu su korištene najpreciznije moguće vrijednosti. Pri određivanju amortizacijskih stopa građevinskih radova, tehničke opreme i instalacija te nematerijalne imovine korištene su preporuke stručnjaka, a sve poštujući tehničko-tehnološke norme trajanja pojedine opreme. Zemljište se ne amortizira.

#### **Ostatak vrijednosti projekta, na kraju vijeka projekta, iznosi 7.182.431 kn.**

U nastavku se daje financijska analiza operativnih rashoda kulturno- turističke rute Putovima Frankopana za razdoblje od 15 godina uz planirano godišnje povećanje troškova od 1.5% (konzervativan pristup).

Godina	Troškovi osoblja	Troškovi usluga	Održavanje	Administrativni i opći troškovi	Trošak prodaje i distribucije	Ukupni operativni rashodi
<b>2020.</b>	2.580.000	175.000	113.000	277.220	490.000	3.635.220
<b>2021.</b>	2.618.700	177.625	114.695	281.378	497.350	3.689.748
<b>2022.</b>	2.657.981	180.289	116.415	285.599	504.810	3.745.095
<b>2023.</b>	2.697.850	182.994	118.162	289.883	512.382	3.801.271
<b>2024.</b>	2.738.318	185.739	119.934	294.231	520.068	3.858.290
<b>2025.</b>	2.779.393	188.525	121.733	298.645	527.869	3.916.164

<b>2026.</b>	2.821.084	191.353	123.559	303.124	535.787	3.974.907
<b>2027.</b>	2.863.400	194.223	125.412	307.671	543.824	4.034.530
<b>2028.</b>	2.906.351	197.136	127.294	312.286	551.981	4.095.048
<b>2029.</b>	2.949.946	200.093	129.203	316.971	560.261	4.156.474
<b>2030.</b>	2.994.195	203.095	131.141	321.725	568.665	4.218.821
<b>2031.</b>	3.039.108	206.141	133.108	326.551	577.195	4.282.104
<b>2032.</b>	3.084.695	209.233	135.105	331.449	585.853	4.346.335
<b>2033.</b>	3.130.965	212.372	137.131	336.421	594.641	4.411.530
<b>2034.</b>	3.177.930	215.557	139.188	341.467	603.560	4.477.703

Analiza financijske održivosti provodi se kako bi se potvrdilo da su financijska sredstva dovoljna za pokrivanje svih financijskih izdataka iz godine u godinu, za cijeli vremenski period trajanja investicije. Financijska održivost je valjana ukoliko neto novčani tijek niti u jednom trenutku ne bude negativan, tijekom svih godina ekonomskog vijeka projekta. Na temelju predviđanja neto novčani tijek kulturne rute neće biti pozitivan te je nužno predvidjeti iz kojih izvora će se pokrivati manjkovi koje ruta ostvaruje.

<b>Godina</b>	<b>Operativna dobit</b>	<b>Operativni troškovi</b>	<b>Neto novčani prinosi</b>	<b>Diskontni faktor</b>	<b>Diskontni novčani priljev</b>
<b>2020.</b>	2.864.799	3.635.220	-770.421	1	-770.421
<b>2021.</b>	2.907.771	3.689.748	-781.977	0,96153846	-751.901
<b>2022.</b>	2.951.388	3.745.095	-793.707	0,92455621	-733.827
<b>2023.</b>	2.995.658	3.801.271	-805.613	0,88899636	-716.187
<b>2024.</b>	3.040.593	3.858.290	-817.697	0,85480419	-698.971
<b>2025.</b>	3.086.202	3.916.164	-829.962	0,82192711	-682.168
<b>2026.</b>	3.132.495	3.974.907	-842.412	0,79031453	-665.770
<b>2027.</b>	3.179.483	4.034.530	-855.048	0,75991781	-649.766
<b>2028.</b>	3.227.175	4.095.048	-867.874	0,73069021	-634.147
<b>2029.</b>	3.275.582	4.156.474	-880.892	0,70258674	-618.903
<b>2030.</b>	3.324.716	4.218.821	-894.105	0,67556417	-604.025
<b>2031.</b>	3.374.587	4.282.104	-907.517	0,64958093	-589.505
<b>2032.</b>	3.425.206	4.346.335	-921.129	0,62459705	-575.335
<b>2033.</b>	3.476.584	4.411.530	-934.946	0,60057409	-561.505
<b>2034.</b>	3.528.733	4.477.703	-948.970	0,57747508	-548.007

Zaključak:

**Neto novčani tijek projekta je negativan te iznosi između 770.721 kn i 948.970 kn, manjka prihoda godišnje.**

## PREPORUKE ZA OSOGURANJE FINACIJSKE ODRŽIVOSTI RUTE:

- Jasno razrađen akcijski marketinški plan s ciljem privlačenje većeg broja posjetitelja
- Suradnja s Turističkim zajednicama i Udrugama, za interpretatore kulturnih ruta koristiti već postojeći turistički kadar te planirati manji broj novih zapošljavanja
- Ugovor o suradnji s lokalnim TZ i udrugama na području rute kojom se obvezuju financijski pripomoći funkcioniranju rute
- Suradnja sa školama na područje županije te organizacija terenske nastave povijesti za učenike viših razreda
- Ulaganje u nove sadržaje te povezivanje sa ostalim oblicima turizma (cikloturizam, zdravstveni turizam, gastro turizam...)
- Suradnja s turističkim agencijama te formiranje paketa usluga
- Povezivanje s Udrugom povijesnih gradova te rad na vidljivosti destinacije kao regije kulture (mogućnost organiziranja edukacija na temu kulturalnog turizma)
- Uključivanje u međunarodnu mrežu volontera (volonteri mogu sudjelovati u edukacijama, interpretaciji, uređenju staza)
- Proširenje ponude usluga (najam dvorana, organizacija događanja)
- Prilagoditi sadržaj rute i mlađoj djeci (proširiti ponudu i na vrtičke izlete)
- Prijava novih projekata na fondove EU



## MOGUĆNOSTI KORIŠTENJA EU SREDSTAVA

Potencijalni programi u sklopu kojih Upravljačko tijelo kulturno-turističkog proizvoda „Putovima Frankopana“ može, samostalno ili u projektnom partnerstvu, razvijati i promovirati rutu i nakon završetka predmetnog projekta. Odabrani programi u povezuju mogućnosti financiranja i sufinanciranja rute „Putovima Frankopana“ na njenom mikro području, kao i njen sami cilj, a to je vrednovanje, obnova, očuvanje, zaštita i inovativno interpretiranje kulturno-povijesne baštine. Trenutno su poznati samo natječaji za period do 2020. godine.

- ✓ **INTERACT III 2014.-2020.:** INTERACT III je program međuregionalne suradnje u okviru cilja Europske teritorijalne suradnje, a služi za jačanje učinkovitosti Kohezijske politike kroz promicanje razmjene iskustava u pogledu identifikacije, prijenosa i širenja dobre prakse te inovativnih pristupa u odnosu na provedbu programa teritorijalne suradnje i aktivnosti koje se odnose na teritorijalnu suradnju te na korištenje EGTS-a. U cilju pružanja navedenih usluga, svih 28 zemalja članica EU, plus Norveška i Švicarska, u razdoblju 2014. – 2020. su izdvojile za Program ukupno 46.340.000,00 eura.
- ✓ **INTERREG VC 2014.-2020.:** INTERREG EUROPA promiče razmjenu iskustava o tematskim ciljevima među partnerima diljem Unije kroz identifikaciju i širenje dobre prakse s ciljem njezinog prijenosa prvenstveno na Operativne programe u okviru ulaganja za rast i radna mjesta, ali i programima u okviru europske teritorijalne suradnje. To će biti učinjeno kroz podršku i olakšanje učenja politika, dijeljenjem znanja i prijenosom dobre prakse između regionalnih i lokalnih tijela te drugih aktera regionalne važnosti. Program pokriva cijeli teritorij Europske unije, Norvešku i Švicarsku. Program

je sufinanciran od strane Europskog fonda za regionalni razvoj s proračunom od 359.000.000,00 eura.

- ✓ **PROGRAM PREKOGRANIČNE SURADNJE INTERREG V-A ITALIJA – HRVATSKA 2014.-2020.:** Opći cilj programa je povećanje konkurentnosti i zaposlenosti, očuvanje prirodnih resursa i upravljanja kulturnom baštinom, poboljšanje veza promicanjem multimodalnosti, te poticanje suradnje među organizacijama i institucijama na Programskom području. Program se financira iz Europskog Fonda za Regionalni Razvoj (EFRR). Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 236.890.849 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM PREKOGRANIČNE SURADNJE INTERREG V-A SLOVENIJA – HRVATSKA 2014. – 2020.:** Program suradnje Slovenija-Hrvatska ima za cilj promicanje održivog, sigurnog i vitalnog graničnog područja te njegovanje pametnih pristupa očuvanja, mobilizacije i upravljanja prirodnim i kulturnim bogatstvima za dobrobit ljudi koji žive i rade ili samo posjećuju programsko područje. Primarni fokus je iskorištavanje prirodnih i kulturnih vrijednosti za uspostavu inovativnih, pametnih i učinkovitih rješenja za pomoć očuvanju i unapređenju kvalitete okoliša i njegove raznolikosti s jedne strane te njegovog socioekonomskog potencijala s druge strane. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 55.690.913 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE INTERREG V-B MEDITERAN 2014.-2020.:** Program Interreg V-B Mediteran 2014. – 2020. financiran je iz Europskog fonda za regionalni razvoj i IPA sredstava kojima se potiče partnerstvo javnih i privatnih institucija u mediteranskom programskom području s ciljem jačanja kapaciteta za pametan i održiv rast, poticanja ekonomije s niskom razinom ugljika, razvoja energetske učinkovitosti, zaštite i promicanja prirodnih i kulturnih resursa mediteranskog područja te razvoja multilateralnih institucionalnih okvira kako bi se zajedničkim rješenjima odgovorilo na zajedničke izazove. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 275.905.320 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **INTERREG V-B JADRANSKO-JONSKI PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE 2014. – 2020.:** Opći cilj Programa je djelovati kao voditelj politika i inovator upravljanja među partnerskim državama. To će se postići poticanjem europske integracije, korištenjem bogatih prirodnih, kulturnih i ljudskih resursa Jadranskog i Jonskog mora te povećanjem ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije u programskom području. Sufinanciraju se projektu u području inovacija, očuvanja i promicanja prirodnih i kulturnih resursa, suradnje u području prometa i upravljanja Jadransko-jonskom strategijom. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 117.918.198 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE INTERREG SREDIŠNJA EUROPA 2014. – 2020.:** Program u teritorijalnom smislu obuhvaća i pruža podršku regionalnoj suradnji između devet srednjoeuropskih država članica Europske unije. Osnovni cilj programa “Suradnja iznad granica

kako bismo gradove i regije središnje Europe učinili boljim mjestima za život i rad“ postići će se provedbom pametnih rješenja koja pružaju odgovore na regionalne izazove u područjima inovacija, ekonomije s niskom razinom CO<sub>2</sub>, okoliša, kulture i prometa. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 298.987.026 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.

- ✓ **KREATIVNA EUROPA (CREATIVE EUROPE):** Program Europske komisije KREATIVNA EUROPA sedmogodišnji je program namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru u okviru kojeg se nalaze dva glavna zasebna potprograma – potprogram KULTURA i potprogram MEDIA. Program doprinosi očuvanju i promicanju europske kulturne i jezične raznolikosti te daje podršku jačanju konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija kroz financiranje suradnji, mreža, platforma, inicijativa... Program uključuje i podržava tisuće umjetnika, kulturnih profesionalaca i umjetničkih organizacija, film, televizijski program, glazbu, interdisciplinarnu umjetnosti, baštinu i industriju video igara. Ukupan proračun Programa iznosi 1,46 milijardi eura.

Pod ostalim izvorima financiranja podrazumijevamo međunarodne izvore financiranja od kojih su neka bespovratna sredstva, a neka su kreditna sredstva po povoljnijim uvjetima. Kad se spominju kreditna sredstva po povoljnijim uvjetima, prvenstveno se misli na sredstva Europske investicijske banke (EIB), Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD) i Svjetske banke (WB).

Osim kreditnih institucija na području RH su dostupni i razni fondovi za jugoistočnu Europu od kojih izdvajamo Fond za zeleni rast Jugoistočne Europe (Green For Growth Fund).

Organizacije kao što su UNESCO ili Fond za kulturnu raznolikost (IFCD) financiraju projekte u kulturi. Razne agencije Ujedinjenih naroda financiraju različite tipove projekata (primjerice UNDP koji je provodio nacionalni projekt Sustavno gospodarenje energijom).

Nezaobilazne su i pomoći inozemnih vlada koje financiraju mnoga područja. Najaktivnije su Nizozemsko veleposlanstvo, Norveško veleposlanstvo, Finsko i Američko veleposlanstvo.

## EKONOMSKA ANALIZA

Područje obuhvaćeno projektom ima različite kulturne vrijednosti koje daju potencijal da se pretvori u prepoznatljivo turističko odredište, no postojeće vrijednosti još nisu u potpunosti iskorištene i razvijene prema potrebama turista.

Posjetitelji su trenutno prepušteni sami sebi, a postojeća turistička infrastruktura je nedostatna informativne turističke ploče, toalet i sl.). Na području obuhvaćenom projektom nalaze se razni objekti i smještajni kapaciteti.

Kao izravne koristi od projekta identificirane su i kvantificirane sljedeće:



### **Korist od potrošnje jednodnevnih posjetitelja**

Na temelju statističkih podataka, dolazi se do spoznaje o dnevnoj potrošnji turista koji za vrijeme boravka troše na izlaske u restorane, kafiće, slastičarnice i druge ugostiteljske objekte, na kupovinu ulaznica za muzeje i kulturna događanja, te na zabavu, izlete i slično. Sukladno istraživanju TOMAS, kulturni turist na jednodnevnom putovanju prosječno potroši 11,90 EUR za kupnju i 12,19 EUR na hranu i piće, pri čemu se posebno ne razrađuju na koje se proizvode i sluge odnosi kategorija "kupnja".

### **Korist od potrošnje višednevnih turista**

Rezultati istraživanja Instituta za turizam provedenog tijekom 2017. godine pokazali su vidljive promjene u stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj u odnosu na 2014. godinu kada je posljednji put provedeno ovo istraživanje. Prosječna dnevna potrošnja turista prema istraživanju iznosi 79 eura po osobi i noćenju odnosno 592,50 kn što predstavlja rast od oko 16 posto u odnosu na 2014. godinu kada je iznosila 66 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49 posto se odnosi na uslugu smještaja, 17 posto na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34 posto na sve ostale usluge. Dok su izdaci za smještaj porasli za oko 7 posto, izdaci na sve ostale usluge porasli su 33 posto, odnosno povećana je važnost izvansmještajne potrošnje. Prema istraživanju turisti na kulturu prosječno troše 2,72 EUR dnevno odnosno 20,40 kn. Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreću se u rasponu od 61 eura koliko prosječno dnevno izdvajaju domaći gosti do 158 eura za goste iz SAD-a. Uz goste iz SAD-a, natprosječno troše i gosti iz Velike Britanije (139 eura), Španjolske (126 eura), Rusije (121 euro), skandinavskih zemalja (119 eura), Francuske (96 eura), Srbije (95 eura) i Austrije (91 euro). Na području Rijeke bilo je 82% stranih turista odnosno 18 % domaćih.

### **Korist od produženja boravka turista u Primorsko-goranskoj županiji**

Prema podacima Turističke zajednice Kvarnera zaključno s 31. prosincem 2017. godine na području Primorsko-goranske županije u 2017. godini bilo je 2,9 milijuna dolazaka gostiju, što je porast za osam posto u odnosu na 2016. godinu, i ostvarili su 18,5 milijuna noćenja, devet posto više u odnosu na godinu prije, odnosno 1,5 milijun noćenja više.

Prosječno trajanje boravka gostiju po subregijama Kvarnera je od 2,6 dana u Gorskom kotaru do 8,6 dana na Cresu, a u ostalima šest ili sedam dana. Povećanje broja noćenja izračunat će na način da će se trenutni prosjek zadržavanja turista na području županije podignuti za 0,5 dana s obzirom na povećanu i kvalitetniju turističku ponudu predmetnog područja, koje je uzeto kao konstantno za cijelo vrijeme trajanja projekta. Pri izračunu prosječne potrošnje višednevnih turista uzeo se podatak o prosječnoj potrošnji sukladno istraživanju Instituta za turizam iz 2017. godine u kojoj turisti, prema istraživanju, dnevno prosječno potroše 79 eura, odnosno 592,50 kn.

Navedeni iznos prosječne potrošnje uzet je u istoj vrijednosti za sve promatrane godine ovog projekta, ne računajući na njegovo povećanje sukladno dosadašnjem trendu. Kako je pretpostavka produljenje boravka turista za pola dana tj. dodatnih 296,25 kn potrošnje po turistu.

Konzervativnom metodom pretpostavljeno je da će 25% od ukupnog broja turista produžiti svoj boravak

	2018	2019	2020	2021	2022
Investicijski troškovi	35.690.682,00	24.378.310,00	0,00	0,00	0,00
Ostatak vrijednosti investicije	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni poslovni prihodi	0,00	0,00	2.864.799,00	2.907.770,99	2.951.387,55
Ukupni poslovni troškovi	0,00	0,00	3.635.220,00	3.689.748,30	3.745.094,52
Godišnja korist od povećanja posjete	0,00	0,00	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25
Produženje boravka turista	0,00	0,00	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60
Porast ugostiteljskih i trgovačkih usluga u bližoj d	0,00	0,00	1.400.000,00	1.401.400,00	1.402.801,40
Porast posjećenosti drugih turističkih atrakcija	0,00	0,00	1.120.000,00	1.121.120,00	1.122.241,12
Multiplikatorski utjecaj	769.406,39	182.493,48	0,00	0,00	0,00
<b>Neto ekonomski tok</b>	<b>-34.921.275,61</b>	<b>-24.195.816,52</b>	<b>8.192.244,85</b>	<b>8.183.208,54</b>	<b>8.174.001,40</b>
<b>Neto ekonomski tok kumulativno</b>	<b>-34.921.275,61</b>	<b>-59.117.092,12</b>	<b>-50.924.847,27</b>	<b>-42.741.638,74</b>	<b>-34.567.637,34</b>

2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.182,00
2.995.658,36	3.040.593,24	3.086.202,14	3.132.495,17	3.179.482,60	3.227.174,84	3.275.582,46
3.801.270,94	3.858.290,01	3.916.164,36	3.974.906,82	4.034.530,42	4.095.048,38	4.156.474,11
5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25
1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60
1.404.204,20	1.405.608,41	1.407.014,01	1.408.421,03	1.409.829,45	1.411.239,28	1.412.650,52
1.123.363,36	1.124.486,72	1.125.611,21	1.126.736,82	1.127.863,56	1.128.991,42	1.130.120,41
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>8.164.620,83</b>	<b>8.155.064,21</b>	<b>8.145.328,86</b>	<b>8.135.412,05</b>	<b>8.125.311,03</b>	<b>8.115.023,01</b>	<b>8.111.727,13</b>
<b>-26.403.016,51</b>	<b>-18.247.952,30</b>	<b>-10.102.623,44</b>	<b>-1.967.211,40</b>	<b>6.158.099,64</b>	<b>14.273.122,64</b>	<b>22.384.849,78</b>

<b>Ekonomska interna stopa povrata (EIRR)</b>	<b>5,63%</b>
<b>Ekonomska neto sadašnja vrijednost (ENPV)-7%</b>	<b>22.358.710,32</b>
<b>Ekonomska neto sadašnja vrijednost (ENPV)-5%</b>	<b>28.041.341,99</b>

Zaključak:

**Ekonomska interna stopa povrata veća je od diskontne stope što nam govori da je ulaganje u rutu Putovima Frankopana sa stajališta ekonomske analiza opravdano i poželjno.**

Realizacijom projekta očekuju se značajne dodatne koristi kao njegova izravna posljedica. Ipak, navedene koristi nisu uključene u izračun ekonomske koristi jer se ne mogu precizno izračunati. Nadalje, neke su koristi, detaljnije opisane u daljnjem tekstu. Sljedeće navedene koristi nisu unesene u kalkulaciju kako bi se spriječilo udvostručavanje podataka.



Kulturno-turistička ruta Frankopani ostvaruje i učinke koji se zbog svoje specifičnosti ne mogu adekvatno kvantificirati, odnosno ne mogu se s potpunom sigurnošću financijski vrednovati:

- Revitalizacija kulturnih dobara i grupno uključivanje u kulturno- turističku ponudu
- Unaprjeđenje kvalitete lokalnog života
- Razvoj i doprinos uključenju inovativnih rješenja u kulturi i prezentiranju kulturne baštine
- Pokretanje malog poduzetništva te porast potrošnje
- Prepoznatljivost destinacije s ciljem stvaranja prepoznatljivog brenda s ciljem privlačenja turista
- Dodatna posjećenost destinacija u blizini i povezivanje u integrirane kulturne rute
- Edukacija domaćeg stanovništva i turističkih djelatnika o kulturnoj baštini
- Organizacija raznih manifestacije te suradnja s udrugama i civilnim društvom

Ključne dodatne koristi uključuju koristi stanovnika područja Primorsko- goranske županije koje proizlaze realizacijom projekta.

Revitalizacija kulturnih dobara i grupno uključivanje u kulturno- turističku ponudu utjecat će na prepoznatljivost županije. Ključne dodatne koristi uključuju koristi stanovnika koje proizlaze iz razvoja kulturne baštine koja ujedno otvara vrata jednom novom tržištu, turista koji će dolaziti u njihov kraj. Dolazak turista će potaknuti domaće stanovništvo u pokretanju malog poduzetništva, što mogu biti razne domaće radinosti, smještajni objekti, ugostiteljski objekti i razne druge usluge.

Koristi će imati i postojeći objekti na kulturnoj ruti, poput benzinske crpke, kioska, trgovina, ugostiteljskih objekata, suvenirnica itd. Porast broja ljudi koji posjećuju županiju vodi ujedno i do povećanja potrošnje. Ekonomski gledano, povećana potrošnja dovodi do poticanja i proizvodnje i trgovine i zapošljavanja kao i pozitivne efekte na povećanje prihoda proračuna - prihodi od dodatnih poreza na državnom, regionalnom i lokalnom nivou vlasti – direktni, temeljem poslovanja kulturne rute, i indirektno temeljem usluga smještaja, ugostiteljstva, prijevoznih usluga, trgovine, parkirališta, prihodi od poreza na dohodak radi novog zapošljavanja (direktni – zaposlenici kulturne rute i indirektni – novo zapošljavanje vezano uz učinke projekta).

Razvoj turizma utječe na diversifikaciju i stabilnost lokalne ekonomije – nova ponuda kulturnih sadržaja indirektno će utjecati na kreiranje novih radnih mjesta i poduzetničkih prilika, te na razvoj kvalitetnih sadržaja.

Dodatnu korist će imati i okolne općine i gradovi, budući da će posjetitelji vrlo vjerojatno obilaziti i okolne atrakcije i lokacije gdje se također može potaknuti domaće stanovništvo da vide interes, te krenu u malo poduzetništvo (te će se poticati povezivanje atrakcije u integrirane kulturne rute Opatija, otok Krk, vinodolski kraj itd.).



Projekt implicira utjecaj na obrazovanje dionika i stanovništva o kulturi i povijesti te edukacija turističkih djelatnika što bi dugoročno doprinijelo da je stanovnici Primorsko-goranske županije upoznaju kulturu i povijest svoga kraja.

Projekt će rezultirati kulturološkim napretkom te tehnološkim i inovativnim napretkom kroz multimedijску prezentaciju. Dolazak turista koji će htjeti pogledati i doživjeti kulturu kraja stvorit će spillover učinak na lokalne i regionalne tvrtke i institucije koji će surađivati sa kulturnom rutom. Postoji mogućnosti da će tvrtke biti partneri, a organizirat će se i seminari o gospodarskom razvoju i konkurentnosti lokacije. Sve će navedene činjenice pozitivno utjecati na dionike i lokalno gospodarstvo. Implementacija ovog projekta doprinijet će izgradnji ugleda Hrvatske kao države koja ulaže i njeguje svoju kulturu.

Objekti te popratni prostori bit će u dugoročnom razdoblju pogodni za organizaciju raznih manifestacija i događaja (koncerti, izložbe, radionice i sl.). Kulturne i turističke udruge s lokalnog i šireg područja na ovaj će način na raspolaganju imati dodatne specijalizirane kapacitete za provođenje svojih aktivnosti, čime će se ostvarivati dodatne interakcije između uključenih strana te ostvarivati novi oblici suradnje. Udruge će također u okviru projekta biti uključene u edukativne aktivnosti kao važni akteri u osmišljavanju i unaprjeđenju kulturne i turističke ponude područja, čime će se postići poboljšano zajedničko djelovanje i suradnja između udruuga sa lokalne, šire regionalne ali i EU razine čime će se dodatno postići bolje umrežavanje između domaćih i stranih udruuga i tako katalizirati njihova suradnja zajedno s poboljšanom razmjenom iskustava, ideja i dobre prakse.

Svakako i najvažniji društveni učinak ovog projekta odnosi na povećanje kvalitete života ljudi u obuhvatnom području.

## ANALIZA RIZIKA

Analiza rizika koristi se kako bi odredili vjerojatnost i varijabilnost projekta koji pruža željeni povrat na investiciju. Osnovna svrha upravljanja rizicima je poboljšanje performansi organizacije putem sustavne identifikacije, procjene, upravljanja i kontrole projekata i sustavnih rizika i rizičnih događaja i situacija koje mogu imati negativne efekte za ostvarenje ciljeva organizacije.

Cilj upravljanja rizicima je svesti rizike organizacije na prihvatljivu razinu, provodeći mjere kako bi ublažili vjerojatnost pojave rizika, utjecaja realizacije rizika ili oboje u isto vrijeme. Za navedeno je ključno shvatiti da su rizici prirodni dio svakodnevnih aktivnosti te ih se ne može izbjeći, ali se može njima upravljati. Rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili ekonomsku održivost provedenih projekata. Ovo poglavlje uključuje analizu rizika i pokazuje u kojoj mjeri su rezultati obavljenih analiza osjetljivi na neočekivane promjene ulaznih podataka (kapitalni troškovi, operativni prihodi, operativni troškovi, diskontna stopa).

Varijable koje su analizirane u okviru Analize osjetljivosti su:

- Varijable outputa;
- Ljudski resursi;
- Varijable vremena i izvedbe;
- Financijske varijable;
- Ekonomske varijable

*Varijable outputa:* kao ključni output projekta utvrdili smo uspostavu kulturno-turističke rute. Značajne varijacije u ostvarenju navedenih outputa imale bi značajan utjecaj na uspješnost projekta (ostvarenje planiranih indikatora uspješnosti projekta). Navedene moguće varijacije varijabli outputa i utjecaj istih analizirani će se i kvantificirati u okviru analize financijskih i ekonomskih varijabli.

*Ljudski resursi:* ljudski resursi predstavljaju ključni faktor uspješnosti upravljanja. Kvaliteta osoblja i njihova motiviranost pretpostavka su uspješnog sustava. Povećanje broja osoblja ima značajan utjecaj na uspješnost projekta, te ostvarenje planiranih indikatora uspješnosti projekta.

*Varijabla vremena:* Planirani operativni period iznosi 15 godina. *Značajne varijacije varijable vremena i izvedbe,* odnosno značajno produženje rokova izvedbe radova, te neodgovarajuća kvaliteta radova mogu imati značajan utjecaj na uspješnost projekta. Navedene moguće varijacije vezane uz varijable vremena i izvedbe analizirani će se i kvantificirati u okviru analize financijskih i ekonomskih varijabli.

*Financijske varijable:* rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili *ekonomsku* održivost provedenih projekata. Ovo poglavlje uključuje prikaz rezultata analize tj. u kojoj mjeri su rezultati obavljenih analiza osjetljivi na neočekivane promjene ulaznih podataka (kapitalni troškovi, operativni prihodi, operativni troškovi, ekonomske koristi i troškovi).

### Kvalitativna analiza rizika

Proces procjene rizika u okviru ovog projekta uključuje prepoznavanje i ocjenu pitanja ili događaja koji utječu na realizaciju projektnih aktivnosti i utjecaj na ostvarivanju zadanih ciljeva. Preliminarna procjena rizika u okviru ove studije temelji se na dva pokazatelja:

Vjerojatnost događaja određenog rizika - utjecaj rizika, tj. učinak ili posljedice koje proizlaze iz materijalizacije određenog rizika.

Pružajući vlastitu procjenu vjerojatnosti i utjecaja identificiranog rizika predložili smo mjere koje je potrebno poduzeti kako bi se smanjila vjerojatnost rizičnog događaja, odnosno kako bi se smanjile posljedice rizičnog događaja kao i plan aktivnosti koje ćemo poduzeti ukoliko se rizičan događaj ipak dogodi.

### Procjena utjecaja rizika

Uticaj rizika definira se kao percepcija organizacijske osjetljivosti na posljedice rizičnog događaja. Kako bi se procijenio utjecaj rizika procijenjeni su mogući gubici u slučaju ostvarenja rizičnog događaja.

### Procjena vjerojatnosti rizika

Procjena vjerojatnosti rizika predstavlja procjenu šansi da će se određeni rizik pojaviti u promatranom organizacijskom procesu. U praktičnom smislu, proces identifikacije rizika i procjena rizika (na temelju procjene utjecaja na rizik i procjene vjerojatnosti rizika) odražava ukupni rizik rezultata događaja. U okviru ove analize posebna pažnja je posvećena samo rizicima koji svojim utjecajem ili vjerojatnošću događanja imaju mali i srednje do visoki utjecaj na projekt dok rizici koji imaju neznatan utjecaj na projekt nisu dodatno razmatrani.

Probabilitet (P) pojave se dodjeljuje svakom događaju zasebno, prema slijedećoj klasifikaciji:

- A. Jako malo vjerojatno (0-10% vjerojatnost)
- B. Nije vjerojatno (10-33 % vjerojatnost)
- C. Srednja vjerojatnost (33-66 % vjerojatnost)
- D. Vjerojatno (66-90 % vjerojatnost)
- E. Vrlo vjerojatno (90-100 % vjerojatnost)

Učinak/ vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjeren učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>A</b> jako malo vjerojatno (0-10%)	nizak	nizak	nizak	nizak	umjeren
<b>B</b> nije vjerojatno (10- 33%)	nizak	nizak	umjeren	umjeren	visok

Učinak/ vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjeren učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>C</b> Srednja vjerojatnost (33-66%)	nizak	umjeren	umjeren	visok	visok
<b>D</b> vjerojatno (66-90%)	nizak	umjeren	visok	vrlo visok	vrlo visok
<b>E</b> vrlo vjerojatno (90- 100%)	umjeren	visok	vrlo visok	vrlo visok	vrlo visok

Svakoj se pojavi dodjeljuje i Jačina (S) ugroze bazirana prvenstveno na troškovima, ali i društvenom blagostanju stupnjevana od I (bez učinka) do V (katastrofarno):

Opseg učinka	Definicija opsega učinka
I – bez učinka	Nema značajnog utjecaja, čak i ako se ne poduzimaju nikakve posebne mjere.
II – minimalni učinak	Male društveno-ekonomske štete koje imaju minimalni utjecaj na dugoročne učinke projekta. Potrebne su korektivne mjere.
III – umjeren učinak	Umjerene društveno-ekonomske štete, uglavnom problemi financijske prirode, srednjoročno ili dugoročno. Mjere poboljšanja mogu ispraviti problem.
IV – kritični učinak	Značajne društveno-ekonomske štete; pojava rizika uzrokuje štetu na glavnoj svrsi projekta. Čak i ozbiljne mjere poboljšanja mogu biti nedovoljne kako bi se izbjegle štete.
V - katastrofalan učinak	Neuspjeh projekta koji može ozbiljno ili u potpunosti oštetiti glavnu svrhu projekta. Glavni učinci projekta ne pokazuju se srednjoročno ili dugoročno.

RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
1	Nekvalitetno upravljenje kulturnom baštinom	Nije primjenjivo	Upravitelj nije kvalificiran za obnašanje svoje uloge	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	B	II	<b>Niska</b>	Odabir iskusnog i stručnog osoblja Kontinuirano stručno usavršavanje članova projektnog tima.	<b>Nizak</b>
2	Sporost birokracije	Nije primjenjivo	Administracija nije učinkovita – odobrenje raznih dozvola, suglasnosti, potvrda	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	B	II	<b>Niska</b>	Utjecaj prijavitelja i partnera na ubrzanje rješavanja administrativnih problema Predvidjeti rokove potrebne za razne dozvole i suglasnosti Dobro poznavanje pravnih i	<b>Nizak</b>



RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
										građevinskih zahtjeva	
3	Nemogućnost financiranja operativnih troškova	Nije primjenjivo	<p>Neadekvatno određena upravljačka struktura (prijavitelj i partneri ne obnašaju dobre svoje uloge)</p> <p>Loše planirani operativni prihodi i rashodi</p> <p>Neuspjeh prodaje i brendiranja aktivnosti proizašlih iz projekta na tržištu</p>	Povećanje troškova	Srednji	Nije primjenjivo	C	III	<b>Umjeren</b>	<p>Optimalno i stručno upravljanje aktivnostima i operativnim izdacima kako se ne bi ugrozio neto novčani tijek</p> <p>Posvetiti veliku pažnju kvalificiranim djelatnicima koji će upravljati troškovima i planirati prihode</p>	<b>Nizak</b>

RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
4	Neuspjeh tržišne realizacije – kulturno-turistička ruta Frankopani	Nije primjenjivo	<p>Neadekvatna marketinška strategija</p> <p>Nedovoljno ulaganje u prepoznatljivost i vidljivost destinacije,</p> <p>Edukacija zaposlenika i turističkih djelatnika</p> <p>Nedovoljno ulaganje u promidžbu destinacije</p>	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	C	III	<b>Umjeren</b>	<p>Adekvatno izrađena marketinška strategija</p> <p>Ulaganje u prepoznatljivost i vidljivost destinacije</p> <p>Edukacija zaposlenika i sustavno ulaganje u turističke djelatnike</p> <p>Sustavno godišnje ulaganje u promidžbu destinacije</p>	<b>Nizak</b>

R. br.	Rizik	Probabilite t	I	II	III	IV	V
1	Nekvalitetno upravljanje kulturnom baštinom	B		Niska			
2	Sporost birokracije	B		Niska			
3	Nemogućnost financiranja operativnih troškova	C			Umjerena		
4	Neuspjeh tržišne realizacije destinacije – kulturno- turističko ruta Frankopani	C			Umjerena		

Razina rizika	Boja
Niska	
Umjerena	
Visoka	
Neprihvatljivo	

## Upravljanje i smanjenje rizika

Ovisno o značaju rizika, tolerancije menadžmenta na rizik i stav prema rizicima, razmatrano je nekoliko mogućih strategija za ublažavanje rizika kao odgovor na rizike:

Učinak/vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjereni učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>A</b> jako malo vjerojatno (0-10%)	ništa	ublažavanje	ublažavanje	ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>B</b> nije vjerojatno (10-33%)	prevencija	prevencija ili ublažavanje	prevencija ili ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>C</b> srednja vjerojatnost (33-66%)	prevencija	prevencija ili ublažavanje	prevencija ili ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>D</b> vjerojatno (66-90%)	prevencija	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>E</b> vrlo vjerojatno (90-100%)	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje

## **Konsolidacija rizika i određivanje prihvatljive razine rizika**

Kao što je već objašnjeno, u upravljanju rizicima u obzir su uzeti i unutarnji čimbenici organizacije kao i vanjski čimbenici. U fazi konsolidacije rizika utvrđena je prihvatljiva razina rizika slijedeći popis odgovora na rizike, završnih rokova za aktivnosti ublažavanja i identificiranja odgovornih osoba. Općenito, rizik s malim utjecajem te male vjerojatnosti pojave nije detaljnije razmatran, dok rizici s visokim učinkom i visokom vjerojatnošću zahtijevaju prioritet i jasan plan djelovanja.

## **Odgovor na rizike**

Provedba odgovora na rizike znači usvajanje odgovarajućih mjera s ciljem ublažavanja vjerojatnosti i utjecaja rizičnog događaja u smjeru nula (0). Preporučuje se u okviru izrade Plana upravljanja izraditi i Plan upravljanja rizicima koji treba uključivati sljedeće:

- Detaljan opis razmatranih rizika
- Detaljan opis postupaka / mjera koje će se poduzeti
- Osobe zadužene za provođenje aktivnosti / mjera
- Rokove za svaku fazu projekta i krajnji datum realizacije
- Resursi potrebni za provedbu plana
- Opis kako će se pratiti provedba plana

## Prevenција rizika

Vrlo je često da nositelji projekta i procjenitelji troškova (projektanti) budu pretjerano optimistični, te je rezultat toga često prekoračenje troškova i/ili smanjeni prihodi. Neodgovarajuće planiranje i upravljanje projektom, nestandardne tehnologije, promjene u opsegu i ambicijama projekta, te neplanirana događanja često dovode u pitanje uspješnost projekta. Kako bi smanjili tendenciju „pretjeranog optimizma“ detaljno su analizirani i procijenjeni troškovi, koristi, trajanje projekta, te su uspoređeni sa sličnim projektima u zemlji, uz prilagodbe vezane uz specifičnosti predmetnog projekta.

## 8. Zaključak

**Plan održivosti** kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara analizira cjelokupnu postojeću situaciju, razvojne resurse, i infrastrukturu na lokacijama iznoseći pritom kritička razmišljanja i prijedloge koji mogu potaknuti rast i razvoj turizma i poduzetništva na prostoru mikrolokacije, ali i cijele županije, a sve u skladu s razvojnim programima europskih fondova

Da bi osiguralo zadovoljstvo posjetitelja te posljedično održivost rute potrebno je razviti različite sadržaje:

- ✓ kulturni sadržaji
- ✓ strukturalni sadržaji
- ✓ uslužni i pridruženi sadržaji

Ključni korak u strateškom procesu odlučivanja institucije koja će upravljati kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ je definiranje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog cilja te upravljačke vizije. Razvoj cilja temeljen je na potrebama i prepoznatim problemima upravljanja kulturno-povijesnom baštinom te je usklađen s prioritetima lokalnih, nacionalnih i regionalnih politika.

**Kratkoročni cilj** je otvoriti put manje poznatoj baštini Primorja te raditi na intenzivnoj vidljivosti kulturne rute s ciljem privlačenja posjetitelja. Jedna od prvih koraka za realizaciju navedenog je podizanje znanja i svijesti turističkih djelatnika. Očekuje se kontinuirana komunikacija svih članica rute gdje svaka članica rute čini jedinstveni kompatibilni dio cjeline i promovira cijelu rutu.

**Kratkoročna vizija** „Putovima Frankopana“ – kulturna, povijesna i prirodna baština nova atrakcija i inovativni turistički proizvod.

**Srednjoročni cilj** je stalna inovacija proizvoda rute – kontinuirano osmišljavanje događaja na ruti od događaja temeljenih na povijesnim sadržajima, sportsko-rekreativnih događaja, gastro ponude, prirodne baštine i slično. Uvrstiti prepoznatljivu gastronomsku ponudu Kvarnera i Gorskog kotara kroz suradnju s lokalnim ugostiteljima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

**Srednjoročna vizija** „Putovima Frankopana“ – prepoznata od strane posjetitelja te obogaćuje turističku ponude županije i generira razvitak Primorsko-goranske županije.

**Dugoročni cilj** je kulturno-turističku rutu „Putovima Frankopana“ kroz kontinuiranu marketinšku promidžbu na domaćem i svjetskom turističkom tržištu učiniti prepoznatljivim i inspirativnim turističkim proizvodom. Kako bi se to osiguralo tražiti će se i partnerstva s javnim i privatnim organizacijama koje djeluju na području turizma. Ruta je samoodrživa te funkcionira bez financijske pomoći Primorsko – goranske županije

**Dugoročna vizija** „Putovima Frankopana“ - osigurana prepoznatljivost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu koja privlači nove posjetitelje te osim samih atrakcija rute prodaje paket turističkih usluga koje Primorsko- goranska županija nudi te turizam „seli“ u do sad manje poznata i atraktivna mjesta županije

#### **Preporuke za osiguranje financijske održivosti rute:**

- Jasno razrađen akcijski marketinški plan s ciljem privlačenje većeg broja posjetitelja
- Suradnja s Turističkim zajednicama i Udrugama, za interpretatore kulturnih ruta koristiti već postojeći turistički kadar te planirati manji broj novih zapošljavanja
- Ugovor o suradnji s JLS na području rute kojom se obvezuju financijski pripomoći funkcioniranju rute
- Suradnja sa školama na područje županije te organizacija terenske nastave povijesti za učenike viših razreda
- Ulaganje u nove sadržaje te povezivanje sa ostalim oblicima turizma (cikloturizam, zdravstveni turizam, gastro turizam...)
- Suradnja s turističkim agencijama te formiranje paketa usluga
- Povezivanje s Udrugom povijesnih gradova te rad na vidljivosti destinacije kao regije kulture (mogućnost organiziranja edukacija na temu kulturalnog turizma)
- Uključivanje u međunarodnu mrežu volontera (volonteri mogu sudjelovati u edukacijama, interpretaciji, uređenju staza)
- Proširenje ponude usluga (najam dvorana, organizacija događanja)
- Prilagoditi sadržaj rute i mlađoj djeci (proširiti ponudu i na vrtičke izlete)
- Prijava novih projekata na fondove EU

Ocjenjivanje uspješnosti provedbe ocjenjivat se na kraju svake godine, a prioriteti i pokazatelji trebali bi se kontinuirano nadopunjavati i prilagođavati tržišnim trendovima. Definirani su kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi te bi većina pokazatelja trebala biti ostvarena već u srednjoročnom razdoblju (sljedećih 5 godina) ako kulturno- turistička ruta Putovima Frankopana ima ambicije da bude samoodrživa i prepoznata izvan granica Hrvatske.

## 9. Literatura

- CBA – ANALIZA TROŠKOVA I KORISTI Praktični priručnik za izradu CBA s uključenim primjerima dobre prakse u području poslovne, turističke i IRI infrastrukture, Korunić Kristijan (2017)
- Institut za turizam (2018): Hrvatski turizam u brojkama 2017,, TOMAS kulturni turizam, Zagreb
- Europska Komisija. (2004) Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects: Economic appraisal tool for cohesion policy 2014-2020, Brussels, 2014
- Primorsko-goranska županija (2015): Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016-2020 godine, Rijeka, 2015
- Studija izvodljivosti i analiza troškova i koristi - "KULTURNO -TURISTIČKA RUTA PUTOVIMA FRANKOPANA, Medicom d.o.o., 2015
- Turistička zajednica Kvarnera (2018): Turistička statistika za 2017., Rijeka, 2018
- Vlada Republike Hrvatske (2014): Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, web stranica: [www.vlada.hr](http://www.vlada.hr)
- Vlada Republike Hrvatske (2003): Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma, web stranica: [www.vlada.hr](http://www.vlada.hr)
- Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske Županije, prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana (2015): Razvoj turizma u Primorsko-goranskoj županiji, Rijeka, 2015
- Podaci Turističke zajednice općine Vrsar
- <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>
- <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>
- <http://www.diazoma.gr/en/cultural-routes/iperiou-route-en/>
- <http://danubecc.org/dcc-projects/the-roman-emperors-and-danube-wine-route>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Via\\_Claudia\\_Augusta](https://en.wikipedia.org/wiki/Via_Claudia_Augusta)
- <http://www.tourisme-hautevienne.co.uk/node/112>
- <http://www.poslovnih.hr>



# PLAN ODRŽIVOSTI

kulturno- turističke rute  
 Putovima Frankopana i  
 posjetiteljskih centara –  
 projekt HERCULTOUR

Naručitelj:

---



**Primorsko goranska županija**  
 Upravni odjel za kulturu, sport i  
 tehničku kulturu

Autori:

---



**Sensum d.o.o.**  
 Dr.sc. Duško Radulović  
 Ksenija Ivanac, dipl.oec.  
 Teo Vuksan bacc.oec.  
 Sandro Kozulić, mag.iur.

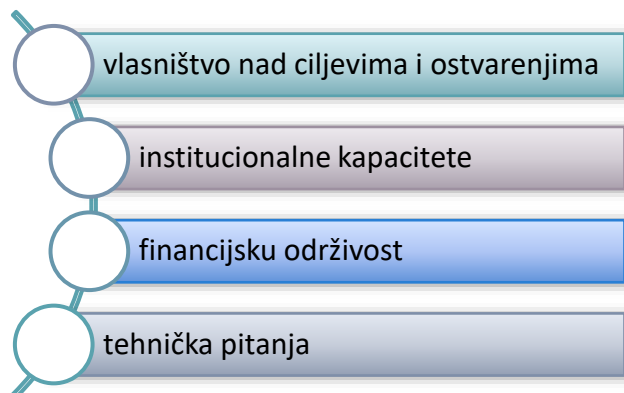
Studeni 2018.

## Sadržaj

Izvršni sažetak .....	4
1. Uvod .....	6
2. Pregled uspješnih praksi .....	9
2.1. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na slične rute .....	10
2.2. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na buduće potencijalne uzore .....	19
3. Kratak pregled trenutnog stanja .....	25
4. Misija, vizija i ciljevi rada .....	32
5. Predložene aktivnosti .....	37
6. Mjerenje učinaka .....	46
7. Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika .....	48
8. Zaključak .....	78
9. Literatura .....	80

## Izvršni sažetak

**Plan održivosti** kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara analizira cjelokupnu postojeću situaciju, razvojne resurse, i infrastrukturu na lokacijama iznoseći pritom kritička razmišljanja i prijedloge koji mogu potaknuti rast i razvoj turizma i poduzetništva na prostoru mikrolokacije, ali i cijele županije, a sve u skladu s razvojnim programima europskih fondova. Analizirat će pozitivne utjecaje i rezultate projekta fokusirajući se na:



Plan održivosti razrađen je u 9 poglavlja.

**Izvršni sažetak** prezentira srž cijelog dokumenta, definira glavni cilj, ostale ciljeve, glavne dijelove, elemente rada te zaključak.

U prvom poglavlju **Uvod** opisana je svrha i metodologija rada.

Drugo poglavlje **Pregled uspješnih praksi** analizira rute predstavljene u Planu upravljanja. Pregled uspješnih praksi prikazuje elemente koji su omogućili dugotrajnu održivost ponuđenih ruta s osvrtom na ponudu ruda i financijsku uspješnost.

Treće poglavlje **Kratak pregled trenutnog stanja** daje objedinjeni pregled prethodne analize te preporuke i nove momente u odnosu na postojeću Studiju izvodljivosti. Poglavlje sadrži kritički osvrt na održivost postojećeg sustava.

Četvrto poglavlje **Misija, vizija i ciljevi rada** definira strateški cilj rada institucije te viziju u pogledu za 5,10 i više godine napravljenu na temelju SWOT analize institucije.

Peto poglavlje **Predložene aktivnosti** uključuje detaljna razradu odgovornih osoba, izvore financiranja, listu budućih projekata s ciljem ostvarenja usvojene misije i vizije rute.

Šesto poglavlje **Mjerenje učinaka** definira pokazatelje uspješnosti. Pokazatelji uspješnosti važni su kod sustava praćenja provedbe čijom se realizacijom, uz trošenje planiranih sredstava, ostvaruju planirani posebni i opći razvojni ciljevi. Svrha je praćenja pravovremeno uočavanje odstupanja od plana i ocjena hoće li planirane aktivnosti imati željeni rezultat i učinak na uspostavljene ciljeve. Svaka organizacija mora uspostaviti sustav praćenja u skladu sa svojim posebnostima da bi se osigurale informacije o postizanju postavljenih ciljeva. Sustav praćenja uspostavlja se za redovito polugodišnje i godišnje izvještavanje o postizanju planiranih ciljeva. Pokazatelji uspješnosti moraju biti samo jedan element širega skupa informacija koje će pomoći u praćenju ostvarivanja posebnih i općih razvojnih ciljeva.

Sedmo poglavlje **Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika** promatra razdoblje od 5, 10 i više godina. Financijska analiza je alat koji se koristi da bi se precizno predvidjela sredstva za pokrivanje investicijskih troškova i koristi se od strane nositelja projekta, kako bi se utvrdila financijska održivost. Financijska održivost potvrđena je ako je kumulativni neto novčani tok pozitivan tijekom cijelog referentnog perioda. Pozitivan kumulativni neto novčani tok tijekom cijelog referentnog razdoblja potvrđuje da je projekt financijski održiv. Ažurirat će se analiza očekivanih prihoda i rashoda te prikazati mogućnosti izvora financiranja. Smisao ekonomske analize je da potiče ulaganja koji promoviraju najbolju upotrebu resursa. To ne mora biti isto što je ulaganje u projekte s najvećim financijskim povratima. Financijski povrati se temelje na financijskim cijenama. Ekonomski povrati se temelje na ekonomskim cijenama. Cilj upravljanja rizicima je svesti rizike organizacije na prihvatljivu razinu, provodeći mjere kako bi ublažili vjerojatnost pojave rizika, utjecaja realizacije rizika ili oboje u isto vrijeme. Za navedeno je ključno shvatiti da su rizici prirodni dio svakodnevnih aktivnosti te ih se ne može izbjeći, ali se može njima upravljati. Rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili ekonomsku održivost provedenih projekata.

U zadnjem poglavlju **Zaključak** daje se konačna ocjena održivosti te preporuke proizašle iz analize.

Plan održivosti sastavljen je tako da ga je lako nadopuniti, osuvremeniti, proširiti i primijeniti u fazama.

## 1. Uvod

Projekt „HERCULTOUR“ strateški je projekt vrijedan 1,17 milijuna eura koji se financira putem Standard + poziva na dostavu projektnih prijedloga u sklopu INTERREG V-A Programa prekogranične suradnje Italija-Hrvatska 2014.-2020. Projekt „HERCULTOUR“ je nastavak uspješno realiziranog projekta „HERA - Upravljanje održivim turizmom zasnovanim na zajedničkom kulturnom naslijeđu Jadrana“.

U sklopu provedbe projekta HERCULTOUR planirana je izrada:

➤ **Plan održivosti kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskim centrima**

Izrada Plana bazirana je na dokumentaciji dostavljenoj od strane Naručitelja (Krovni interpretacijski plan i Studija izvodljivosti projekta Kulturno – turistička ruta Putovima Frankopana). Pri planiranju vodilo se računa o odrednicama strateških dokumenata na razini Europske Unije, Republike Hrvatske i lokalnih strategija razvoja s naglaskom na aspekt očuvanja kulturne baštine i njenog privođenja kvalitetnom korištenju u svrhu edukacije, podizanja svijesti o potrebi njenog očuvanja i valorizacije u svakodnevnom životu zajednice i privlačenju i informiranju posjetitelja.



*Analizom postojećih informacija i resursa odrediti temeljne strateške smjernice održivog funkcioniranja kulturno - turističke rute, a sve u cilju dugotrajne održivosti*



*Potaknuti razvoj aktivnosti koji će obuhvatiti razvoj turističke ponude destinacije i utjecati na samoodrživost kulturne rute*

Svjetski turizam u znaku je intenzivnog razvoja održivog kulturnog turizma. Kultura kao podloga urbanom turizmu i razvoju umreženih turističkih proizvoda posebice kulturnih ruta prepoznatljivi je trend koji svoje konačno priznanje ima i u nizu specifičnih turističkih priznanja i nagrada. U lipnju 2016. godine i Hrvatska je postala punopravna članica EPA sporazuma za razvoj kulturnih ruta <http://culture-routes.net/council-of-europe/epa-member-states>.

EPA je sporazum o europskoj suradnji u okviru projekata razvoja kulturnih ruta, kojim se nastoji ojačati potencijal europskih destinacija, umreženih na razini kulturnih ruta, za kulturnu suradnju, održivi teritorijalni razvoj i socijalnu koheziju, s posebnim naglaskom na projekte i teme simboličkog značaja za europsko jedinstvo, povijest, kulturu i vrijednosti te otkrivanje manje poznatih destinacija.

Kulturna ruta mora funkcionirati i kao kulturno-turistički proizvod sa svim potrebnim proizvodnim osobinama, nudeći odgovarajuće sadržaje, informacije te prostore ugostiteljske i smještajne usluge. Putnik se na ruti želi i zabaviti i odmoriti i konzumirati lokalne proizvode, zato mu sve to treba pružiti. Sadržaji na ruti moraju biti otvoreni i prilagođeni posjetiteljima fizički i interpretativno. O uvjetima prijema gosta te ukupnim dostupnim uslugama, administrativnom i pravnom vođenju rute trebalo bi brinuti

upravljačko tijelo rute, odgovorno za tehnički menadžment. Na razini Europe ne postoji jedinstveni model takve organizacije koja bi upravljala pojedinim rutama. Postoji samo popis kriterija, koje upravljačko tijelo, bilo da se radi o udrugama, tvrtkama ili agencijama, treba zadovoljiti upravljajući sadržajima rute. Upravljačko tijelo dužno je baviti se istraživanjem i obradom tržišta, ugovornim odnosima s dobavljačima, partnerima i turističkim agencijama i turoperatorima, ali jednako tako i s razvojem ponude i motivacije, osnaživanjem teme, tj. suradnjom s multidisciplinarnim znanstvenim istraživačkim tijelom, odgovornim za razvoj teme i kvalitetnu interpretacijsku podlogu.

Da bi osiguralo zadovoljstvo posjetitelja te posljedično održivost rute potrebno je razviti različite sadržaje:



## SADRŽAJI RUTE



### kulturni sadržaji

- povijesni lokaliteti
- spomenici
- tradicijska baština



### strukturalni sadržaji

- manifestacije
- izložbe
- radionice
- info punktovi



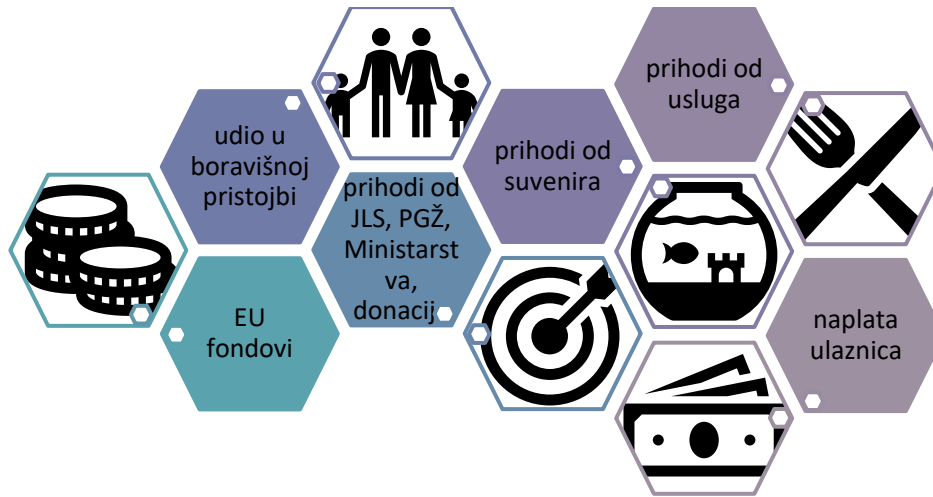
### uslužni i pridruženi sadržaji

- smještaj
- restorani
- javni prijevoz
- turističke agencije
- rent a car/ bike

Da bi se osigurala održivost, kroz cijelu je provedbu potrebno sustavno praćenje i preispitivanje aktivnosti i ciljeva prema gore navedenim pitanjima. Ukoliko za to postoji potreba, djeluje se na problematične aspekte održivosti:

- **financijskoj održivosti**, potrebno je pratiti novčani tijek, potencijalne opasnosti i dodatne prilike za financiranje, potencijalne probleme prihvatljivosti troškova i povrata, nastanak dobiti itd.;
- kad govorimo o **tehnologiji**, potrebno je posebno pratiti da su primijenjena tehnološka rješenja prihvatljiva i održiva (odnosno dugoročno iskoristiva);
- potrebno je pratiti i inzistirati na **institucionalnom jačanju i jačanju kapaciteta** (djelovanje na razini politika te edukacije i treninzi);
- potrebno je pratiti postoji li **plan za dodatne oblike pomoći**, odnosno plan prijenosa ovlasti upravljanja na druge dionike (partnere).

Održivost kulturno – turističke rute Putovima Frankopana osigurava se kroz različite načine prikupljanja financijskih sredstava:



U pripremi aktivnosti i događanja na kulturnim rutama nužno je predvidjeti troškove kao i procijeniti isplativost planiranih aktivnosti.

Ovaj Plan održivosti koristi izračun neto novčanog tijeka da bi dobili informaciju da li su operativni prihodi dostatni za pokrivanje operativnih troškova koja se sobom nosi funkcioniranje kulturno- turističke rute. Primjenom ove analize uzimamo u obzir sve čimbenike na troškovnoj, ali i sve pozitivne čimbenike koji nastaju kao posljedica ulaganja. Ulaganje u kreiranje i razvoj rute imat će direktne troškove, a uz direktne koristi i indirektne kroz kreiranje radnih mjesta, stvaranje bolje infrastrukture, razvoj i prepoznatljivost destinacije itd.

Tekst Plana održivosti uključuje poglavlja koja sadržajno obuhvaćaju:

- Izvršni sažetak
- Uvod
- Pregled uspješnih praksi
- Kratak pregled trenutnog stanja
- Misiju, viziju i ciljeve rada
- Predložene aktivnosti
- Mjerenje učinaka
- Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika
- Zaključak

## 2. Pregled uspješnih praksi

Kroz primjere iz prakse ukazat će se na rješavanje konkretnih pitanja pripreme kulturnih ruta koji su omogućili dugotrajnu održivost. Objasniti će funkcioniranje rute u turističkom okružju te konačno definirati ciljeve, principe i korake. Primjeri koji će se koristiti ovom metodom uzimaju se iz već postojećih turističkih ponuda u vidu kulturno-turističkih ruta na području Europe. Da bi kulturno - turistička ruta bila održiva i postala nositelj razvoja područja preduvjet je jasno razrađeni strateški plan koji je jasan putokaz za optimalnu budućnost destinacije, atrakcije, institucije ili pojedinačnog projekta s jasno postavljenim i mjerljivim ciljevima te konkretnim zadacima koje treba provesti u idućih tri do pet godina kako bi se zadani ciljevi ostvarili.

Karakteristike koje će biti izražene prilikom odabira primjera dobre prakse primarno su fokusirane na:



U posljednja dva desetljeća postignut je značajan utjecaj i napredak u razvoju ruta uz ogroman potencijal za razvoj malog i srednjeg poduzetništva, unutar prostora manje poznatih i slabije razvijenih regija. Kulturne rute potiču širu zajednicu na sudjelovanje u kulturnim aktivnostima podizanjem svijesti o zajedničkoj kulturnoj baštini. Utemeljene na kulturnim i socijalnim principima, kulturne rute predstavljaju resurs za inovaciju, kreativnost, razvoj malog gospodarstva te razvoj proizvoda i usluga kulturnog turizma. Da bi se kulturna raznolikost u potpunosti ostvarila u obogaćivanju kulturno-turističke ponude europski manje poznatih područja, nužno je prvenstveno poznavanje i inventariziranje potencijalnih resursa i njihovo povezivanje u objedinjenu ponudu. Turistička inventarizacija potencijalnih kulturno-turističkih resursa spremnih za povezivanje u jedinstvenu turističku rutu zasnovana je pri tom na procjeni vrijednosti lokaliteta, procjeni atraktivnosti te spremnosti i opremljenosti odredišta za posjete.



## 2.1. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na slične rute

Prilikom pregleda uspješnih praksi fokusirali smo na financijsku održivost ruta u mjeri u kojoj je to bilo moguće (broj posjetitelja, broj prodanih karti, očekivani rast posjeta), dodatni sadržaji ruta kao i na razumijevanje posjetitelja i njihovih reakcija te preporuka za poboljšanje.

**Razumijevanje posjetitelja**, njihovih potreba i reakcija jedan je od načina mjerenja uspješnosti rute. Utvrđuje je li poruka uspješno prenesena i jesu li postignuti edukativni ciljevi; jesu li ljudi zadovoljni programom, ali i marketinškom strategijom. Koristi se izvorima na samoj ruti (projektni tim, osoblje) i “feedbackom” izvan rute (posjetitelji, interesne skupine...)

### **Casanova Tour - Vrsar**

Istra Inspirit je višestruko nagrađivani projekt doživljajnog turizma koji obogaćuje kulturno-turističku ponudu poluotoka oživljavanjem povijesnih događaja na autentičnim lokacijama, kroz uprizorene istarske legende i mitove. Upravni odjel za turizam Istarske županije od 2012. godine potiče razvoj projekta Istra Inspirit u suradnji s Istarskom razvojnom turističkom agencijom, IRTA d.o.o. i Turističkom zajednicom Istarske županije.



Istra Inspirit kao primjer dobre prakse kreativnog i inovativnog oblika turizma naglasak stavlja na valorizaciju neiskorištenih postojećih resursa kulturne i povijesne baštine u destinaciji te pronalaženje inovativnih načina uključivanja različitih dionika u turizmu zbog stvaranja turističkih paketa i novih turističkih proizvoda. Kvaliteta, originalnost, inovativnost i održivost su karakteristike kojima se projekt odlikuje, te na kojima počiva njegov ‘know how’, a koje želi prenijeti interesnim skupinama te na njima graditi priču o destinaciji. Nadalje, cilj je i aktivno umrežavati svu zainteresiranu javnost na sinergijsko djelovanje u kreiranju turističke ponude destinacije – OPG-ova, studenata, lokalne zajednice, glumaca, umjetnika i glazbenika, obrtnika i lokalnih TZ-ova.



**Casanova Tour** je interaktivna i interpretativna tura pod vodstvom izvođača projekta Istra Inspirit inspirirana posjetima Giacomu Casanovi, najpoznatijeg ljubavnika na svijetu koji je dva puta posjetio Vrsar, prvi puta 1743., a drugi puta godinu poslije, u koje se vrijeme i posjetitelji vraćaju tijekom ove ture. Tura započinje na rivi i nastavlja se na vidikovcima u starogradskoj jezgri, nudeći nezaboravno putovanje kroz ljubavnu priču o Casanovi. Završava u Casanovinom utočištu, koje je otvoreno i koje je tematski povezano s turom. Izvodi se na engleskom i talijanskom jeziku, ovisno o posjetiteljima koji su

unaprijed rezervirali turu. Isto tako, *projekt je okupio dionike iz destinacije*, odnosno Turističku zajednicu općine Vrsar, lokalnog hotelijera – Maistru d.d., kao i kulturno – doživljajni proizvod Istra Inspirit koji je prijašnjih godina sudjelovao u kreiranju turističkog proizvoda na temu Casanove i njegovih dolazaka u Vrsar. Potrebno je naglasiti i da je prva izvedba Casanova Toura bila u sklopu europskog projekta „Enjoy Heritage“, kojem je glavni cilj razvoj održivog turizma na temelju privlačne interpretacije prirodne i kulturne baštine, te se kroz projekt razvijaju znanja i praksa zbog strategije za interpretaciju i održivo upravljanje. Za potrebe promocije, tiskali su letci i plakati koji su distribuirani na području općine Vrsar i na ostale strateški važne lokacije. Isto tako, tura je *oglašavana kroz najbitnije online medije* na razini Istarske županije (Glas Istre - tiskano i online izdanje i ostalo.)



**KOMENTARI POSJETITELJA:** Tijekom sedam izvedbi, u prosjeku je na svakoj bilo 41 osoba, s time da je ograničenje za turu, kako bi za sve posjetitelje doživljaj bio jednako ugodan i optimalan, bio 50 osoba.

Komentari: „Ugodno smo iznenađeni, glumci su odlični. Super izvedeno!“ – Helena „Odlična, interaktivna tura sa zabavnim likovima.“ – Hans „Casanova je bio stvarno šarmantan i smiješan. Jako lijepo iskustvo.“ –

Anna „Bolje od nekih mjuzikla, uživali smo cijelu šetnju.“ – Patrizia „Super izvedba, s puno scena kroz koji se upoznaje Casanovin život. Uživali smo kroz cijelu vođenu turu.“ – Tania .


## DRUŠTVENE MREŽE

Uspješnost ture, kao i zainteresiranost potencijalne publike pokazuje se i kroz službenu Facebook stranicu Casanova Tour Vrsar. U cilju je bilo publiku zainteresirati za turu, kojoj je ova godina bila premijera, kroz video materijale koji su bili u obliku live javljanja s ture ili video bloga -



vloga te je u prosjeku svaku objavu takvog tipa pogledalo 939 pratitelja. Tura je bila popraćena i drugim društvenim mrežama, odnosno na službenim profilima Turističke zajednice općine Vrsar i projekta Istra Inspirit (Facebook i Instagram).


<b>Naziv rute:</b>	Interaktivna ruta „Casanova Tour“ u sklopu turističkog proizvoda Istra Inspirit
<b>Lokacija:</b>	Hrvatska
<b>Opis:</b>	<p>Casanova Tour je interaktivna i interpretativna tura u sklopu kulturno-turističkog projekta Istra Inspirit. Giacomo Casanova, najpoznatiji svjetski zavodnik te njegovi posjeti Vrsaru u doba Vrsarske grofovije poslužili su kao inspiracija za rutu. Posjetitelji uživaju u šetnji romantičnim Vrsarom, otkrivaju neistražene dijelove starog grada i osjećaju ljubav na Casanovin način.</p> <p>Kulturno-turistički proizvod Istra Inspirit je projekt koji je krenuo 2012. godine kao zajednička inicijativa Istarske županije, Turističke zajednice Istarske županije i Istarske razvojne turističke agencije, s 9 doživljaja, odnosno uprizorenih mitova i legendi Istre na autentičnim lokacijama diljem Istre (lokacijama vezanim za pojedini mit ili legendu).</p>
<b>Dužina rute:</b>	Ne postoje službeni podaci o dužini rute, međutim vremenski period potreban posjetitelju da posjeti sve atrakcije rute iznosi otprilike 2 sata.
<b>Osnovna tema rute i poveznica s rutom „Putovima Frankopana“:</b>	<p>Ruta je inspirirana posjetima Giacoma Casanove, najpoznatijeg ljubavnika na svijetu koji je dva puta posjetio Vrsar, prvi puta 1743., a drugi puta 1745. godine.</p> <p>Poveznicu s našom rutom „Putovima Frankopana“, kao i razlog odabira rute za primjer dobre prakse nalazimo u činjenici da je ruta</p>

	<p>nastala financiranjem od strane EU fondova, da se nalazi u neposrednoj geografskoj blizini rute „Putovima Frankopana“ te da je uključena u veliki broj izvedbi putem kojih se marketinški promovira. Također, kako je navedeno u daljnjem tekstu, ruta kao dio Ista Inspirit-a je osvojila brojne međunarodne nagrade.</p>
<p><b>Atrakcije:</b></p>	<p>Tura započinje na gradskoj rivi i nastavlja se na vidikovcima u starogradskoj jezgri, nudeći nezaboravno putovanje kroz ljubavnu priču o Casanovi. Završava u Casanovinom utočištu, koje je otvoreno i koje je tematski povezano s turom. Izvodi se na engleskom i talijanskom jeziku, ovisno o posjetiteljima koji su unaprijed rezervirali turu.</p>
	
<p><b>Turistička infrastruktura:</b></p>	<p>Interaktivna ruta „Casanova Tour“ promovira se putem vlastite Internet i Facebook stranice gdje je moguće pronaći informacije na tri svjetska jezika. Osim vlastite Internet i Facebook stranice ruta je popraćena i na drugim društvenim mrežama, odnosno na službenim profilima Turističke zajednice općine Vrsar i projekta Istra Inspirit (Facebook i Instagram).</p> <p>Posjetiteljima se nudi smještaj u vidu standardne turističke ponude hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i lokalnih konoba gdje mogu uživati u kulturnim i prirodnim ljepotama grada Vrsara i u poznatoj Istarskoj gastronomiji.</p>


<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Koordinaciju aktivnosti upravljanja interaktivnom rutom „Casanova Tour“, organizacijom službenih aktivnosti, kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši Istarska razvojna agencija u sklopu kulturno-turističkog proizvoda Istra Inspirite. Također, u razvoj projekta Istra Inspirite-a uključene su i udruge i udruženja čiji je doprinos neprocijenjiv: Udruga Društvo ljubitelja Giostre, Kuća o batani, Labin Art Express, Pretoria, MVS Nešpula i Udruga Kaštel.</p> <p>Za potrebe promocije rute, tiskani su letci i plakati koji su distribuirani na području općine Vrsar i na ostale strateški važne lokacije. Isto tako, tura je oglašavana kroz najbitnije online medije na razini Istarske županije (Glas Istre - tiskano i online izdanje i ostalo.)</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Projekt Istra Inspirite u sklopu kojega se nalazi i interaktivna ruta „Casanova Tour“ nastao je suradnjom Upravnog odjela za turizam Istarske županije s Istarskom razvojnom turističkom agencijom i Turističkom zajednicom Istarske županije.</p>
<b>Posjetitelji:</b>	<p>Za samu interaktivnu rutu „Casanova Tour“ ne postoje dostupni podaci o posjeti, međutim uspješnost ture, kao i zainteresiranost potencijalne publike pokazuje se i kroz službenu Facebook stranicu Casanova Tour Vrsar. U cilju privlačenja posjetitelja promocija se vrši kroz video materijale u obliku live javljanja s ture ili video bloga - vloga te je u prosjeku svaku objavu takvog tipa pogledalo 939 pratitelja.</p> <p>Obzirom da je teško odvojiti broj posjetitelja ture od broja posjetitelja cjelokupnog kulturno-turističkog proizvoda Istra Inspirite, donosimo pregled ukupnog broja posjetitelja proizvoda Istra Inspirite. Od osnutka proizvoda, u prvoj 2013. godini održano je ukupno 27 izvedbi, 2014. godine bilo je ukupno 30 izvedbi, 2015. godine 97 izvedbi, 2016. godine 140, 2017. godine 97 te je u 2018. godini održano ukupno 100 izvedbi.</p> <p>Slijedi pregled broja posjetitelja po godinama djelovanja po kojem je vidljiv jasan rast posjeta (brojke su okvirne, na temelju procjene prema broju prodanih ulaznica, gratis ulaznica i okvirnom broju posjetitelja na Inspirite izvedbama koja nisu bila prodajnog karaktera):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012. - oko 3.000 posjetitelja,</li> <li>• 2013. - oko 3.600 posjetitelja,</li> <li>• 2014. - oko 7.500 posjetitelja,</li> <li>• 2015. - oko 9.000 posjetitelja.</li> <li>• 2016. – oko 9.500 posjetitelja</li> <li>• 2017. – oko 10.000 posjetitelja</li> <li>• 2018. – oko 11.100 posjetitelja</li> </ul>

	<p style="text-align: center;"><b>Broj posjetitelja</b></p> <table border="1"> <caption>Data for Broj posjetitelja</caption> <thead> <tr> <th>Godina</th> <th>Broj posjetitelja</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2012</td> <td>3000</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>3500</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>7500</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>9000</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>9500</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>10000</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>11000</td> </tr> </tbody> </table>	Godina	Broj posjetitelja	2012	3000	2013	3500	2014	7500	2015	9000	2016	9500	2017	10000	2018	11000
Godina	Broj posjetitelja																
2012	3000																
2013	3500																
2014	7500																
2015	9000																
2016	9500																
2017	10000																
2018	11000																
<p><b>Posebne nagrade:</b></p>	<p>U periodu od 2012. do 2018. broj posjetitelja povećao se za 370%.</p> <p>Od 2012. bilo je na tisuće objava u medijima o interaktivnoj ruti „Casanova Tour“ i Istra Inspiritu te je koncept osvojio brojne nagrade kako slijedi:</p> <p><b>Creative TourismAward</b>– najkreativniji event u 2014. godini – dodijelio Creative Tourism Network,</p> <p><b>XVIII edición Concurso al mejor producto de turismo</b>–nominacija za najbolji međunarodni turistički proizvod u 2013. godini,</p> <p><b>Golden Zoom Awards</b>– najbolja marketinška kampanja turističke destinacije dodijeljena u sklopu TravelZoom konferencije,</p> <p><b>Zlatna koza 2012. / Capra d’oro 2012</b>– za najbolji inovativni proizvod u Istarskoj županiji u 2012. godini,</p> <p><b>Simply the best</b>– nagrada UHPA-e i časopisa Way to Croatia za kreativni i inovativni pristup oblikovanju turističke ponude u 2012. godini,</p> <p><b>MRAK (Mreža za razvoj i kreativnost)</b>– nagrada za najbolji kreativni i inovativni turistički proizvod u 2012. godini.</p> <p><b>CBTour</b>– nagrada za najbolji kreativni program hrvatskog poslovnog turizma u 2012. godini.</p>																

Izvor: podaci Turističke zajednice općine Vrsar


<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Putovi Zrinskih“ (engl. Routes of the Zrinskis)
<b>Lokacija:</b>	Hrvatska i Mađarska.
 <p>The image is a brochure for the 'Routes of the Zrinskis' project. It features a map of the region between Croatia and Hungary, with a red line tracing the routes. The map is labeled with various locations such as Sirovina, Srebrna, Srednja, Pulašica, Novska, Donja, Letopaj, Mađarska, Gornja, Váranya, Prelog, and Varaždin. The title 'VI STE NA PUTOVIMA ZRINSKIH' is written in red, followed by the English translation 'YOU ARE ON THE ROUTES OF THE ZRINSKIS' and the Hungarian phrase 'ÖN A ZRÍNYIEK ÚTJÁN JÁR'. The logo of the Museum of Međimurje in Čakovec (MCM) is visible in the top right corner. At the bottom, there are logos for the European Union, IPA, and the project slogan 'Gdje rijeke spajaj'.</p>	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Lokalna turistička ponuda sastoji se od posjeta raznim muzejima poput navedenog muzeja Međimurja u Čakovcu, crkvama, mauzolejima, mlinovima i sl. Također, rute uključuju brojne prezentacije kao primjerice ispiranje zlata uz rijeku Dravu, prezentacije unutar obiteljskih obrta kao i prezentaciju tiskarske preše unutar privatne radionice. Ovisno o aranžmanu, u rutu su uključeni i posjeti hotelima na različitim lokacijama. Unutar službene stranice „Putovi Zrinskih“ kreirane su i različite turističke ponude kroz jednodnevne, dvodnevne i trodnevne aranžmane te su razvijene i mobilne aplikacije za promociju povijesti i ostavštine obitelji Zrinski u pograničnom području Mađarske i Hrvatske. Uzduž rute moguće je pronaći hotele, hostele, gostinjske kuće, apartmane, vile i kamping mjesta. Službena Internet stranica sadrži sve potrebne informacije za posjetitelje kao i opise pojedinih lokacija. Stranica je prevedena na još dva svjetska jezika.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Upravljanje rutom vrše glavni partneri projekta mađarski Szigetvári Várbaráti Kör ujedno i vodeći partner na projektu te glavni hrvatski partner muzej Međimurja Čakovec. Također, u provođenju samog projekta razvoja rute aktivno su sudjelovali još jedan partner iz Mađarske Humán Innovációs Csoport Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaságpredstavnici te kao suradnik na projektu Turistička zajednica Međimurske županije. Osim navedenih sudjelovali su još i općine i gradove, turističke zajednice i agencije s područja Hrvatske i Mađarske.
<b>Način financiranja:</b>	Projekt je sufinanciran od strane Europske unije u sklopu IPA prekogranični program Mađarska-Hrvatska 2007.-2013.

Izvor: <http://zrinskiROUTE.eu/wp-content/uploads/2014/12/FINAL-brochure-putovi-zrinskih-HU-HR-EN.pdf>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Afroditin put“ (engl. Aphrodite cultural route)
<b>Lokacija:</b>	Cipar.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Osim navedenih arheoloških nalazišta, turistička ponuda uključuje čitav niz državnih i privatnih muzeja koji čuvaju kipove i statue koji prikazuju razvoj slike i identiteta božice kroz tisućljeća. Gradovi koji su uključeni u rutu posjeduju stare gradske jezgre interesantne turistima kao i crkve i džamije. Arheološka nalazišta također sadrže amfiteatre, antičke teatre i terme, a neki od arheoloških parkova poput onog u Paphosu spadaju pod popis UNESCO-ve kulturne baštine. Iako ne postoji službena internet stranica rute, sve informacije dostupne su na stranicama turističke organizacije Cipra i ciparskih turističkih agencija.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	Rutom upravlja Turistička organizacija Cipra.
<b>Financirana od strane:</b>	Ne postoje službeni podaci o načinu financiranja rute. Turistička organizacije Cipra zajedno s turističkim agencijama kreira pakete usluga i obilaska. Navedena ruta je jedna od glavnih atrakcija Cipra te se ruta promovira i na specijaliziranim sajmovima.

Izvor: <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>



<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Kulturna ruta Epirusa“ (engl. Cultural route of Epirus).
<b>Lokacija:</b>	Grčka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Obzirom da je cijela ruta usmjerena prvenstveno na prezentaciju antičkih grčkih teataru, glavnu atrakciju rute čine teatri u Dodoni, Ambraciji, Cassopi i Nicopolisu. Među navedenim, kao jedno od glavnih odredišta nalazi se i Necromanteion. Turistička ponuda, osim navedenih lokacija, cilja i na prezentaciju prirodnih ljepota grčke regije Epir i antičkih gradova. Cijela ruta također nudi posjete muzejima, a unutar Epirske regije se nalazi i vinska ruta koja svojom ponudom može nadopuniti Epirsku rutu i posjetiteljima ponuditi potpuni užitek kroz enološku i gastrološku ponudu.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Ruta je osmišljena suradnjom regije Epir i grčkog ministarstva kulture, a osnovana je od strane Nacionalne strateške referentne mreže (NSFR). Lokalitetima i samom rutom upravlja Epirska razvojna agencija (engl. Epirus Development Agency S.A.).
<b>Financirana od strane:</b>	Osnivanje rute financirano je od strane Europskog fonda za regionalni razvoj i Europskog socijalnog fonda u iznosu od 80 %, dok je preostalih 20 % financirala država Grčka.

Izvor: <http://www.diazoma.gr/en/cultural-routes/iperiou-route-en/>

## 2.2. Pregled uspješnih praksi s naglaskom na buduće potencijalne uzore

Pregled uspješnih praksi u upravljanju kulturno – turističkim rutama u svijetu prikazuje korisne i uspješne elemente koji su omogućili dugotrajnu održivost ponuđenih ruta. Analizirane rute su svjetskog glasa, mogu poslužiti kao kvalitetan uzor ali njihov status nije moguće dovesti u vezu s rutom „Putovima Frankopana“.

<b>Naziv rute:</b>	Ruta rimskih careva i Dunavska vinska ruta (eng. The Roman Emperors and Danube Wine Route).
<b>Lokacija:</b>	Ruta se proteže kroz četiri zemlje: Hrvatska, Srbija, Rumunjska i Bugarska.
  <div data-bbox="927 611 1349 888" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Cultural route of the Council of Europe Itinéraire culturel du Conseil de l'Europe</p> </div>	
	
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	Razvojem rute i povećanjem turističke posjete atrakcijama koje ista nudi, pravi rast doživjela je i lokalna turistička ponuda. Tako je uzduž rute moguće pronaći hotele, hostele, gostinjske kuće, apartmane, vile i kamping mjesta. U sklopu projekta i promocije rute izrađena je Internetska podstranica koja nudi mogućnost pronalaska smještaja, prijevoza i dodatnih turističkih sadržaja te mogućnost izrade plana putovanja. Također, veliki broj festivala i manifestacije organizira se na godišnjoj bazi s temom rute te su neki od njih postali višegodišnji festivali. Jedan od primjera je i festival „Blue week-Danube“ koji posjetiteljima nudi mogućnost degustacije raznih vrsta vina s

	područja Dunava te vožnju kajakom samim Dunavom pritom prateći rutu. Isto tako, veliki broj turističkih agencija iz raznih zemalja nude organizirana tematska putovanja po ruti s različitim načinima prijevoza. Ruta je cijelom dužinom označena, uređena te postoje mjesta za odmor posjetitelja.
<b>Upravljanje rutom:</b>	Samu koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom te promociju i marketing iste vrši nevladina organizacija pod nazivom „Dunavski centar za kompetenciju“ koja je ujedno i vodeći partner na razvoju rute. U razvoju su kao partneri sudjelovali još i: Hrvatska gospodarska komora, Srpska turistička zajednica, grad Ruse iz Bugarske, Rumunjska turistička zajednica te dvije privatne turističke agencije Globtour Event iz Hrvatske i Robinson adventure team iz Srbije. Navedeni partneri sudjeluju u marketinškim aktivnostima te promoviraju rutu na vlastitim Internet stranicama. Također, u sklopu marketinške promocije izrađena je službena Internet stranica rute koja sadrži sve bitne informacije o samoj temi rute, najvećim atrakcijama i događanjima, kao i galeriju atrakcija te opise pojedinih partnera. Kao dodatno stranica nudi mogućnost pronalaska smještaja, prijevoza i dodatnih turističkih sadržaja.
<b>Način financiranja:</b>	Projekt je financiran od strane Europske Unije kao dio programa Europske komisije u okviru Transnacionalne suradnje razvoja Europskih kulturnih ruta u sklopu Okvirnog programa za konkurentnost i inovacije (CIP).


Izvor: <http://danubecc.org/dcc-projects/the-roman-emperors-and-danube-wine-route>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „Richarda Lavljeg Srca“ (eng. The Route of Richard the Lionheart).
<b>Lokacija:</b>	Francuska.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Osim standardne turističke ponude u vidu hotela, hostela, apartmana i restorana i kamping mjesta zanimljivost koju ruta nudi zasigurno je mogućnost smještaja u nekim od dvoraca. Naime, neki dvorci nude i mogućnost smještaja za posjetitelja gdje osim degustacije lokalnih gurmanskih specijaliteta, posjetitelji uživaju u gostoprimstvu kakvo je i sam kralj Rikard imao tokom svog boravka. Također, cijela dužina rute označena putokazima koji nose logotip rute: krunidbeni lav koji drže srce probušeno strelicom. Logo rute je osmišljen na način da podsjeća na tragičnu sudbinu i smrt kralja Rikarda. Cijelom dužinom rute postoje mjesta za odmor te interakcijske ploče s bitnim informacijama i geografskom kartom. Ruta je također uključena u veliki broj manifestacija klasične muzike i kulturnih događanja koja se organiziraju na godišnjoj bazi u nekim od atrakcija rute.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši nevladina organizacija pod nazivom „Organizacija povijesnih palača“. Promociju rute organizacija vrši preko vlastite internet stranice na kojoj posjetitelji mogu saznati sve informacije o ruti, isplanirati putovanje s dodatnim sadržajima te skinuti geografsku kartu s obilježjima rute.</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Ruta je nastala sponzorstvom navedene nevladine organizacije „Organizacija povijesnih palača“ koja se brine o povijesnim rezidencijama diljem Francuske.</p>
<b>Struktura posjetitelja:</b>	<p>Kulturni turisti, kontinentalni turisti, izletnički turisti, pustolovni turisti i obrazovni turisti.</p>


Izvor: <http://www.tourisme-hautevienne.co.uk/node/112>

<b>Naziv rute:</b>	Cesta dvoraca (eng. The castle road).
<b>Lokacija:</b>	Njemačka i Češka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>Cijelom svojom dužinom ruta posjetiteljima nudi smještaj u vidu standardne turističke ponude hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i lokalnih konoba gdje posjetitelji mogu uživati u lokalnim jelima i nadasve poznatom njemačkom pivu. Neke od atrakcija nude smještaj unutar njih samih, gdje posjetitelji uživaju u srednjovjekovnom gostoprimstvu kao i tadašnjim običajima. Također, uzduž same rute nalazi se više od 100 muzeja koji su posjetiteljima na raspolaganju. Uz muzeje posjetitelji, mogu uživati i u poznatoj wellness ponudi regije te su preporuke mnogih turističkih agencija da se na rutu ide povratno, u jednom smjeru istraživanje samih atrakcija rute te u povratku uživanje u wellness ponudi.</p> <p>Internetska stranica sadrži izvrsne informacije o planiranju putovanja duž rute, mogućnosti prijevoza, dodatnih aktivnosti i atrakcija koje posjetitelj treba vidjeti. Također, stranica posjetiteljima pruža sve informacije potrebne za njihov boravak, ovisno o broju dana, gradu u kojemu se nalaze i atrakcijama koje žele posjetiti. Stranica je prevedena na dva svjetska jezika.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	Koordinaciju aktivnosti upravljanja rutom, kao i marketinških i promotivnih aktivnosti vrši organizacija civilnog društva „Die Burgenstraße e.v.“ (eng. Castle road) u suradnji s Njemačkom turističkom zajednicom.
<b>Financirana od strane:</b>	Projekt je nastao suradnjom navedene organizacije „Die Burgenstrasse e.v.“ i Njemačke turističke zajednice.

Izvor: <https://www.tripsavvy.com/germany-castle-road-1520195>

<b>Naziv rute:</b>	Ruta „ Via Claudia Augusta (eng. Via Claudia Augusta).
<b>Lokacija:</b>	Italija, Austrija i Njemačka.
	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>U svakom većem mjestu kroz koje ruta prolazi posjetitelji mogu pronaći neku vrstu od standardne turističke ponude u vidu hotela, hostela, apartmana, kamping mjesta, restorana i privatnih iznajmljivača. Sama ruta označena smjerokazima te je moguće s službene Internet stranice preuzeti geografsku kartu s navigacijom i obilježenim atrakcijama, kao i smještajnim jedincima. Također, posjetitelji koji se odluče rutu proći s biciklom, imaju mogućnost povratka organiziranim prijevozom za bicikle. Internet stranica kao i sav njen sadržaj prevedeni su na tri svjetska jezika.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Upravljanje rutom provodi organizacija civilnog društva „Via Claudia Augusta“ u suradnji s partnerima organizacijom „MIAR“ iz Tirola, gradom Trento, predstavnicima regije Veneto te općina Feltre i Ostiglia.</p> <p>Sama ruta promovirana je preko vlastite Internet stranice gdje je moguće pronaći sve potrebne informacije o ruti, preuzeti geografske karte, isplanirati putovanje, unajmiti biciklu te vidjeti ponudu smještaja.</p>
<b>Projekt financiran od strane:</b>	<p>Projekt je financiran od strane Europske Unije putem programa INTERREG i sredstvima Europskog fonda za regionalni razvoj.</p>

Izvor: [https://en.wikipedia.org/wiki/Via\\_Claudia\\_Augusta](https://en.wikipedia.org/wiki/Via_Claudia_Augusta)

<b>Naziv rute:</b>	Put svetog Jakova (eng. the Way of St. James).
<b>Lokacija:</b>	Litva, Poljska, Njemačka, Belgija, Italija, Francuska, Španjolska i Portugal.
 <p style="text-align: center;"><b>Camino de Santiago</b> (Real Camino Francés)</p>	
<b>Turistička infrastruktura i dodatni sadržaji:</b>	<p>U samim počecima razvoja rute hodočasnici su se u pravilu smjeli zadržati u svakome mjestu po jedan dan. Noćili bi u prenoćištima Alberguea koji su bili namijenjeni samo za njih te su se nalazili na gotovo svakom mjestu duž rute. Razvojem same rute, kao i povećanjem posjete, ne samo hodočasnika već i običnih turista, razvila se i odgovarajuća turistička infrastruktura. Tako su danas vrata prenoćišta otvorena svima, a ne samo hodočasnici, te je duž rute moguće pronaći i razne vrste ostale smještajne ponude u vidu privatnih i općinskih hostela, apartmana te kamp mjesta za šatore. U javnim prenoćištima, cijena noćenja na donacijskoj bazi. Logo i simbol rute je školjka Jakobova kapica koju hodočasnici i posjetitelji nose obješenu o svoju torbu, a služi im je kao čaša. Tim simbolom označena je cijela dužina rute.</p>
<b>Upravljanje rutom:</b>	<p>Za potrebe upravljanja rutom, od strane Španjolske turističke agencije, osnovana je javna ustanova Sociadade Anónima de Xestión do Plan Xacobeo koja upravlja svim aktivnostima vezanim uz samu rutu. Kao ostali partneri pojavljuje se Španjolska turistička agencija, jedinice lokalne samouprave i organizacije civilnog društva s područja Galicije te turističke agencije svakih od država kroz koje dio rute prolazi. Ruta ima vlastitu Internet stranicu koja je prevedena na 7 svjetskih jezika te na kojoj se nalaze sve bitne informacije o samoj ruti, dodatnih sadržajima kao i galerije i svjedočanstva osoba koje su rutu prešle.</p>
<b>Financirana od strane:</b>	<p>Posljednje uređenje rute, kao i kreiranje dodatnog sadržaja za hodočasnike i turiste financirano je iz Europskog fonda za regionalni razvoj.</p>

### 3. Kratak pregled trenutnog stanja

Trenutna turistička ponuda i strategija razvoja turizma u regiji bazira se na tradicionalnom sustavu u kojem pojedinačni gospodarski subjekti (turističke agencije i hotelske kuće) formiraju turističku ponudu te zastupaju samo jedno turističko mjesto i nude ponudu smještaja uz pojedinačne izlete razgledavanja prirodnih znamenitosti u okolici. Svjetski trend je povezivanje svih turističkih subjekata u regiji i formiranje udruženja destinacije (hoteli, gradovi, turistički uredi, muzeji, atrakcije, itd.) koji tada zajednički formiraju turistički proizvod te ga uz zajedničku promidžbu i provode.

Područje Primorsko-goranske županije idealno je za organiziranje jedinstvenog turističkog paketa. Relativno male udaljenosti među destinacijama omogućuju posjet više destinacija u jednom turističkom aranžmanu. Projektom Putovima Frankopana pomoću integriranog pristupa spaja se kulturna baštinu na području Primorsko-goranske županije te doprinosi društveno-gospodarskom razvoju. Oživljavanjem kulturne-turističke rute Putovima Frankopana direktno ulažemo u kategorije kulturna baština, znanost i edukacija, slobodno vrijeme i rekreacija te promocija i vidljivost, a indirektno kroz rutu oživljavamo kategoriju smještaj i hrana i piće te maloprodaja i zanati.

Lokacije diljem Primorsko-goranske županije uključene su u projekt pa će tako sljedeće lokacije postati **interpretacijski centri sa stalnom postavom**:

- Bakar,
- Kaštel Trsat (Rijeka),
- Bribirska kula (Bribir),
- Kaštel Grobnik,
- Dvorac Zrinskih (Čabar),
- Kaštel u Krku (Krk) i
- Kaštel Zrinskih (Brod na Kupi)

Lokacije s **pasivnom interpretacijom** postati će:

- Gradec (na Krku),
- Kvadrac kula (Novi Vinodolski),
- Ledenice,
- Grižane,
- Drivenik,
- Stari grad Hreljin,
- Kuća Zrinskih (Kraljevica),
- Dvorac Stara Sušica,
- Dvorac Severin,
- Frankopanski kaštel (Crikvenica) i
- Manastir Gomirje.

**Kao središnji interpretacijski centar odabran je dvorac Nova Kraljevica u Kraljevcu.**



Koncept kulturno-turističke rute zamišljen je kao interpretacija rute Frankopana na dvije razine. Primarnu razinu čine kašteli koji posjeduju infrastrukturu potrebnu za smještanje kulturnih sadržaja, izložbenih postava i interpretacijskog centra. Takvih kaštela je osam, no posebno se izdvaja Kraljevica s primarnim Centrom za posjetitelje i upravljačkom bazom rute. Kaštelima u primarnoj skupini dodijeljene su podteme koje se fokusiraju na određene segmente života u srednjem vijeku i života Knezova Frankopana.

U Studiji izvodljivosti očekuje se da bi provođenje Projekta trebalo osigurati rast turističkih noćenja za 3,5% u prostorima obuhvaćenima Projektom, pogotovo na prostorima u kojima do sada nije bilo značajne turističke aktivnosti. Očekuje se i produženje turističke sezone za 3,5% od trenutnih podataka na razini jedinica lokalne samouprave. Trenutni (startni) relevantni broj noćenja turista na području PGŽ za 2015. godinu iznosi 13.149.734, dok je relevantan podatak za produženje turističke sezone (noćenja u svibnju, lipnju i rujnu) 3.790.829 noćenja.

Smisao održivosti projektnih rezultata se ne orijentira samo na fizičko održavanje infrastrukture, već će se postizanjem konsenzusa u zajedničkoj turističkoj politici više subregija Primorsko-goranske županije, te razvijanjem zajedničkih i nadopunjavajući turističkih sadržaja dovesti do povećanja turističke prepoznatljivosti, a time i do preduvjeta za daljnji razvoj turizma i poduzetništva na širem području županije. Smisao projekta je pokretanje sustavnog i održivog turističkog proizvoda. Osnivaju se interpretacijski centri koji će biti uključeni kada se sustavno shvaća turizam nekog kraja. Oni će biti predstavnici lokalne zajednice, te će kako provoditi po pojedinim lokacijama krovne ciljeve rute, tako i biti senzori koji će osluškivati potrebe lokalnog stanovništva, turista i gospodarstvenika te prenositi informacije centralnom interpretacijskom centru koji će ih dalje procesuirati. Cilj je brendirati Frankopansku baštinu kao turistički proizvod. Pod time se ne smatraju samo standardizirane manifestacije i integrirani interpretacijski centri, već i pokretanje malog i srednjeg poduzetništva koje će svoje proizvode i usluge vezati za brend kao turistički proizvod. Primjer, vino s etiketom brenda, maslinovo ulje s etiketom, tradicionalna jela s etiketom, unificirani suveniri, jedinstveni i prepoznatljivi vizualni identitet.

Prosječan godišnji broj posjetitelja u hrvatskim muzejima danas iznosi 12.600 posjetitelja, s obzirom na prostorni obujam kulturno-turističke rute i broj lokacija Studija izvodljivosti procjenjuje da će ostvariti broj novoprodanih karata koji je bliži prosječnoj brojci specijaliziranih povijesnih muzeja (30.200) pa je u Studiji izvodljivosti uzeta u obzir prosječna brojka od 25.200 prodanih karata za kulturno-turističku rutu. Operativnim prihodima smatraju se

- prihodi od ulaznica,
- prihodi od usluga te
- prihod od prodaje suvenira (rabati).

Potencijalne prihode mogu predstavljati i europski projekti, prekogranična suradnja, organizacija kulturnih zbivanja te izdavaštvo, međutim isti nisu procjenjivani u Studiji budući da su neizvjesne i ne može ih se kvantificirati u ovom trenutku.

**Cijene ulaznice** su realno procijenjene i razrađene te odgovaraju stanju na tržištu. Kod procjene broja posjetitelja procijenjeno je da će kulturnu rutu posjetiti godišnje 100.800 posjetitelja, od toga 25.200 kupaca ulaznica za cijelu kulturnu rutu te 75.600 posjetitelja koji su kupci individualnih ulaznica. Stava smo da su brojke procjene posjetitelja preoptimistične. Projekcija broja posjetitelja po interpretacijskim centrima u Studiji navedena je kako slijedi:

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica
<b>Kraljevica</b>	37.800	25.200	12.600
<b>Brod na Kupu</b>	31.500		6.300
<b>Krk</b>	37.800		12.600
<b>Rijeka</b>	37.800		12.600
<b>Bakar</b>	37.800		12.600
<b>Grobnik</b>	31.500		6.300
<b>Bribir</b>	31.500		6.300
<b>Čabar</b>	31.500		6.300
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>100.800</b>	<b>25.200</b>	<b>75.600</b>

Prema podacima turističke zajednica Kvarnera 2017. godine Gorski kotar posjetilo je gotovo 40 tisuća gostiju. Vodeće u broju dolazaka turista su Delnice koje je posjetilo 11.501 gost dok Čabar inače predzadnji na listi dolazaka sa ostvarenih 953 jedini ima smanjenje postotka u odnosu na godinu prije i to za čak 13%. Brojka od 6.300 individualno prodanih ulaznica za mjesto koje godišnje posjeti 953 posjetitelja jasno ukazuje na nerealno postavljene brojke. Turistička mjesta (Krk, Kraljevica, Rijeka i Bakar) predviđene brojke mogu ostvariti uz dobre marketinške aktivnosti.



**Prihodi od prodaje suvenira** procijenjeni su na 15 kn. S obzirom da su pojedinačni interpretacijski centri manje atraktivna ponuda, potrošnja u njima procjenjuje se na 5 kn po posjetitelju. Ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom naplaćivala bi 30% rabata na suvenire koji će se naći u prodaji, a uz uobičajene memorabilije to bi bili i autohtoni prehrambeni proizvodi – vina, rakije, džemovi, smokve, maslinovo ulje, a sve brendirano srednjim vijekom i Frankopanima. Sukladno prethodno navedenim podacima procijenjuje se da bi, uzevši u obzir ukupno procijenjeni broj posjetitelja i njihovu projiciranu potrošnju te planirani rabat na prodaju robe koju ustanova koja upravlja kulturnom rutom uzima u komisiju, ukupni godišnji prihodi iznosili 264.600 kn i raspoređeni su kako slijedi:

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica	Prihodi od suvenira
<b>Kraljevica</b>	37.800	25.200	12.600	170.100
<b>Brod na Kupu</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Krk</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Rijeka</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Bakar</b>	37.800		12.600	18.900
<b>Grobnik</b>	31.500		6.300	9.450

<b>Bribir</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Čabar</b>	31.500		6.300	9.450
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>100.800</b>	<b>25.200</b>	<b>75.600</b>	<b>264.600</b>

Budući da je projektom predviđeno da će se kao originalni suvenir prodavati i autohtoni gastro proizvodi koji su veće prodajne vrijednosti smatramo da je nužno raščlaniti prodaju suvenira po ciljnim skupinama te po suvenirima nižeg i višeg cjenovnog ranga. Smatramo da su mogući veći prihodi od suvenira nego što su planirani naravno uz uvjet da je zaista riječ o originalnim suvenirima inspiriranim Frankopanima i lokalnom ponudom.



**Prihodi od usluga** odnose se na usluge vodstva po objektima, održavanje radionica i edukativnih seminara te ostalih usluga. Takve naknade plaćale bi grupe posjetitelja (organizirani dolasci, učenici) za interpretaciju i održavanje posebnih sadržaja. Projekcija prihoda od ove kategorije procjenjuje se na temelju očekivanih interesa udruga i organizacija, grupa učenika i studenata u sklopu terenske nastave te organiziranih grupa turista/izletnika. Procjenjuje se da bi kulturno-turistička ruta mogla pružiti 1.400 usluga godišnje po cijeni od 200 kn što, u prosjeku, čini jednu uslugu (interpretaciju, vođenje) dnevno po interpretacijskom centru. S obzirom da cijena usluge uključuje i porez na dodanu vrijednost, radi se o 160 kn prihoda po usluzi, odnosno na godišnjoj razini o 224.000 kn prihoda. Prihod se jednoliko raspoređuje po interpretacijskim centrima.

Stava smo da su prihodi od usluga precijenjeni te da je usluga vodstva zbog raspršenosti interpretacijskih centara te same tematike rute primjerena starijoj školskoj populaciji. Da bi se program posjeta uvrstio u nastavni plan profesora povijesti potrebna je aktivna promocija po školama. U zimskim mjesecima posjećenost će sigurno biti slabija.



**Troškovi osoblja.** Studijom izvodljivosti planirano je otvaranje ustanove koja će upravljati kulturno-turističkom rutom koja će zapošljavati 3 zaposlenika u administraciji – Ravnatelja, ekonomista i voditelja interpretacije te 12 interpretatora. U trenutku prijave smatrano je da je navedeni broj djelatnika potreban je kako bi se zadržala funkcionalnost i otvorenost svih interpretacijskih centara i osigurala baza djelatnika za eventualne daljnje investicije.

<b>OPIS</b>	<b>IZNOS BRUTO 2 GOD. PLAĆE U KN</b>
Ravnatelj (1)	240.000
Ekonomist (1)	150.000
Voditelj interpretacije (1)	168.000
Interpretatori (12)	1.800.000
<b>Ukupno troškovi osoblja</b>	<b>2.358.000</b>

Umjesto osnivanja nove Ustanove predlaže se da se kulturno-turistička ruta da na upravljanje već postojećoj Ustanovi koja će u suradnji s turističkim zajednicama te Udrugama biti zadužena za operativnu

provedbu aktivnosti. Navedeno će smanjiti troškove zaposlenika u administraciji. Da bi ruta bila funkcionalna interpretatori moraju biti dostupni kroz cijeli dan (prvenstveno u razdoblju proljeća, ljeta i rane jeseni) te jedna osoba po interpretacijskom centru nije dovoljna (posebno u vrijeme vikenda i ljeta kad je potrebno da centar bude cijeli dan otvoren za posjetitelje).



**Troškovi usluga.** Pod troškovima usluga, navode se troškovi za koje će buduća Ustanova morati angažirati vanjske kapacitete zbog nemogućnosti i ekonomske neopravdanosti zapošljavanja vlastitih kadrova. Prije svega misli se na troškove čišćenja, tehničke zaštite objekata te razne ostale intelektualne usluge za koje će povremeno trebati angažirati vanjske stručnjake. Troškovi su izračunati na temelju trenutno važećih tržišnih cijena za navedene usluge.

OPIS	IZNOS U KN
Čišćenje	63.150
Zaštita objekta	15.300
Intelektualne i osobne usluge	40.000
<b>Ukupno troškovi usluga</b>	<b>118.500</b>

Za uslugu čišćenja predviđeno je 5.262,50 kn mjesečno što bi uključilo čišćenje na 8 lokacija odnosno 657,82 kn mjesečno po lokaciji. Za vrijeme turističke sezone atraktivnije lokacije morale bi imati svakodnevnu uslugu čišćenja za što predviđena sredstva nisu dovoljna.



**Održavanje infrastrukture** u Studiji izvodljivosti ne predstavlja značajan trošak s obzirom da je predviđeno da će ustanova koja će upravljati kulturno-turističkom rutom preuzeti održavanje samo interpretacijskih centara dok sva ostala održavanja objekata i opreme preuzimaju projektni partneri (jedinice lokalne samouprave i neprofitne organizacije). Zbog sofisticiranosti i osjetljivosti ugrađene opreme te pretpostavljenog broja posjetitelja već od otvorenja rute predviđeni su razmjerno visoki troškovi održavanja te se predviđaju i stalna ulaganja u sitni inventar kako bi se zamijenila oprema koja se pokvari. Isti su predviđeni na konstantnoj razini, a eventualna značajna nova ulaganja u novu opremu predmet su eventualnih novih projekata se ne obrađuju u sklopu ove Studije.

OPIS	IZNOS U KN
Tekuće i investicijsko održavanje opreme	43.000
Licence	5.000
<b>Ukupno Održavanje</b>	<b>48.000</b>

Stava smo da je prepuštanje održavanja infrastrukture projektnim partnerima (jedinicama lokalne samouprave) prihvatljivo samo u određenoj mjeri budući da svi projektni partneri nemaju dostatna proračunska sredstva za takve investicije. Multimedijalne sadržaje potrebno je kontinuirano osuvremenjivati te su procjene novih ulaganja nužne i neophodne za planiranje buduće održivosti.



**Administrativni i opći troškovi** svrstani su troškovi redovitog funkcioniranja ustanove koja upravlja kulturno-turističkom rutom i interpretacijskim centrima, a uključuju režijske troškove, utroške uredskog materijala i sitnog inventara, usluge telefona, pošte i prijevoza, stručno usavršavanje, premije osiguranja te ostali troškovi. Troškovi su iskalkulirani uzimajući u obzir nekoliko faktora: kvadraturu prostora, prosječne tržišne cijene za usluge, procijenjenu potrošnju obzirom na predviđeni broj posjetitelja i korištenje opreme od strane djelatnika.

OPIS	IZNOS U KN
Komunalni otpad	4.020
Grijanje	26.000
Električna energija	56.800
Voda	3.400
Troškovi uredskog materijala	17.000
Troškovi sitnog inventara	26.000
Usluge telefona, pošte i prijevoza	11.500
Stručno usavršavanje zaposlenika	36.000
Premije osiguranja	57.500
Ostali troškovi i vanjske usluge	39.000
<b>Ukupno administrativni i opći troškovi</b>	<b>277.220</b>

Administrativne i opći troškovi su realno procijenjeni, predlažemo dodjeljivanja upravljanja već postojećoj Ustanovi.



**Troškovi prodaje i distribucije** navode se direktni troškovi koje će ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom imati u svrhu marketinške promidžbe, prodaje suvenira i organizacije kulturnih manifestacija. Troškovi marketinga i usluga tiska predstavljaju pretpostavljeni godišnji budžet marketinškog djelovanja ustanove. Operativni troškovi zasebnih projekata – kulturnih manifestacija u organizaciji ustanove, procijenjeni su uzimajući u obzir prosječne iznose namijenjene izvođačima/predavačima u iznosu 10.000 kn, te 10.000 kn namijenjeno troškovima organizacije (razglas, oprema, sadržaji u prostoru, logistika).

OPIS	IZNOS U KN
Marketing (promidžba, informiranje)	100.000
Usluga tiska i grafičke pripreme	40.000
Reprezentacija	20.000
Troškovi organiziranja kulturnih manifestacija	40.000
<b>Ukupno troškovi prodaje i distribucije</b>	<b>200.000</b>



S obzirom na postavljene visoke zahtjeve vezano uz posjećenost same rute potrebno ju je i adekvatno predstaviti na tržištu. Planiran je trošak od 100.000 kn godišnje za usluge marketinge što nije dostatno za aktivnu promociju rute na tržištu.

Na temelju predviđanja neto novčani tijek kulturne rute s trenutnim kapacitetima neće biti pozitivan te je nužno predvidjeti iz kojih izvora će se pokrivati manjkovi koje ruta ostvaruje te jasno naznačiti potrebne mjere koje bi osigurale dugoročnu održivost rute.

## 4. Misija, vizija i ciljevi rada

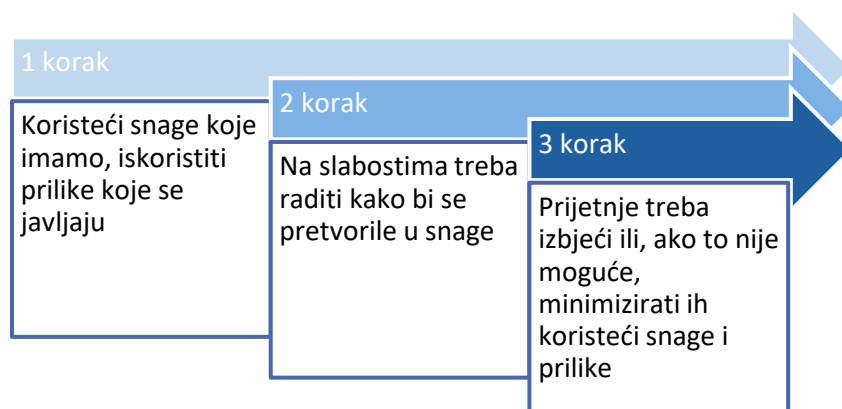
SWOT analiza odnosno analiza razvojnih snaga, slabosti, prilika i prijetnji upravljanja kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ sažeto prikazuje situacije u području ekonomsko-administrativnog upravljanja i budućoj marketinške promidžbe turističkog proizvoda. Cilj SWOT analize je dodatno pojašnjavanje izbora upravljačkog tijela turističkog proizvoda od strane Nositelja projekta te kreiranje dodatne podloge za identifikaciju razvojnih problema i izazova. Snage i slabosti odnose se na unutarnje čimbenike povezane s upravljanjem turističkim proizvodom i njegovim održivim razvojem, dok se prilike i prijetnje odnose na vanjske čimbenike, najčešće izvan kontrole tijela koja upravlja turističkim proizvodom.

SWOT analiza ima svoju jasnu svrhu, ne samo u sažetom prikazu situacije, nego i u definiranju ciljeva kojima se treba težiti.



Snage (strengths):	Slabosti (weaknesses):
Originalnost i inovativnost kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.	Nedovoljno adekvatna prometna i pješačka signalizacije kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.
Raznovrsnost ponude kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“.	Nedostatak popratnih sadržaja i usluga kojima se povećava potrošnja posjetitelja na samoj ruti.
Motiviranost i volja pojedinih djelatnika Ustanove za sudjelovanjem u razvoju turističkog proizvoda.	Relativno slaba integracija kulturne-povijesne baštine u turističku ponudu Primorsko-goranske županije.
Ustanova upravlja bogatom i prepoznatom kulturno-povijesnom baštinom.	Slaba međusobna povezanost pojedine kulturno-povijesne baštine na području Županije.
Izgrađena poslovna prepoznatljivost Ustanove i dosadašnja suradnja s drugim ustanovama, udrugama i turističkim posjetiteljima.	Prostorna skučenost i dotrajalost infrastrukture županijskih Ustanove.
Podrška Ustanovi od strane lokalne i regionalne samouprave u upravljanju kulturno-povijesnom baštinom.	Nekvalitetna informatička i tehnička opremljenost županijskih Ustanova
Sudjelovanje Ustanove u projektima obnove kulturno-povijesne baštine.	Potreba Ustanove za nadogradnjom vlastite ponude.

Uključenost i iskustvo Ustanove u sudjelovanju pri pripremi i razvoju projekata Europske Unije.	Zahtjevni rokovi za izvršenje vlastitih zadataka uz smanjene ljudske i financijske resurse.
Korištenje potpora Europske Unije za javna tijela.	Neučinkovitost u obavljanju pojedinih zadataka i nedovoljno razvijeno praćenje pojedinih rezultata rada Ustanove.
Organizacija velikog broja tematskih manifestacija na području Primorsko-goranske županije.	Nedovoljno promotivnih i marketinških aktivnosti cjelokupne ponude Ustanove.
Sudjelovanje u turističkom razvoju Primorsko-goranske županije.	Nedostatak financijskih sredstava za poslovanje Ustanova sukladno propisanim standardima i željenom razinom kvalitete.
Otvorenost Ustanova prema novim trendovima razvoja.	Primoranost djelatnika Ustanova ad hoc rješavanju problema.
Želja za korištenjem novih tehnologija i iskustvo upotrebe istih kod pojedinih projekata.	Nedovoljno znanja djelatnika Ustanova o menadžmentu u kulturi, uključujući promociju i marketing.



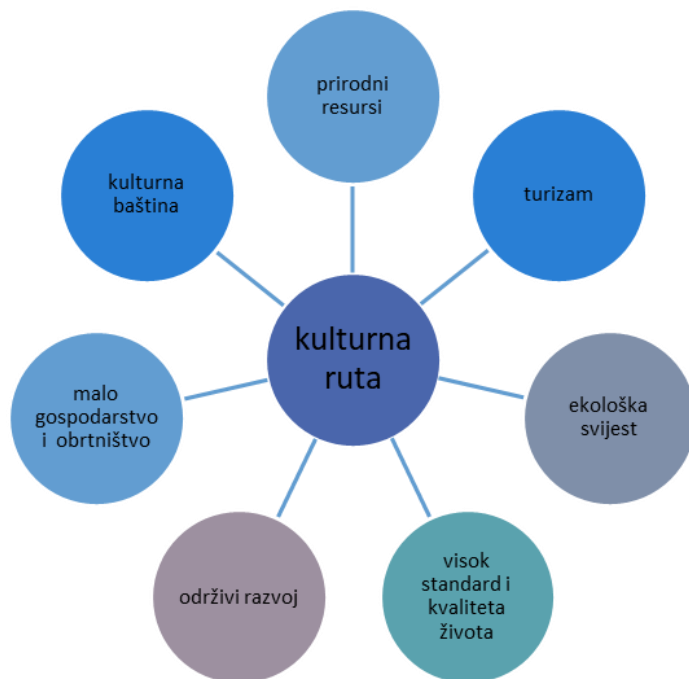
Prilike (opportunities):	Prijetnje (threats):
Rast interes za očuvanjem kulturne baštine Primorsko-goranske županije.	Promjena strateških interesa od strane jedinica lokalne samouprave.
Porast interesa posjetitelja za autohtonim proizvodima Županije.	Nedovoljna sloboda u donošenju odluka i odabiru radnih programa.
Razvitak održivosti kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“ i njeno samofinanciranje.	Kratak boravak stranih posjetitelja u Primorsko-goranskoj županiji.
Korištenje fondova Europske Unije i nacionalnih izvora financiranja kako bi se riješio problem dotrajalosti infrastrukture i nedovoljne opremljenosti ustanove.	Nedostatak prave slike o posjećenosti Županije i strukturi posjetitelja zbog različitih podataka i metodologija praćenja.
Partnerstvo Ustanove s mikro, malim i srednjim poduzetništvom.	Nedostatak popratnih sadržaja koji produžuju vrijeme boravka u Županiji.



Razvijen inozemni turizam i njegov očekivan rast u Republici Hrvatskoj.	Neizvjesnosti političkog okruženja u Republici Hrvatskoj.
Porast interesa za kulturnim turističkim proizvodima od strane inozemnih posjetitelja pri posjeti Republici Hrvatskoj.	Iseljavanje školovanih mladih ljudi iz Republike Hrvatske i nemogućnost pronalaska kvalificirane radne snage.
Kulturno i turistički aktivniji novi posjetitelji i posjetitelji s udaljenijih emitivnih tržišta.	Tradicionalna interpretacija i promocija kulturne baštine od strane domaćeg stanovništva.
Raspoloživost strukturnih fondova Europske Unije za nove kulturne projekte.	Utjecaj globalne i nacionalne financijske krize u vidu smanjenja nacionalnih i regionalnih potpora za programe.
Povezivanje atrakcija u inovativne turističke proizvode.	Utjecaj globalne i nacionalne financijske krize u vidu smanjenja godišnjih sponzorstva i donacija od strane civilnog društva i ostalih sponzora.
Razvijanje tematskog turizma.	Nedostatna financijska sredstava za održavanje i razvoj kulturnih ustanova.
Suradnja s drugim sektorima – srodne institucije i udruge, turizam, obrtništvo i dr.	Niska razina znanja i svijesti o vrijednosti kulturno-povijesne baštine među turističkim djelatnicima.
Mogućnost promocije kulturno-turističke rute na inozemnom tržištu i razvoja novih tržišnih niša.	Neučinkoviti modeli upravljanja kulturno-povijesnom baštinom Republike Hrvatske.
Razvoj integriranih projekata koji će biti zanimljivi dionicima u turizmu i obrazovanju.	Slaba povezanost javnog gradskog/prigradskog prijevoza.
Povezivanje s dionicima iz sektora zaštite spomenika kulture, zaštite okoliša, energetske učinkovitosti, gospodarstva i slično.	Povećanje obima planiranih administrativnih poslova.

### Definiranje vizije i cilja

Ostvarenje vizije postići će se ispunjavanjem dugotrajnog strateškog cilja koji pretpostavlja kontinuiranu brigu za kulturno-povijesnu baštinu Primorsko-goranske županije. Definiranjem i ostvarenjem predviđenog cilja upravljanja, te marketinškom promidžbom i na ostale županije Republike Hrvatske, kulturno-turistička ruta „Putovima Frankopana“ će se profilirati u svojevrsni primjer dobre prakse upravljanja turističkim proizvodom temeljenim na autohtonoj baštini. Realizacijom cilja, ispunjenjem vizije te sustavnom suradnjom sa raznim subjektima koji djeluju u turizmu kulturno-povijesna baština biti će valorizirana i u turističkoj ponudi Županije. Ključni korak u strateškom procesu odlučivanja institucije koja će upravljati kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ je definiranje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog cilja te upravljačke vizije.



Razvoj cilja temeljen je na potrebama i prepoznatim problemima upravljanja kulturno-povijesnom baštinom te je usklađen s prioritetima lokalnih, nacionalnih i regionalnih politika.

***Kratkoročni cilj je otvoriti put manje poznatoj baštini Primorja te raditi na intenzivnoj vidljivosti kulturne rute s ciljem privlačenja posjetitelja. Jedna od prvih koraka za realizaciju navedenog je podizanje znanja i svijesti turističkih djelatnika. Očekuje se kontinuirana komunikacija svih članica rute gdje svaka članica rute čini jedinstveni kompatibilni dio cjeline i promovira cijelu rutu.***

**Kratkoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ – kulturna, povijesna i prirodna baština nova atrakcija i inovativni turistički proizvod.

***Srednjoročni cilj je stalna inovacija proizvoda rute – kontinuirano osmišljavanje događaja na ruti od događaja temeljenih na povijesnim sadržajima, sportsko-rekreativnih događaja, gastro ponude, prirodne baštine i slično. Uvrstiti prepoznatljivu gastronomsku ponudu Kvarnera i Gorskog kotara kroz suradnju s lokalnim ugostiteljima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.***

**Srednjoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ – prepoznata od strane posjetitelja te obogaćuje turističku ponude županije i generira razvitak Primorsko-goranske županije.



***Dugoročni cilj je kulturno-turističku rutu „Putovima Frankopana“ kroz kontinuiranu marketinšku promidžbu na domaćem i svjetskom turističkom tržištu učiniti prepoznatljivim i inspirativnim turističkim proizvodom. Kako bi se to osiguralo tražiti će se i partnerstva s javnim i privatnim organizacijama koje djeluju na području turizma. Ruta je samoodrživa te funkcionira bez financijske pomoći Primorsko – goranske županije***

**Dugoročna vizija**

„Putovima Frankopana“ - osigurana prepoznatljivost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu koja privlači nove posjetitelje te osim samih atrakcija rute prodaje paket turističkih usluga koje Primorsko-goranska županija nudi te turizam „seli“ u do sad manje poznata i atraktivna mjesta županije.





<i>Organiziranje Dana otvorenih vrata</i>	Ustanova	Financirano iz proračuna ustanove	Namijenjeno prvenstveno lokalnom stanovništvu s ciljem da se akcijskim cijenama ulaznica privuče veći broj posjetitelja. Povećani broj posjetitelja znači i povećanu potrošnju te se eventualni manji prihod od ulaznica namiri iz povećane potrošnje od kupnje suvenira.
<i>Organizacija dodatnih manifestacija</i>	Lokalne turističke zajednice	Proračun lokalnih JLS i turističkih zajednica	S ciljem produženja turističke sezone organizirati manifestacije i razna događanja na temu Frankopana te se uključiti u već postojeća događanja na području županije (riječki karneval, Margaretino Ljeto, dani zaštitnika općina i gradova, sajmovi....)
<i>Multimedijalna ulaznica Frankopass</i>	TZ Kvarnera	Financirano iz proračuna TZ Kvarnera	Interaktivna karta, putovnica za pečate, lista preporuka
<i>Kreiranje programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</i>	TZ Kvarnera	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	individualni izleti (samostalno kreiranje obilaska rute uz vođenje putovnicom Frankopass); jednodnevni izlet Prirodna baština Gorskog kotara (ciljna grupa: 1. – 4. razredi osnovne škole ); dvodnevni izlet Glagoljica u frankopanskim kaštelima(ciljana grupa: 6. i 7. razred osnovne škole ); jednodnevni izlet Frankopani – okosnica naše povijesti (ciljna grupa: učenici srednje škole ); jednodnevni izlet Šumama Zrinskih i Frankopana (ciljna grupa: biciklisti); sedmodnevni

			izlet Plavo-zeleni doživljaj srednjega vijeka (ciljna grupa: umirovljenici)
<i>Vanjsko oglašavanje</i>	Ustanova	Financirano iz proračuna ustanove	Zakup oglasnog prostora i objava oglasa na billboard plakatima.  Zakup oglasnog prostora i objava oglasa na city lights plakatima
<i>Razvoj komercijalnih sadržaja</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Promocije različitih proizvoda, snimanje reklama, snimanje i fotografiranje prilikom vjenčanja, iznajmljivanje prostora (udrugama)
<i>Gastro ponuda</i>	TZ Kvarnera	U suradnji s lokalnim ugostiteljima	Objedinjavanje tradicionalnih lokalnih specijaliteta pod markicom gastro proizvoda rute Putovima Frankopana
<i>Smještajna ponuda</i>	TZ Kvarnera	U suradnji s lokalnim iznajmljivačima	S ciljem razvoja edukativnog, kulturnog i ruralnog turizma ponuditi turistima smještaj koji ima poveznicu s Frankopanima
<i>Sudjelovanje na sajmovima</i>	TZ Kvarnera	Redovna aktivnost TZ Kvarnera	Na specijaliziranim sajmovima potrebno je predstaviti kulturnu rutu s ciljem privlačenja inozemnih gostiju
<i>Povezivanje s kulturnim rutama</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Naći zajednički interes sa sličnim rutama čime bi se rasteretio proračun Ustanove namijenjen promociji, a zajedničkim snagama doprlo bi se do većeg broja potencijalnih posjetitelja
<i>Uključivanje u volontersku mrežu</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Volonterska mreža na području Europe je iznimno razvijena te mladi iz cijelog svijeta sudjeluje u radovima, održavanju, edukaciji i

			interpretaciji sadržaji. Na taj način bi se riješio problem povećanih potreba kadra prvenstveno u ljetnim mjesecima
<i>Promocija nematerijalne kulturne baštine</i>	Udruge, Folklorna društva	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	U ponudu inspiriranu Frankopanima uključiti i nematerijalnu baštinu (pjesma, ples, običaji). Organizirati radionice za zainteresirane posjetitelje, nematerijalna baština je pogodna i za izradu suvenira (cd s glazbom, replike odjeće...)
<i>Promocija putem društvenih mreža</i>	Ustanova	Ne zahtjeva značajna financijska sredstva	Društvene mreže su jeftin kanal koji dopire do velikog broja ljudi te je iznimno dobar kanal za primanje povratnih informacija posjetitelja



### **Infrastrukturne aktivnosti i novi sadržaji**

Prognoze upućuju na daljnji snažan rast ponude kulturno – turističkih ruta. Da bi se ruta istaknula i uzela svoj udio na tržištu kulturnog turizma mora i dalje značajno ulagati u privlačenje novih tržišnih segmenata, posebice mladih, obitelji s djecom, uvodeći nove rute, tematske aktivnosti te nove sadržaje i usluge na rutama.

AKTIVNOST	ODGOVORNOST	IZVORI FINANCIRANJA	OPIS
<i>Uređenje pristupnih cesta i komunalne infrastrukture</i>	PGŽ, JLS	Proračunska sredstva / EU natječaji	Osnovni preduvjet prilikom formiranja kulturne rute je da je ruta dostupna i dobro prometno povezana. Treba kontinuirano ulagati u dostupnost te osluškivati potrebe i zahtjeve posjetitelja (parking, vanjska rasvjeta...)
<i>Uređenje biciklističkih staza</i>	JLS	Natječaji Ministarstva turizma	Cikloturizam je trend u svijetu te se sve više posjetitelja odlučuje na obilazak turističkih



			atrakcija biciklom. Otok Krk ima razvijenu mrežu biciklističkih staza te se kulturna ruta Frankopana može nastaviti na već postojeće biciklističke trase
<i>Postavljanje stalaka za bicikle i urbane opreme</i>	JLS	Natječaji Ministarstva turizma	Potrebno je postaviti stalke za bicikle te ostalu urbanu opremu neophodnu za posjet posjetitelja koji su odlučili obići interpretacijske centre biciklom ili pješice
<i>Poticanje novih vanjskih sadržaja</i>	Ustanova	Natječaji Ministarstva turizma / EU fondovi	Da bi se obogatila ponuda rute te sadržaji učinili atraktivnijim potrebno je osmisliti vanjske sadržaje koji će privući posjetitelji. Žicara, zippline, umjetne stijene za penjanje samo su neke od aktivnosti koje bi produžile outdoor boravak posjetitelja te utjecala na potrošnju u regiji.
<i>Multifunkcionalne dvorane</i>	Ustanova	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti	Prostore unutar kaštela prilagoditi multifunkcionalnoj svrsi koja će moći poslužiti i kao izvor novih vrsta prihoda (najama, kongresi, okrugli stolovi, snimanja)
<i>Uređenje poučnih staza na temu Frankopana</i>	JLS	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti/ Ministarstva turizma	U neposrednoj blizini kaštela potrebno je na inovativan način predstaviti povijest Frankopana, tradiciju i prirodnu baštinu (botanički vrt, šuma ogledala, skulpture od žica, drvene umetaljke, lebdeće šetnice, sportske sprave, odmorišta...)
<i>Uređenje dječjih igrališta</i>	JLS	Proračun jedinica lokalne samouprave na kojima se nalaze lokacije igrališta	Uređenjem vanjskih dječjih igrališta i postavljanjem novih sprava proširuje se ponuda aktivnosti za najmlađe posjetitelje

<i>Ulaganje u multimediju i iskustveno učenje</i>	Ustanova	Fondovi EU	Multimedijski sadržaji iznimno su atraktivni za posjetitelje no to je grana industrije u kojoj se inovacije događaju nevjerojatnom brzinom. Potrebno je pratiti primjere dobre prakse te stalno ulagati u atraktivnost sadržaja s ciljem da se na rutu vrate posjetitelji koji su je već ranije obišli s ciljem stvaranja novih iskustva.
<i>Novi sadržaji</i>	Ustanova	Natječaji EU fondova na temu kulturne baštine/ prirodne baštine i edukativnih aktivnosti/ Ministarstva turizma	Anketiranjem posjetitelja te iz primjera dobre prakse najtočnije ćemo dobiti informacije koje nove sadržaje posjetitelji žele vidjeti u interpretacijskim centrima. Preporuka je stalno osuvremenjivati ponudu te pratiti tržišne trendove
<i>Online prodaja ulaznica</i>	Ustanova	Proračunska sredstva	Online prodaja ulaznica pomogla bi u smanjenu troškova osoblja, smanjila gužve i utjecala na bolji sustav upravljanja posjetiteljima
<i>Besplatni internet</i>	Ustanova	Proračunska sredstva	Besplatni Internet je danas postao standard u koji bi sve edukacijski interpretacijski centri trebali uložiti

S ciljem dugoročne održivosti rute potrebno je kontinuirano ulagati u nove sadržaje koji će privlačiti posjetitelje. Predloženo je da TZ Kvarnera preuzme obveze oko promocije rute, a sam opseg tih poslova ovisit će o dogovoru sa Županijom i ostalim partnerima u projektu kao i kapacitetima (prvenstveno ljudskim) TZ Kvarnera da na sebe preuzmu tako zahtjevan i izazovan posao.

Prijedlog je da Primorsko-goranska županija objavi svim dionicima (udruge, OPG-ovi, poduzetnici, lokalni obrtnici...) Poziv za prijavu projektnih ideja. Također, moguće je trajno otvoriti Javni poziv za prikupljanje projekata koji mogu prijaviti fizičke i pravne osobe, a koji su od interesa za provođenje strateških ciljeva ovog dokumenta odnosno koji doprinose turističkom, kulturnom, gospodarskom, infrastrukturnom razvoju rute te podizanju kvalitete života stanovnika županije. Projekti mogu biti u bilo kojoj fazi razvoja,

od početne zamisli do detaljnog plana izvedbe. Pristigle projektne ideje će se ocjenjivati temeljem sljedećih kriterija:

**1. Relevantnost projektne ideje**

- ocjenjuje se usklađenost projektne ideje sa strateškim ciljevima i prioritetima kulturno-turističke rute

**2. Status projektne dokumentacije**

- Ocjenjuje se pripremljenost projektne dokumentacije i pri tome razlikujemo projekte kod kojih imamo ulaganja u infrastrukturu i opremu te projekte koji nemaju takvih ulaganja tzv. meke projekte

**3. Operativni i financijski kapaciteti prijavitelja**

- Ocjenjuje se kapacitet prijavitelja odnosno njegova operativna sposobnost (iskustvo u provedbi sličnih projekata usporedive vrijednosti) i financijski kapacitet za provedbu projekta (iznos vlastitih sredstava i mogućnost financiranja projekta)

**4. Financijska i institucionalna održivost projekta**

- Ocjenjuje se kako će se projekt nastaviti financirati po završetku projektnih aktivnosti te tko će nastaviti rukovoditi projektom i na koji način

**5. Horizontalna pitanja**

- Ocjenjuje se da li projekt doprinosi jednakim mogućnostima i zaštiti okoliša

Kriterij	Bodovna skala	Maksimalan broj bodova
<b>1. Relevantnost projektne ideje</b>		<b>10</b>
1.1. Važnost projektnog prijedloga u odnosu na strateške ciljeve	1-5	5
1.2. Projektni prijedlog se odnosi na više prioriteta	1-5	5
<b>2. Status projektne dokumentacije</b>		<b>10</b>
2.1. „soft“ projekti		10
- projektna ideja	1	
- sažetak projekta	5	
- projekt je razrađen i pripremljen za određeni Poziv	10	
2.2. investicijski projekti		10
- pripremljen je opis projekta i pribavljene su sve važeće dozvole	10	
- pripremljen je opis projekta i potrebna dokumentacija, a izdavanje dozvola je u tijeku	7	
- pripremljen je opis projekta, tehnička dokumentacija je u pripremi	5	
- projekt je u fazi ideje	3	
<b>3. Operativni i financijski kapaciteti prijavitelja</b>		<b>10</b>


3.1. Podnositelj je proveo slične projekte usporedive vrijednosti		5
- 1 projekt	2	
- 2 projekta	3	
- 3 projekta	5	
3.2. Podnositelj sufinancira projekt u iznosu od		5
- 0-10%	1	
-11-20%	2	
-21-30%	3	
-31-40%	4	
- 50% i više	5	
<b>4. Financijska i institucionalna održivost projekta</b>		<b>10</b>
4.1. Podnositelj je naznačio i objasnio post projektno financiranje	1-5	5
4.2. Podnositelj je naznačio i objasnio institucijsku održivost projekta	1-5	5
<b>5. Horizontalna pitanja</b>		<b>5</b>
5.1. Podnositelj je pokazao poštivanje jednakih mogućnosti	1-2	2
5.2. Podnositelj je pokazao utjecaj projekta na pitanja zaštite okoliša	1-3	3
<b>UKUPNO</b>		<b>45 bodova</b>


Temeljem kriterija za ocjenjivanje projekti će se rangirati te će se kreirati lista prioriternih projekata (35-45 bodova), lista projekata koje treba doraditi (20-34 boda) te projekti koji nisu usklađeni sa strateškim ciljevima (na relevantnosti su dobili manje od 5 bodova ili imaju ukupno manje od 20 bodova).

## 6. Mjerenje učinaka

Praćenje postignuća planiranih ciljeva može se odvijati tijekom same provedbe projekta te nakon završetka projekta analizirajući dugotrajni učinak projekta. Primjena ovih alata praćenja, procjene i evaluacije na pravilan i dobro organiziran način omogućuje korisnicima brz i efikasan odgovor na moguće probleme i nedostatke koji se mogu pojaviti i omogućuju prilagodbu tržišnim uvjetima. Aktivnosti su „dinamične“ čiju je provedbu potrebno kontinuirano pratiti, ocjenjivati, evaluirati te prilagođavati promjenama u okruženju. Nužnost praćenja uvjetovana je dinamikom i brzinom gospodarskih promjena kako na regionalnom tako i na nacionalnom planu.

Praćenjem pokazatelja provedbe (indikatora) prati se uspješnost provedbe aktivnosti. Ciljne vrijednosti indikatora nije moguće definirati jer svi elementi nisu poznati, ali će se definirati indikatori bez ciljanih vrijednosti i to za svaki prioritet zasebno.

Prioriteti	Pokazatelji
<p><b>Marketinške aktivnosti i promocija kulturno turističke rute</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• broj posjetitelja rute</li> <li>• broj noćenja i dolazaka na području rute</li> <li>• stupanj popunjenosti smještajnih kapaciteta</li> <li>• prosječna duljina boravka</li> <li>• dnevna potrošnja</li> <li>• broj poduzetnika koji se bave selektivnim oblicima turizma</li> <li>• broj novih turističkih proizvoda</li> <li>• broj novih promotivnih materijala</li> <li>• broj objava na city light plakatima i billboardima</li> <li>• broj održanih edukacija/radionica/seminara/tribina/foruma i sl.</li> <li>• broj posjetitelja edukacija</li> <li>• broj programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</li> <li>• broj posjetitelja programa posjete prilagođenih određenim ciljnim skupinama</li> <li>• broj projekata koji se odnose na prezentaciju i interpretaciju posebno vrijednih područja</li> <li>• broj novih turističkih proizvoda</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• broj sudjelovanja na sajmovima</li> <li>• broj suradnji s ostalim kulturnim rutama</li> <li>• broj volontere na ruti</li> <li>• broj novih sadržaja i programa u kulturi</li> <li>• broj sadržaja nematerijalne kulturne baštine uključenih u ponudu kulturno-turističke rute</li> <li>• posjećenost društvenih mreža</li> </ul>
<p><b>Infrastrukturne aktivnosti i novi sadržaji</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• km izgrađenih i obnovljenih cesta</li> <li>• km biciklističkih staza</li> <li>• broj postavljenih stalaka za bicikle</li> <li>• km poučne staze</li> <li>• broj novih sadržaja u interpretacijskim centrima</li> <li>• broj novih multimedijalnih sadržaja</li> <li>• broj uređenih dječjih parkova</li> <li>• broj novih sadržaja urbane opreme</li> <li>• površina izgrađene sportsko-rekreacijske infrastrukture</li> <li>• broj prilagođenih multifunkcionalnih dvorana</li> <li>• broj novih parkirnih mjesta</li> <li>• broj prodanih online ulaznica</li> <li>• broj stanovnika s mogućnošću pristupa brzom internetu</li> </ul>

Ocjenjivanje uspješnosti provedbe ocjenjivat se na kraju svake godine, a prioriteti i pokazatelji trebali bi se kontinuirano nadopunjavati i prilagođavati tržišnim trendovima. Definirani su kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi te bi većina pokazatelja trebala biti ostvarena već u srednjoročnom razdoblju (sljedećih 5 godina) ako kulturno-turistička ruta Putovima Frankopana ima ambicije da bude samoodrživa i prepoznata izvan granica Hrvatske.

## 7. Financijska i ekonomska analiza, Analiza osjetljivosti i procjena rizika

### FINANCIJSKA ANALIZA

Financijska analiza se provodi procjenom novčanih tokova, te izračunom indikatora neto povrata. Glavna svrha financijske analize je koristiti projektne planove novčanih tokova za izračun odgovarajućih pokazatelja povrata.

#### Operativni prihodi

Operativni prihodi uključuju novčane priljeve koje izravno plaćaju korisnici usluga koje se pružaju u sklopu projekta. Potencijalne prihode mogu predstavljati i europski projekti, prekogranična suradnja, organizacija kulturnih zbivanja te izdavaštvo, međutim iste nisu procjenjivane u ovoj Studiji budući da su neizvjesne i ne može ih se kvantificirati u ovom trenutku, a i njihov efekt na financijsku održivost je neutralan budući da su troškovi po istima identični prihodu. Sve usluge će se ponuditi po tržišnim cijenama.

Iznosi se odnose na cjelogodišnje poslovanje kroz **15 godina**.

Operativni prihodi uključuju novčane priljeve koje izravno plaćaju korisnici usluga koje se pružaju u sklopu projekta. U ovom slučaju, operativnim prihodima mogu se smatrati:

- prihodi od ulaznica,
- prihodi od usluga te
- prihod od prodaje suvenira (rabati).

#### Prihodi od prodaje ulaznica

Zajedničke ulaznice za sve objekte funkcionirale bi kao karta, lista preporuka te bi sadržavala popuste za ugostiteljske usluge.

Prihodi od ulaznica temelje se na slijedećim osnovnim postavkama:

- Cijena ulaznica procijenjena je nešto više nego u Studiji izvodljivosti te glasi:

- 85,00 kn ulaznica za kulturno-turističku rutu individualne posjetitelje,
- 60,00 kn ulaznica za grupe od minimalno 15-20 osoba
- 40,00 kn ulaznica za kulturno-turističku rutu za djecu od 7 godina, studente, učenike i umirovljenike
- 20,00 kn lokalne ulaznice za pojedinačne interpretacijske centre
- 15,00 kn lokalna ulaznica za pojedinačne interpretacijske centre za djecu od 7 godina, studente, učenike i umirovljenike

Prihod od prodaje karte za kulturno-turističku rutu pripisuje se Ustanovi koji snosi većinu troškova kulturno-turističke rute kao jedinstvenog proizvoda dok individualne karte prodane na samim lokacijama, a koje se odnose na sami interpretacijski centar na lokaciji idu na teret tog interpretacijskog centra.

Broj posjetitelja se za prve godine projekta planiran je u manjem obujmu od potencijalno maksimalnog. Prvih godina interes lokalnog stanovništva Županije za posjet ruti biti će relativno visok obzirom da se radi o novom sadržaju. Interes će u slijedećim godinama slabiti ako se kontinuirano ne bude ulagalo u nove sadržaje. Interes turističkog tržišta održavati će i zahvaljujući suradnji sa turističkim agencijama, hotelskim kućama i ostalim turističkim djelatnostima koje mogu usmjeravati interese posjetitelje.

Prosječan godišnji broj posjetitelja u hrvatskim muzejima danas iznosi 12.600 posjetitelja, s obzirom na obujam kulturne rute i broj lokacija očekuje se da će ostvariti broj prodanih karata za 50% veći od prosječnog broja posjeta muzejima što iznosi 18.900 prodanih karata za kulturnu rutu. i prosječan broj posjetitelja za individualne centre na razini hrvatskih muzeja, izuzev prostorno dislocirane muzeje za koje je predviđena prodaja upola manje individualnih karata o prihod od prodaje karte za kulturno-turističku rutu pripisuje se centralnom interpretacijskom centru u Kraljevici koji snosi većinu troškova kulturno-turističke rute kao jedinstvenog proizvoda dok individualne karte prodane na samim lokacijama, a koje se odnose na sami interpretacijski centar na lokaciji idu na teret tog interpretacijskog centra.

Uzimajući u obzir sve ranije navedene faktore u nastavku dajemo procjenu očekivanog broja jednodnevnih posjetitelja kulturno-turističke rute po interpretacijskim centri.

Interpretacijski centar	Ukupno	Kupci ulaznice za kulturnu rutu	Kupci individualnih ulaznica
Kraljevica	31.500	18.900	12.600
Brod na Kupu	21.400		2.500
Krk	31.500		12.600
Rijeka	31.500		12.600
Bakar	27.400		8.500
Grobnik	24.400		5.500
Bribir	24.400		5.500
Čabar	20.200		1.300
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>80.000</b>	<b>18.900</b>	<b>61.100</b>

Sukladno statističkim podacima na razini svih hrvatskih muzeja, individualni gosti čine 60% posjetitelja od čega je 28% učenika i umirovljenika, dok grupe čine 40% posjetitelja od čega 50% čine učenici i umirovljenici.



### Struktura posjetitelja

Interpret. centar	Individualni gosti - ulaznice za kulturnu rutu	Individualni gosti - individualni ulaz	Individualni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Individualni gosti - učenici i umirov. - ind. ulaz	Grupni gosti - ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - ind. ulaz	Grupni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - učenici i umirov.- ind. ulaz
Kraljevica	9.886	5.443	3.020	2.117	2.997	2.520	2.997	2.520
Brod na Kupu	0	925	0	450	0	563	0	562
Krk	0	5443	0	2117	0	2520	0	2.520
Rijeka	0	5443	0	2117	0	2520	0	2.520
Bakar	0	3068	0	930	0	2251	0	2.251
Grobnik	0	2025	0	720	0	1378	0	1.377
Bribir	0	2025	0	720	0	1378	0	1.377
Čabar	0	450	0	80	0	385	0	385
<b>Ukupan broj posjetitelja</b>	<b>9.886</b>	<b>24.822</b>	<b>3.020</b>	<b>9.251</b>	<b>2.997</b>	<b>13.515</b>	<b>2.997</b>	<b>13.512</b>

S obzirom da se značajnim ulaganjima u marketing očekuje održavati atraktivnost kulturno-turističke rute, projekcija broja posjetitelja zadržana je na konstantnoj razini kroz trajanje projekta.

### Prihodi od prodaje ulaznica

Interpret. centar	Individualni gosti - ulaznice za kulturnu rutu	Individualni gosti - individualni ulaz	Individualni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Individualni gosti - učenici i umirov. ind. ulaz	Grupni gosti - ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - ind. ulaz	Grupni gosti - učenici i umirov.- ulaz. za kult. rutu	Grupni gosti - učenici i umirov. ind. ulaz	Ukupno
Kraljevica	840.310	108.860	181.200	31.755	179.820	50.400	119.880	37.800	<b>1.550.025</b>
Brod na Kupu	0	18.500	0	6.750	0	11.260	0	8.430	<b>44.940</b>
Krk	0	108.860	0	31.755	0	50.400	0	37.800	<b>228.815</b>
Rijeka	0	108.860	0	31.755	0	50.400	0	37.800	<b>228.815</b>
Bakar	0	61.360	0	13.950	0	45.020	0	33.765	<b>154.095</b>
Grobnik	0	40.500	0	10.800	0	27.560	0	20.655	<b>99.515</b>
Bribir	0	40.500	0	10.800	0	27.560	0	1.377	<b>80.237</b>
Čabar	0	9.000	0	1.200	0	7.700	0	1.377	<b>19.277</b>
<b>Ukupno</b>	<b>840.310</b>	<b>496.440</b>	<b>181.200</b>	<b>138.765</b>	<b>179.820</b>	<b>270.300</b>	<b>119.880</b>	<b>179.004</b>	<b>2.405.719</b>



### Prihodi od usluga

Prihodi od usluga odnose se na usluge vodstva po objektima, održavanje radionica i edukativnih seminara te ostalih usluga. Takve naknade plaćale bi grupe posjetitelja (organizirani dolasci, učenici) za interpretaciju i održavanje posebnih sadržaja. Projekcija prihoda od ove kategorije procjenjuje se na temelju očekivanih interesa udruga i organizacija, grupa učenika i studenata u sklopu terenske nastave te organiziranih grupa turista/izletnika. Na području cijele Primorsko-goranske županije trenutno nedostaje objekata navedenog tipa stoga se očekuje da će se raditi o vrlo atraktivnoj lokaciji, posebice za organizaciju kulturnih događanja.

Jedan od najboljih načina da se upozna novo mjesto, njegove prirodne ljepote i kulturno-povijesne znamenitosti je uz pratnju lokalnog turističkog vodiča. Na prostoru grada Rijeke i njegove uže okolice već postoje grupne ili privatno vođene ture. U organiziranim turama nudi se mogućnost šetnje povijesnom jezgrom grada Rijeke, Trsatom, upoznavanje s industrijskom baštinom, posjet najboljim foto lokacijama, gastro-šetnja, upoznavanje grada uz pratnju profesionalnog fotografa.

Grupne ili privatno vođene ture po gradu Rijeci i okolici su:

- (Ne tako) običan vođeni razgled grada Rijeke (mogućnost organizacije grupne ili privatno vođene ture). Šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje se posjećuju glavne znamenitosti. Objedinjeni su najvažniji kulturno-povijesne lokaliteti grada na način da se prezentiraju 3 glavne povijesne etape koje su dizajnirale Rijeku i stvorile tako alternativan, gostoljubiv i vedar grad. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci – Korzo.
- Trsat – dvorac i svetište pješice (mogućnost organizacije grupne ili privatno vođene ture. Tura obuhvaća šetnju stubama Petra Kružića ili tzv. Trsatskim stubama koje su poznate kao put pokore hodočasnika, no i lokalni put žitelja Trsata. Trsatske stube vode do Trsatskog Svetišta koje je omiljeni Papa Ivan Pavao II. posjetio čak dvaput te Trsatske gradine s najboljom panoramom grada i Kvarnerskog zaljeva.
- Najbolje foto lokacije - za sve ljubitelje fotografije odabrana je tura s najboljim lokacijama za fotografiranje uz pratnju lokalnog vodiča.
- Rijeka & Trsat & Kantrida uz privatnog vodiča - šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje posjećuju glavne znamenitosti. Na Trsatu razgled Gradine i Svetišta i za kraj vožnja do kvarta Kantride, živopisne lučice, obilazak jedne od riječkih plaža, te Stadiona uz samo more. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci - Korzo - Trsatska gradina - Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat - Plaža Kantrida - Stadion Kantrida - lučica Kantrida.

- Rijeka & Trsat & Opatija uz privatnog vodiča - šetnja povijesnom jezgrom grada Rijeke u okviru koje ćete posjetiti glavne znamenitosti. Na Trsatu razgled Gradine i Svetišta i za kraj vožnja do 15 minuta vožnje udaljene. Razvoj ovog elitnog gradića usko se nadovezuje uz zlatne dane riječke povijesti. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci - Korzo - Trsatska gradina - Svetište Majke Božje Trsatske i Franjevački samostan Trsat – Opatija.
- Gurmanska šetnja - tura uz lokalnog vodiča koje će sve zainteresirane provesti centrom grada, ispričati im priču o okusima i navikama Riječana. Tura uključuje posjet čak 5 različitih mjesta za ukupno jedan snack, predjelo, glavno jelo i desert.
- Priča o industrijskoj baštini - tura uključuje razgled zapuštenih lokaliteta a koji se odnose na riječku industrijsku baštinu. Tura uključuje dvosatni razgled: Žabica – Dolac – Koblerov trg – Mrtvi kanal – Riječka luka - Molo longo.
- Hvatamo uspomene uz privatnog lokalnog vodiča i privatnog profesionalnog fotografa - tura uključuje angažman lokalnog vodiča koji će ispričati priču o Rijeci, a profesionalni lifestyle fotograf će okom kamere sve popratiti i na taj način nadopuniti priču. Po povratku kući svi sudionici primiti će link za preuzimanje nastalih fotografija na turi. Uključeno u razgled: Gradski toranj (Ura) - Koblerov trg - Stara vrata - Principij - Katedrala sv. Vida - Užarska ulica - Mljekarski trg - Crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije i Kosi toranj - Palača Modello - Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca - priča o riječkoj luci – Korzo.
- Lifestyle & shopping tura uz privatnog lokalnog vodiča - zabavna šetnja uz lokalnog vodiča koji će ispričati sve o navikama Riječana i Riječanki, pokazati lokalne suvenire uz priču o svakome, ali i tradicionalne hrvatske proizvode, ikone „made in Croatia“.

Za riječke osnovnoškolce u ponudi je već nekoliko vođenih tura:

- Riječki vremeplov (turistički obilazak namijenjen djeci) - "Riječki vremeplov", malo drugačiji turistički obilazak koji kroz igru, istraživanje i zabavu na edukativan način omogućuje učenicima upoznati grad Rijeku, njenu povijesnu i kulturnu baštinu. U ovom programu, učenici ne slijede vodiča i ne slušaju "dosadne priče" već sami, točno odgovarajući na pitanja otkrivaju zanimljivosti ovog grada te sami kreiraju svoj obilazak. Program je namijenjen svim uzrastima, od najmanjih osnovnoškolskih do srednjoškolskih, samostalnih potraga čime se promiče upoznavanje povijesti grada na zanimljiv način. Kreće se ovisno o mjestu sastajanja, a program je formiran u kraćoj ili duljoj formi, ovisno o uzrastu i interesu, te slobodnom vremenu grupe. Po završetku obilaska, proglašava se pobjednička grupa te se daruje simboličnim poklonom. Druženje završavaju zajedničkim odgovaranjem na pitanja uz kratke priče o doživljajima obilaska. Po želji grupe, uz doplatu, moguće je organizirati ručak za sudionike ili obilazak "Peek and poke - Muzeja djetinjstva."
- Izlet „Tradicija i stare priče“ - poludnevnu pustolovinu u kojoj će svi sudionici saznati više o tradicionalnom načinu života i starim obrtima koji su danas gotovo izumrli. Tura počinje u Martinovom selu, nalazi se nekoliko kilometara od grada Rijeke gdje je predviđen posjet Gašparovom mlinu iz 17. stoljeća. Drveni mlin je još i danas u funkciji. Sljedeća stanica je



- Primorsko-goranska Kašetica - brend koji okuplja proizvođače autohtonih proizvoda s područja Primorsko-goranske županije i novoootvoreni izložbeno-prezentacijski Centar autohtonih proizvoda na prvom katu Primorske kuće u Rijeci. U izložbeno-prezentacijskom prostoru nude se domaći autohtoni proizvodi malih proizvođača.
- Galerije - Mala galerija Bruketa, Atelijer Rogić, Galerija RiArt,
- gift-shopovi u Robnoj kući Korzo i Robnoj kući Ri, na kioscima Tiska i iNovina te
- zlatarni Grubišić.
- Autohtoni riječki suveniri dostupni su i putem interneta tj. web stanice Turističke zajednice grada Rijeke.

Ponuda u riječkim suvenirnicama je raznolika kao i raspon njihovih cijena. Najtraženiji su suveniri do 30 kuna - magneti, školjke, šalice s motivima grada Rijeke, privjesci. Sve popularniji suveniri su Riječka čaša koja simbolizira čistu pitku vodu i podmetači za tave i lonce u obliku slova glagoljice – cijena čaša i pometaći su 60 kuna. Osim suvenira koji su tematski vezani za određene manifestacije i kulturno-povijesnu baštinu Rijeke u prodaji su i prigodni gastro suveniri od malih obiteljskih proizvođača s područja Primorsko – goranske županije ali i iz ostalih dijelova Hrvatske.

Ne postoje dovoljno precizni podaci o tome koliko su turisti spremni potrošiti na suvenire, međutim uvriježeno je razmišljanje među hrvatskim turističkim djelatnicima da je domaći turist bolji potrošač od inozemnog. Sukladno istraživanju TOMAS, kulturni turist na jednodnevnom putovanju prosječno potroši 11,90 EUR za kupnju i 12,19 EUR na hranu i piće, pri čemu se posebno ne razrađuju na koje se proizvode i sluge odnosi kategorija "kupnja". S obzirom na činjenicu da će značajan dio posjetitelja čini mlađi uzrast (učenici) čija je kupovna moć ograničena i ta je informacija uzeta u razmatranje. Procjenjuje se da će ostvarivati prosječno 30% rabata na suvenire koji će se naći u prodaji, a uz uobičajene memorabilije to bi bili i autohtoni suveniri, a sve brendirano kulturno turističkom rutom Frankopani.

Prilikom planiranja i oblikovanja vodit će se računa o autentičnosti i originalnosti suvenira.

Autorska izvedbena rješenja suvenira nužno se trebaju odmaknuti od bilo kojeg oblika kiča, a ipak biti atraktivna; izazivati te educirati publiku umjesto da podilaze usađenim potrošačkim refleksima.

Među dobrim idejama koje ne zahtijevaju značajan autorski oblikovni angažman mogu se ponuditi: reprodukcije umjetnina, predmeta te arhitektonskih detalja iz fonda povijesne baštine Frankopana, reprodukcije povijesnih prikaza i nacrtu tvrđava i dvoraca.





U nastavku se daje financijska analiza operativnih prihoda kulturno- turističke rute Putovima Frankopana za razdoblje od 15 godina uz planirano godišnje povećanje prihoda od 1.5% (konzervativan pristup).

Godina	Prihodi od prodaje ulaznica	Prihodi od prodaje suvenira	Prihodi od usluga	Ukupni operativni prihodi
2020.	2.405.719	283.080	176.000	2.864.799
2021.	2.441.805	287.326	178.640	2.907.771
2022.	2.478.432	291.636	181.320	2.951.388
2023.	2.515.608	296.011	184.039	2.995.658
2024.	2.553.342	300.451	186.800	3.040.593
2025.	2.591.643	304.958	189.602	3.086.202
2026.	2.630.517	309.532	192.446	3.132.495
2027.	2.669.975	314.175	195.333	3.179.483
2028.	2.710.025	318.888	198.263	3.227.175
2029.	2.750.675	323.671	201.237	3.275.582
2030.	2.791.935	328.526	204.255	3.324.716
2031.	2.833.814	333.454	207.319	3.374.587
2032.	2.876.321	338.456	210.429	3.425.206
2033.	2.919.466	343.532	213.585	3.476.584
2034.	2.963.258	348.685	216.789	3.528.733

## Operativni rashodi



### Troškovi osoblja

Procjene troškova osoblja, temeljene su na parametrima i potrebama uspješnog funkcioniranja kulturne rute. Ako se kulturna ruta da na upravljanje već postojećoj organizaciji neće biti nužno zapošljavanje ravnatelja i administrativnog osoblja. Procjene troškova osoblja više su od procjena u Studiji izvodljivosti no utopistički je smatrati da će 1 interpretator moći voditi interpretaciju jednog centra na godišnjoj razini. Da bi ruta ostvarivala prihode radno vrijeme mora biti prilagođeno potrebama turista i posjetitelja što bi značilo rad cijelog dana uključujući i vikende. Za potrebe uspješnog funkcioniranja rute potrebno je 19 osoba no svih 19 osoba neće značiti nova zapošljavanja, potrebno dogovoriti je s turističkim uredima i udrugama koji od postojećih djelatnika mogu preuzeti poslove vezano Frankopane.

Opis	Godišnja plaća	Količina	Iznos u kunama
Voditelj rute	168.000	1	168.000
Marketinški stručnjak	150.000	1	150.000
Voditelj interpretacije	150.000	1	150.000
Interpretatori	132.000	16	2.112.000
<b>Ukupno troškovi osoblja</b>			<b>2.580.000</b>



### Troškovi usluga

Pod troškovima usluga, navode se troškovi za koje će Ustanova morati angažirati vanjske kapacitete, prije svega misli se na troškove čišćenja, tehničke zaštite objekata te razne ostale intelektualne usluge za koje će povremeno trebati angažirati vanjske stručnjake. Troškovi su izračunati na temelju trenutno važećih tržišnih cijena za navedene usluge.

OPIS	IZNOS U KN
Čišćenje	114.000
Zaštita objekta	21.000
Intelektualne i osobne usluge	40.000
<b>Ukupno troškovi usluga</b>	<b>175.000</b>



### Održavanje infrastrukture

U Studiji izvodljivosti odnosilo se na stalna ulaganja u sitni inventar kako bi se zamijenila oprema koja se pokvari. Isti su predviđeni na konstantnoj razini, a eventualna značajna nova ulaganja nisu bila predviđena.



Multimedijalne sadržaje potrebno je kontinuirano osuvremenjivati te su procjene novih ulaganja nužne i neophodne za planiranje buduće održivosti.

OPIS	IZNOS U KN
Tekuće i investicijsko održavanje opreme	63.000
Licence	5.000
Održavanje multimedije	45.000
<b>Ukupno održavanje</b>	<b>113.000</b>



### Administrativni i opći troškovi

Odnose se na troškove redovitog funkcioniranja ustanove koja upravlja kulturno-turističkom rutom i interpretacijskim centrima, a uključuju režijske troškove, utroške uredskog materijala i sitnog inventara, usluge telefona, pošte i prijevoza, stručno usavršavanje, premije osiguranja te ostali troškovi. Troškovi su iskalkulirani uzimajući u obzir nekoliko faktora: kvadraturu prostora, prosječne tržišne cijene za usluge, procijenjenu potrošnju obzirom na predviđeni broj posjetitelja i korištenje opreme od strane djelatnika.

OPIS	IZNOS U KN
Komunalni otpad	4.020
Grijanje	26.000
Električna energija	56.800
Voda	3.400
Troškovi uredskog materijala	17.000
Troškovi sitnog inventara	26.000
Usluge telefona, pošte i prijevoza	11.500
Stručno usavršavanje zaposlenika	36.000
Premije osiguranja	57.500
Ostali troškovi i vanjske usluge	39.000
<b>Ukupno administrativni i opći troškovi</b>	<b>277.220</b>

Administrativne i opći troškovi su realno procijenjeni ali budući da predlažemo dodjeljivanja upravljanja već postojećoj Ustanovi administrativni i opći troškovi će ipak biti nešto niži.



### Troškovi prodaje i distribucije

Navode se direktni troškovi koje će ustanova koja upravlja kulturno-turističkom rutom imati u svrhu marketinške promidžbe, prodaje suvenira i organizacije kulturnih manifestacija. Troškovi marketinga i usluga tiska predstavljaju pretpostavljeni godišnji budžet marketinškog djelovanja ustanove. Operativni troškovi zasebnih projekata – kulturnih manifestacija u organizaciji ustanove, procijenjeni su uzimajući u obzir prosječne iznose namijenjene izvođačima/predavačima u iznosu 10.000 kn te 10.000 kn namijenjeno troškovima organizacije (razglas, oprema, sadržaji u prostoru, logistika).

OPIS	IZNOS U KN
Marketing (promidžba, informiranje)	350.000
Usluga tiska i grafičke pripreme	40.000
Reprezentacija	20.000
Troškovi organiziranja kulturnih manifestacija	80.000
<b>Ukupno troškovi prodaje i distribucije</b>	<b>490.000</b>

S obzirom na postavljene visoke zahtjeve vezano uz posjećenost same rute potrebno ju je i adekvatno predstaviti na tržištu.

Proračun ostatka vrijednosti investicije projekta Putovima Frankopana

Opis	Godina početka obračuna amort.	Vijek	Nabavna vrijednost	Stopa otpisa	Ostatak vrijednosti
Uređenje i opremanje interpretacijskih centara	2	20	1.511.666	5%	453.500
Statička sanacija i konzervacija zapadnog zida stambenog dijela Kaštela Trsat	2	20	1.511.666	5%	453.500
Nabavka opreme za interpretacijska događanja	3	10	13.926.153	10%	1.631.462
Rekonstrukcija međukatnih konstrukcija i postavljanje sanitarnog čvora Kaštela u Bakru	2	20	1.168.325	5%	350.497
Nabavka opreme za Gradsku stražu u Bakru	2	10	211.055	10%	0
Nabavka opreme za heraldičke radionice i udruhu Zrinskih Frankopana Drvenik	2	10	212.400	10%	0
Obnova fasade na zgradi (nekadašnji kaštel) općine u Bribiru	2	20	236.506	5%	70.952
Obnova dvorca Nova Kraljevica	2	20	3.570.233	5%	1.190.931
Uređenje okoliša i pristupne ceste dvorca Nova Kraljevica	3	20	13.704.533	5%	2.617.180
Sanacija bedemskih zidova Kaštela u Krku	2	20	626.038	5%	187.811

Opremanje multimedijalnog centra za kulturu	2	10	650.301	10%	0
Uređenje stalnog postava u Kaštelu Zrinskih	3	10	2.461.764	10%	0
Obnova vanjske stolarije u Dvorcu Zrinskih	2	10	542.531	10%	0
Nabavljanje opreme za provedbu kulturno-turističkih sadržaja na Kaštelu Trsat	2	10	1.011.285	10%	0
Izrada interpretacijskih sadržaja	3	10	4.580.770	10%	0
Uređenje i opremanje istraživačkog i edukacijskog centra u Lokvama	2	20	1.699.917	5%	372.744
Uređenje frankopanske šetnice	2	10	44.695	5%	0
Označavanje pješačkih staza u Bakru	2	10	36.600	5%	0
Uređenje dječjeg igrališta u Bribiru	2	20	1.024.512	5%	307.357
<b>UKUPNO</b>					<b>7.182</b>

Procjena ostatka vrijednosti projekta je izvršena temeljem procijenjenih stopa amortizacije pri čemu su korištene najpreciznije moguće vrijednosti. Pri određivanju amortizacijskih stopa građevinskih radova, tehničke opreme i instalacija te nematerijalne imovine korištene su preporuke stručnjaka, a sve poštujući tehničko-tehnološke norme trajanja pojedine opreme. Zemljište se ne amortizira.

**Ostatak vrijednosti projekta, na kraju vijeka projekta, iznosi 7.182.431 kn.**

U nastavku se daje financijska analiza operativnih rashoda kulturno- turističke rute Putovima Frankopana za razdoblje od 15 godina uz planirano godišnje povećanje troškova od 1.5% (konzervativan pristup).

Godina	Troškovi osoblja	Troškovi usluga	Održavanje	Administrativni i opći troškovi	Trošak prodaje i distribucije	Ukupni operativni rashodi
<b>2020.</b>	2.580.000	175.000	113.000	277.220	490.000	3.635.220
<b>2021.</b>	2.618.700	177.625	114.695	281.378	497.350	3.689.748
<b>2022.</b>	2.657.981	180.289	116.415	285.599	504.810	3.745.095
<b>2023.</b>	2.697.850	182.994	118.162	289.883	512.382	3.801.271
<b>2024.</b>	2.738.318	185.739	119.934	294.231	520.068	3.858.290
<b>2025.</b>	2.779.393	188.525	121.733	298.645	527.869	3.916.164

<b>2026.</b>	2.821.084	191.353	123.559	303.124	535.787	3.974.907
<b>2027.</b>	2.863.400	194.223	125.412	307.671	543.824	4.034.530
<b>2028.</b>	2.906.351	197.136	127.294	312.286	551.981	4.095.048
<b>2029.</b>	2.949.946	200.093	129.203	316.971	560.261	4.156.474
<b>2030.</b>	2.994.195	203.095	131.141	321.725	568.665	4.218.821
<b>2031.</b>	3.039.108	206.141	133.108	326.551	577.195	4.282.104
<b>2032.</b>	3.084.695	209.233	135.105	331.449	585.853	4.346.335
<b>2033.</b>	3.130.965	212.372	137.131	336.421	594.641	4.411.530
<b>2034.</b>	3.177.930	215.557	139.188	341.467	603.560	4.477.703

Analiza financijske održivosti provodi se kako bi se potvrdilo da su financijska sredstva dovoljna za pokrivanje svih financijskih izdataka iz godine u godinu, za cijeli vremenski period trajanja investicije. Financijska održivost je valjana ukoliko neto novčani tijek niti u jednom trenutku ne bude negativan, tijekom svih godina ekonomskog vijeka projekta. Na temelju predviđanja neto novčani tijek kulturne rute neće biti pozitivan te je nužno predvidjeti iz kojih izvora će se pokrivati manjkovi koje ruta ostvaruje.

<b>Godina</b>	<b>Operativna dobit</b>	<b>Operativni troškovi</b>	<b>Neto novčani prinosi</b>	<b>Diskontni faktor</b>	<b>Diskontni novčani priljev</b>
<b>2020.</b>	2.864.799	3.635.220	-770.421	1	-770.421
<b>2021.</b>	2.907.771	3.689.748	-781.977	0,96153846	-751.901
<b>2022.</b>	2.951.388	3.745.095	-793.707	0,92455621	-733.827
<b>2023.</b>	2.995.658	3.801.271	-805.613	0,88899636	-716.187
<b>2024.</b>	3.040.593	3.858.290	-817.697	0,85480419	-698.971
<b>2025.</b>	3.086.202	3.916.164	-829.962	0,82192711	-682.168
<b>2026.</b>	3.132.495	3.974.907	-842.412	0,79031453	-665.770
<b>2027.</b>	3.179.483	4.034.530	-855.048	0,75991781	-649.766
<b>2028.</b>	3.227.175	4.095.048	-867.874	0,73069021	-634.147
<b>2029.</b>	3.275.582	4.156.474	-880.892	0,70258674	-618.903
<b>2030.</b>	3.324.716	4.218.821	-894.105	0,67556417	-604.025
<b>2031.</b>	3.374.587	4.282.104	-907.517	0,64958093	-589.505
<b>2032.</b>	3.425.206	4.346.335	-921.129	0,62459705	-575.335
<b>2033.</b>	3.476.584	4.411.530	-934.946	0,60057409	-561.505
<b>2034.</b>	3.528.733	4.477.703	-948.970	0,57747508	-548.007

Zaključak:

**Neto novčani tijek projekta je negativan te iznosi između 770.721 kn i 948.970 kn, manjka prihoda godišnje.**

## PREPORUKE ZA OSOGURANJE FINACIJSKE ODRŽIVOSTI RUTE:

- Jasno razrađen akcijski marketinški plan s ciljem privlačenje većeg broja posjetitelja
- Suradnja s Turističkim zajednicama i Udrugama, za interpretatore kulturnih ruta koristiti već postojeći turistički kadar te planirati manji broj novih zapošljavanja
- Ugovor o suradnji s lokalnim TZ i udrugama na području rute kojom se obvezuju financijski pripomoći funkcioniranju rute
- Suradnja sa školama na područje županije te organizacija terenske nastave povijesti za učenike viših razreda
- Ulaganje u nove sadržaje te povezivanje sa ostalim oblicima turizma (cikloturizam, zdravstveni turizam, gastro turizam...)
- Suradnja s turističkim agencijama te formiranje paketa usluga
- Povezivanje s Udrugom povijesnih gradova te rad na vidljivosti destinacije kao regije kulture (mogućnost organiziranja edukacija na temu kulturalnog turizma)
- Uključivanje u međunarodnu mrežu volontera (volonteri mogu sudjelovati u edukacijama, interpretaciji, uređenju staza)
- Proširenje ponude usluga (najam dvorana, organizacija događanja)
- Prilagoditi sadržaj rute i mlađoj djeci (proširiti ponudu i na vrtičke izlete)
- Prijava novih projekata na fondove EU



## MOGUĆNOSTI KORIŠTENJA EU SREDSTAVA

Potencijalni programi u sklopu kojih Upravljačko tijelo kulturno-turističkog proizvoda „Putovima Frankopana“ može, samostalno ili u projektnom partnerstvu, razvijati i promovirati rutu i nakon završetka predmetnog projekta. Odabrani programi u povezuju mogućnosti financiranja i sufinanciranja rute „Putovima Frankopana“ na njenom mikro području, kao i njen sami cilj, a to je vrednovanje, obnova, očuvanje, zaštita i inovativno interpretiranje kulturno-povijesne baštine. Trenutno su poznati samo natječaji za period do 2020. godine.

- ✓ **INTERACT III 2014.-2020.:** INTERACT III je program međuregionalne suradnje u okviru cilja Europske teritorijalne suradnje, a služi za jačanje učinkovitosti Kohezijske politike kroz promicanje razmjene iskustava u pogledu identifikacije, prijenosa i širenja dobre prakse te inovativnih pristupa u odnosu na provedbu programa teritorijalne suradnje i aktivnosti koje se odnose na teritorijalnu suradnju te na korištenje EGTS-a. U cilju pružanja navedenih usluga, svih 28 zemalja članica EU, plus Norveška i Švicarska, u razdoblju 2014. – 2020. su izdvojile za Program ukupno 46.340.000,00 eura.
- ✓ **INTERREG VC 2014.-2020.:** INTERREG EUROPA promiče razmjenu iskustava o tematskim ciljevima među partnerima diljem Unije kroz identifikaciju i širenje dobre prakse s ciljem njezinog prijenosa prvenstveno na Operativne programe u okviru ulaganja za rast i radna mjesta, ali i programima u okviru europske teritorijalne suradnje. To će biti učinjeno kroz podršku i olakšanje učenja politika, dijeljenjem znanja i prijenosom dobre prakse između regionalnih i lokalnih tijela te drugih aktera regionalne važnosti. Program pokriva cijeli teritorij Europske unije, Norvešku i Švicarsku. Program

je sufinanciran od strane Europskog fonda za regionalni razvoj s proračunom od 359.000.000,00 eura.

- ✓ **PROGRAM PREKOGRANIČNE SURADNJE INTERREG V-A ITALIJA – HRVATSKA 2014.-2020.:** Opći cilj programa je povećanje konkurentnosti i zaposlenosti, očuvanje prirodnih resursa i upravljanja kulturnom baštinom, poboljšanje veza promicanjem multimodalnosti, te poticanje suradnje među organizacijama i institucijama na Programskom području. Program se financira iz Europskog Fonda za Regionalni Razvoj (EFRR). Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 236.890.849 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM PREKOGRANIČNE SURADNJE INTERREG V-A SLOVENIJA – HRVATSKA 2014. – 2020.:** Program suradnje Slovenija-Hrvatska ima za cilj promicanje održivog, sigurnog i vitalnog graničnog područja te njegovanje pametnih pristupa očuvanja, mobilizacije i upravljanja prirodnim i kulturnim bogatstvima za dobrobit ljudi koji žive i rade ili samo posjećuju programsko područje. Primarni fokus je iskorištavanje prirodnih i kulturnih vrijednosti za uspostavu inovativnih, pametnih i učinkovitih rješenja za pomoć očuvanju i unapređenju kvalitete okoliša i njegove raznolikosti s jedne strane te njegovog socioekonomskog potencijala s druge strane. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 55.690.913 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE INTERREG V-B MEDITERAN 2014.-2020.:** Program Interreg V-B Mediteran 2014. – 2020. financiran je iz Europskog fonda za regionalni razvoj i IPA sredstava kojima se potiče partnerstvo javnih i privatnih institucija u mediteranskom programskom području s ciljem jačanja kapaciteta za pametan i održiv rast, poticanja ekonomije s niskom razinom ugljika, razvoja energetske učinkovitosti, zaštite i promicanja prirodnih i kulturnih resursa mediteranskog područja te razvoja multilateralnih institucionalnih okvira kako bi se zajedničkim rješenjima odgovorilo na zajedničke izazove. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 275.905.320 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **INTERREG V-B JADRANSKO-JONSKI PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE 2014. – 2020.:** Opći cilj Programa je djelovati kao voditelj politika i inovator upravljanja među partnerskim državama. To će se postići poticanjem europske integracije, korištenjem bogatih prirodnih, kulturnih i ljudskih resursa Jadranskog i Jonskog mora te povećanjem ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije u programskom području. Sufinanciraju se projektu u području inovacija, očuvanja i promicanja prirodnih i kulturnih resursa, suradnje u području prometa i upravljanja Jadransko-jonskom strategijom. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 117.918.198 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.
- ✓ **PROGRAM TRANSNACIONALNE SURADNJE INTERREG SREDIŠNJA EUROPA 2014. – 2020.:** Program u teritorijalnom smislu obuhvaća i pruža podršku regionalnoj suradnji između devet srednjoeuropskih država članica Europske unije. Osnovni cilj programa “Suradnja iznad granica

kako bismo gradove i regije središnje Europe učinili boljim mjestima za život i rad“ postići će se provedbom pametnih rješenja koja pružaju odgovore na regionalne izazove u područjima inovacija, ekonomije s niskom razinom CO<sub>2</sub>, okoliša, kulture i prometa. Ukupan proračun Programa suradnje iznosi 298.987.026 eura. Stopa sufinanciranja iz Europskog fonda za regionalni razvoj iznosi do maksimalno 85%, dok preostalih 15% trebaju osigurati projektni partneri iz vlastitih izvora.

- ✓ **KREATIVNA EUROPA (CREATIVE EUROPE):** Program Europske komisije KREATIVNA EUROPA sedmogodišnji je program namijenjen kulturnom i audiovizualnom sektoru u okviru kojeg se nalaze dva glavna zasebna potprograma – potprogram KULTURA i potprogram MEDIA. Program doprinosi očuvanju i promicanju europske kulturne i jezične raznolikosti te daje podršku jačanju konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija kroz financiranje suradnji, mreža, platforma, inicijativa... Program uključuje i podržava tisuće umjetnika, kulturnih profesionalaca i umjetničkih organizacija, film, televizijski program, glazbu, interdisciplinarnu umjetnosti, baštinu i industriju video igara. Ukupan proračun Programa iznosi 1,46 milijardi eura.

Pod ostalim izvorima financiranja podrazumijevamo međunarodne izvore financiranja od kojih su neka bespovratna sredstva, a neka su kreditna sredstva po povoljnijim uvjetima. Kad se spominju kreditna sredstva po povoljnijim uvjetima, prvenstveno se misli na sredstva Europske investicijske banke (EIB), Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD) i Svjetske banke (WB).

Osim kreditnih institucija na području RH su dostupni i razni fondovi za jugoistočnu Europu od kojih izdvajamo Fond za zeleni rast Jugoistočne Europe (Green For Growth Fund).

Organizacije kao što su UNESCO ili Fond za kulturnu raznolikost (IFCD) financiraju projekte u kulturi. Razne agencije Ujedinjenih naroda financiraju različite tipove projekata (primjerice UNDP koji je provodio nacionalni projekt Sustavno gospodarenje energijom).

Nezaobilazne su i pomoći inozemnih vlada koje financiraju mnoga područja. Najaktivnije su Nizozemsko veleposlanstvo, Norveško veleposlanstvo, Finsko i Američko veleposlanstvo.

## EKONOMSKA ANALIZA

Područje obuhvaćeno projektom ima različite kulturne vrijednosti koje daju potencijal da se pretvori u prepoznatljivo turističko odredište, no postojeće vrijednosti još nisu u potpunosti iskorištene i razvijene prema potrebama turista.

Posjetitelji su trenutno prepušteni sami sebi, a postojeća turistička infrastruktura je nedostatna informativne turističke ploče, toalet i sl.). Na području obuhvaćenom projektom nalaze se razni objekti i smještajni kapaciteti.

Kao izravne koristi od projekta identificirane su i kvantificirane sljedeće:

### **Korist od potrošnje jednodnevnih posjetitelja**

Na temelju statističkih podataka, dolazi se do spoznaje o dnevnoj potrošnji turista koji za vrijeme boravka troše na izlaske u restorane, kafiće, slastičarnice i druge ugostiteljske objekte, na kupovinu ulaznica za muzeje i kulturna događanja, te na zabavu, izlete i slično. Sukladno istraživanju TOMAS, kulturni turist na jednodnevnom putovanju prosječno potroši 11,90 EUR za kupnju i 12,19 EUR na hranu i piće, pri čemu se posebno ne razrađuju na koje se proizvode i sluge odnosi kategorija "kupnja".

### **Korist od potrošnje višednevnih turista**

Rezultati istraživanja Instituta za turizam provedenog tijekom 2017. godine pokazali su vidljive promjene u stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj u odnosu na 2014. godinu kada je posljednji put provedeno ovo istraživanje. Prosječna dnevna potrošnja turista prema istraživanju iznosi 79 eura po osobi i noćenju odnosno 592,50 kn što predstavlja rast od oko 16 posto u odnosu na 2014. godinu kada je iznosila 66 eura. U strukturi prosječnih dnevnih izdataka 49 posto se odnosi na uslugu smještaja, 17 posto na uslugu hrane i pića izvan usluge smještaja, a 34 posto na sve ostale usluge. Dok su izdaci za smještaj porasli za oko 7 posto, izdaci na sve ostale usluge porasli su 33 posto, odnosno povećana je važnost izvansmještajne potrošnje. Prema istraživanju turisti na kulturu prosječno troše 2,72 EUR dnevno odnosno 20,40 kn. Prosječni dnevni izdaci prema zemlji porijekla gostiju kreću se u rasponu od 61 eura koliko prosječno dnevno izdvajaju domaći gosti do 158 eura za goste iz SAD-a. Uz goste iz SAD-a, natprosječno troše i gosti iz Velike Britanije (139 eura), Španjolske (126 eura), Rusije (121 euro), skandinavskih zemalja (119 eura), Francuske (96 eura), Srbije (95 eura) i Austrije (91 euro). Na području Rijeke bilo je 82% stranih turista odnosno 18 % domaćih.

### **Korist od produženja boravka turista u Primorsko-goranskoj županiji**

Prema podacima Turističke zajednice Kvarnera zaključno s 31. prosincem 2017. godine na području Primorsko-goranske županije u 2017. godini bilo je 2,9 milijuna dolazaka gostiju, što je porast za osam posto u odnosu na 2016. godinu, i ostvarili su 18,5 milijuna noćenja, devet posto više u odnosu na godinu prije, odnosno 1,5 milijun noćenja više.

Prosječno trajanje boravka gostiju po subregijama Kvarnera je od 2,6 dana u Gorskom kotaru do 8,6 dana na Cresu, a u ostalima šest ili sedam dana. Povećanje broja noćenja izračunat će na način da će se trenutni prosjek zadržavanja turista na području županije podignuti za 0,5 dana s obzirom na povećanu i kvalitetniju turističku ponudu predmetnog područja, koje je uzeto kao konstantno za cijelo vrijeme trajanja projekta. Pri izračunu prosječne potrošnje višednevnih turista uzeo se podatak o prosječnoj potrošnji sukladno istraživanju Instituta za turizam iz 2017. godine u kojoj turisti, prema istraživanju, dnevno prosječno potroše 79 eura, odnosno 592,50 kn.

Navedeni iznos prosječne potrošnje uzet je u istoj vrijednosti za sve promatrane godine ovog projekta, ne računajući na njegovo povećanje sukladno dosadašnjem trendu. Kako je pretpostavka produljenje boravka turista za pola dana tj. dodatnih 296,25 kn potrošnje po turistu.



Konzervativnom metodom pretpostavljeno je da će 25% od ukupnog broja turista produžiti svoj boravak

	2018	2019	2020	2021	2022
Investicijski troškovi	35.690.682,00	24.378.310,00	0,00	0,00	0,00
Ostatak vrijednosti investicije	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukupni poslovni prihodi	0,00	0,00	2.864.799,00	2.907.770,99	2.951.387,55
Ukupni poslovni troškovi	0,00	0,00	3.635.220,00	3.689.748,30	3.745.094,52
Godišnja korist od povećanja posjete	0,00	0,00	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25
Produženje boravka turista	0,00	0,00	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60
Porast ugostiteljskih i trgovačkih usluga u blizoj d	0,00	0,00	1.400.000,00	1.401.400,00	1.402.801,40
Porast posjećenosti drugih turističkih atrakcija	0,00	0,00	1.120.000,00	1.121.120,00	1.122.241,12
Multiplikatorski utjecaj	769.406,39	182.493,48	0,00	0,00	0,00
<b>Neto ekonomski tok</b>	<b>-34.921.275,61</b>	<b>-24.195.816,52</b>	<b>8.192.244,85</b>	<b>8.183.208,54</b>	<b>8.174.001,40</b>
<b>Neto ekonomski tok kumulativno</b>	<b>-34.921.275,61</b>	<b>-59.117.092,12</b>	<b>-50.924.847,27</b>	<b>-42.741.638,74</b>	<b>-34.567.637,34</b>

2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7.182,00
2.995.658,36	3.040.593,24	3.086.202,14	3.132.495,17	3.179.482,60	3.227.174,84	3.275.582,46
3.801.270,94	3.858.290,01	3.916.164,36	3.974.906,82	4.034.530,42	4.095.048,38	4.156.474,11
5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25	5.267.436,25
1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60	1.175.229,60
1.404.204,20	1.405.608,41	1.407.014,01	1.408.421,03	1.409.829,45	1.411.239,28	1.412.650,52
1.123.363,36	1.124.486,72	1.125.611,21	1.126.736,82	1.127.863,56	1.128.991,42	1.130.120,41
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>8.164.620,83</b>	<b>8.155.064,21</b>	<b>8.145.328,86</b>	<b>8.135.412,05</b>	<b>8.125.311,03</b>	<b>8.115.023,01</b>	<b>8.111.727,13</b>
<b>-26.403.016,51</b>	<b>-18.247.952,30</b>	<b>-10.102.623,44</b>	<b>-1.967.211,40</b>	<b>6.158.099,64</b>	<b>14.273.122,64</b>	<b>22.384.849,78</b>

<b>Ekonomska interna stopa povrata (EIRR)</b>	<b>5,63%</b>
<b>Ekonomska neto sadašnja vrijednost (ENPV)-7%</b>	<b>22.358.710,32</b>
<b>Ekonomska neto sadašnja vrijednost (ENPV)-5%</b>	<b>28.041.341,99</b>

Zaključak:

**Ekonomska interna stopa povrata veća je od diskontne stope što nam govori da je ulaganje u rutu Putovima Frankopana sa stajališta ekonomske analiza opravdano i poželjno.**

Realizacijom projekta očekuju se značajne dodatne koristi kao njegova izravna posljedica. Ipak, navedene koristi nisu uključene u izračun ekonomske koristi jer se ne mogu precizno izračunati. Nadalje, neke su koristi, detaljnije opisane u daljnjem tekstu. Sljedeće navedene koristi nisu unesene u kalkulaciju kako bi se spriječilo udvostručavanje podataka.



Kulturno-turistička ruta Frankopani ostvaruje i učinke koji se zbog svoje specifičnosti ne mogu adekvatno kvantificirati, odnosno ne mogu se s potpunom sigurnošću financijski vrednovati:

- Revitalizacija kulturnih dobara i grupno uključivanje u kulturno- turističku ponudu
- Unaprjeđenje kvalitete lokalnog života
- Razvoj i doprinos uključenju inovativnih rješenja u kulturi i prezentiranju kulturne baštine
- Pokretanje malog poduzetništva te porast potrošnje
- Prepoznatljivost destinacije s ciljem stvaranja prepoznatljivog brenda s ciljem privlačenja turista
- Dodatna posjećenost destinacija u blizini i povezivanje u integrirane kulturne rute
- Edukacija domaćeg stanovništva i turističkih djelatnika o kulturnoj baštini
- Organizacija raznih manifestacije te suradnja s udrugama i civilnim društvom

Ključne dodatne koristi uključuju koristi stanovnika područja Primorsko- goranske županije koje proizlaze realizacijom projekta.

Revitalizacija kulturnih dobara i grupno uključivanje u kulturno- turističku ponudu utjecat će na prepoznatljivost županije. Ključne dodatne koristi uključuju koristi stanovnika koje proizlaze iz razvoja kulturne baštine koja ujedno otvara vrata jednom novom tržištu, turista koji će dolaziti u njihov kraj. Dolazak turista će potaknuti domaće stanovništvo u pokretanju malog poduzetništva, što mogu biti razne domaće radinosti, smještajni objekti, ugostiteljski objekti i razne druge usluge.

Koristi će imati i postojeći objekti na kulturnoj ruti, poput benzinske crpke, kioska, trgovina, ugostiteljskih objekata, suvenirnica itd. Porast broja ljudi koji posjećuju županiju vodi ujedno i do povećanja potrošnje. Ekonomski gledano, povećana potrošnja dovodi do poticanja i proizvodnje i trgovine i zapošljavanja kao i pozitivne efekte na povećanje prihoda proračuna - prihodi od dodatnih poreza na državnom, regionalnom i lokalnom nivou vlasti – direktni, temeljem poslovanja kulturne rute, i indirektno temeljem usluga smještaja, ugostiteljstva, prijevoznih usluga, trgovine, parkirališta, prihodi od poreza na dohodak radi novog zapošljavanja (direktni – zaposlenici kulturne rute i indirektni – novo zapošljavanje vezano uz učinke projekta).

Razvoj turizma utječe na diversifikaciju i stabilnost lokalne ekonomije – nova ponuda kulturnih sadržaja indirektno će utjecati na kreiranje novih radnih mjesta i poduzetničkih prilika, te na razvoj kvalitetnih sadržaja.

Dodatnu korist će imati i okolne općine i gradovi, budući da će posjetitelji vrlo vjerojatno obilaziti i okolne atrakcije i lokacije gdje se također može potaknuti domaće stanovništvo da vide interes, te krenu u malo poduzetništvo (te će se poticati povezivanje atrakcije u integrirane kulturne rute Opatija, otok Krk, vinodolski kraj itd.).



Projekt implicira utjecaj na obrazovanje dionika i stanovništva o kulturi i povijesti te edukacija turističkih djelatnika što bi dugoročno doprinijelo da je stanovnici Primorsko-goranske županije upoznaju kulturu i povijest svoga kraja.

Projekt će rezultirati kulturološkim napretkom te tehnološkim i inovativnim napretkom kroz multimedijску prezentaciju. Dolazak turista koji će htjeti pogledati i doživjeti kulturu kraja stvorit će spillover učinak na lokalne i regionalne tvrtke i institucije koji će surađivati sa kulturnom rutom. Postoji mogućnosti da će tvrtke biti partneri, a organizirat će se i seminari o gospodarskom razvoju i konkurentnosti lokacije. Sve će navedene činjenice pozitivno utjecati na dionike i lokalno gospodarstvo. Implementacija ovog projekta doprinijet će izgradnji ugleda Hrvatske kao države koja ulaže i njeguje svoju kulturu.

Objekti te popratni prostori bit će u dugoročnom razdoblju pogodni za organizaciju raznih manifestacija i događaja (koncerti, izložbe, radionice i sl.). Kulturne i turističke udruge s lokalnog i šireg područja na ovaj će način na raspolaganju imati dodatne specijalizirane kapacitete za provođenje svojih aktivnosti, čime će se ostvarivati dodatne interakcije između uključenih strana te ostvarivati novi oblici suradnje. Udruge će također u okviru projekta biti uključene u edukativne aktivnosti kao važni akteri u osmišljavanju i unaprjeđenju kulturne i turističke ponude područja, čime će se postići poboljšano zajedničko djelovanje i suradnja između udruuga sa lokalne, šire regionalne ali i EU razine čime će se dodatno postići bolje umrežavanje između domaćih i stranih udruuga i tako katalizirati njihova suradnja zajedno s poboljšanom razmjenom iskustava, ideja i dobre prakse.

Svakako i najvažniji društveni učinak ovog projekta odnosi na povećanje kvalitete života ljudi u obuhvatnom području.

## ANALIZA RIZIKA

Analiza rizika koristi se kako bi odredili vjerojatnost i varijabilnost projekta koji pruža željeni povrat na investiciju. Osnovna svrha upravljanja rizicima je poboljšanje performansi organizacije putem sustavne identifikacije, procjene, upravljanja i kontrole projekata i sustavnih rizika i rizičnih događaja i situacija koje mogu imati negativne efekte za ostvarenje ciljeva organizacije.

Cilj upravljanja rizicima je svesti rizike organizacije na prihvatljivu razinu, provodeći mjere kako bi ublažili vjerojatnost pojave rizika, utjecaja realizacije rizika ili oboje u isto vrijeme. Za navedeno je ključno shvatiti da su rizici prirodni dio svakodnevnih aktivnosti te ih se ne može izbjeći, ali se može njima upravljati. Rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili ekonomsku održivost provedenih projekata. Ovo poglavlje uključuje analizu rizika i pokazuje u kojoj mjeri su rezultati obavljenih analiza osjetljivi na neočekivane promjene ulaznih podataka (kapitalni troškovi, operativni prihodi, operativni troškovi, diskontna stopa).

Varijable koje su analizirane u okviru Analize osjetljivosti su:

- Varijable outputa;
- Ljudski resursi;
- Varijable vremena i izvedbe;
- Financijske varijable;
- Ekonomske varijable

*Varijable outputa:* kao ključni output projekta utvrdili smo uspostavu kulturno-turističke rute. Značajne varijacije u ostvarenju navedenih outputa imale bi značajan utjecaj na uspješnost projekta (ostvarenje planiranih indikatora uspješnosti projekta). Navedene moguće varijacije varijabli outputa i utjecaj istih analizirani će se i kvantificirati u okviru analize financijskih i ekonomskih varijabli.

*Ljudski resursi:* ljudski resursi predstavljaju ključni faktor uspješnosti upravljanja. Kvaliteta osoblja i njihova motiviranost pretpostavka su uspješnog sustava. Povećanje broja osoblja ima značajan utjecaj na uspješnost projekta, te ostvarenje planiranih indikatora uspješnosti projekta.

*Varijabla vremena:* Planirani operativni period iznosi 15 godina. *Značajne varijacije varijable vremena i izvedbe,* odnosno značajno produženje rokova izvedbe radova, te neodgovarajuća kvaliteta radova mogu imati značajan utjecaj na uspješnost projekta. Navedene moguće varijacije vezane uz varijable vremena i izvedbe analizirani će se i kvantificirati u okviru analize financijskih i ekonomskih varijabli.

*Financijske varijable:* rezultati financijske i ekonomske analize uglavnom predstavljaju vrijednosti koje definiraju financijsku i ekonomsku održivost projekta. Međutim, standardna analiza ne uzima u obzir neke neočekivane promjene koje bi mogle imati značajan utjecaj na stvarnu financijsku ili ekonomsku održivost provedenih projekata. Ovo poglavlje uključuje prikaz rezultata analize tj. u kojoj mjeri su rezultati obavljenih analiza osjetljivi na neočekivane promjene ulaznih podataka (kapitalni troškovi, operativni prihodi, operativni troškovi, ekonomske koristi i troškovi).

### Kvalitativna analiza rizika

Proces procjene rizika u okviru ovog projekta uključuje prepoznavanje i ocjenu pitanja ili događaja koji utječu na realizaciju projektnih aktivnosti i utjecaj na ostvarivanju zadanih ciljeva. Preliminarna procjena rizika u okviru ove studije temelji se na dva pokazatelja:

Vjerojatnost događaja određenog rizika - utjecaj rizika, tj. učinak ili posljedice koje proizlaze iz materijalizacije određenog rizika.

Pružajući vlastitu procjenu vjerojatnosti i utjecaja identificiranog rizika predložili smo mjere koje je potrebno poduzeti kako bi se smanjila vjerojatnost rizičnog događaja, odnosno kako bi se smanjile posljedice rizičnog događaja kao i plan aktivnosti koje ćemo poduzeti ukoliko se rizičan događaj ipak dogodi.

### Procjena utjecaja rizika

Uticaj rizika definira se kao percepcija organizacijske osjetljivosti na posljedice rizičnog događaja. Kako bi se procijenio utjecaj rizika procijenjeni su mogući gubici u slučaju ostvarenja rizičnog događaja.

### Procjena vjerojatnosti rizika

Procjena vjerojatnosti rizika predstavlja procjenu šansi da će se određeni rizik pojaviti u promatranom organizacijskom procesu. U praktičnom smislu, proces identifikacije rizika i procjena rizika (na temelju procjene utjecaja na rizik i procjene vjerojatnosti rizika) odražava ukupni rizik rezultata događaja. U okviru ove analize posebna pažnja je posvećena samo rizicima koji svojim utjecajem ili vjerojatnošću događanja imaju mali i srednje do visoki utjecaj na projekt dok rizici koji imaju neznatan utjecaj na projekt nisu dodatno razmatrani.

Probabilitet (P) pojave se dodjeljuje svakom događaju zasebno, prema slijedećoj klasifikaciji:

- A. Jako malo vjerojatno (0-10% vjerojatnost)
- B. Nije vjerojatno (10-33 % vjerojatnost)
- C. Srednja vjerojatnost (33-66 % vjerojatnost)
- D. Vjerojatno (66-90 % vjerojatnost)
- E. Vrlo vjerojatno (90-100 % vjerojatnost)

Učinak/ vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjeren učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>A</b> jako malo vjerojatno (0-10%)	nizak	nizak	nizak	nizak	umjeren
<b>B</b> nije vjerojatno (10- 33%)	nizak	nizak	umjeren	umjeren	visok

Učinak/ vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjeren učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>C</b> Srednja vjerojatnost (33-66%)	nizak	umjeren	umjeren	visok	visok
<b>D</b> vjerojatno (66-90%)	nizak	umjeren	visok	vrlo visok	vrlo visok
<b>E</b> vrlo vjerojatno (90- 100%)	umjeren	visok	vrlo visok	vrlo visok	vrlo visok

Svakoj se pojavi dodjeljuje i Jačina (S) ugroze bazirana prvenstveno na troškovima, ali i društvenom blagostanju stupnjevana od I (bez učinka) do V (katastrofalno):

Opseg učinka	Definicija opsega učinka
I – bez učinka	Nema značajnog utjecaja, čak i ako se ne poduzimaju nikakve posebne mjere.
II – minimalni učinak	Male društveno-ekonomske štete koje imaju minimalni utjecaj na dugoročne učinke projekta. Potrebne su korektivne mjere.
III – umjeren učinak	Umjerene društveno-ekonomske štete, uglavnom problemi financijske prirode, srednjoročno ili dugoročno. Mjere poboljšanja mogu ispraviti problem.
IV – kritični učinak	Značajne društveno-ekonomske štete; pojava rizika uzrokuje štetu na glavnoj svrsi projekta. Čak i ozbiljne mjere poboljšanja mogu biti nedovoljne kako bi se izbjegle štete.
V - katastrofalan učinak	Neuspjeh projekta koji može ozbiljno ili u potpunosti oštetiti glavnu svrhu projekta. Glavni učinci projekta ne pokazuju se srednjoročno ili dugoročno.

RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
1	Nekvalitetno upravljenje kulturnom baštinom	Nije primjenjivo	Upravitelj nije kvalificiran za obnašanje svoje uloge	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	B	II	<b>Niska</b>	<p>Odabir iskusnog i stručnog osoblja</p> <p>Kontinuirano stručno usavršavanje članova projektnog tima.</p>	<b>Nizak</b>
2	Sporost birokracije	Nije primjenjivo	Administracija nije učinkovita – odobrenje raznih dozvola, suglasnoti, potvrda	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	B	II	<b>Niska</b>	<p>Utjecaj prijavitelja i partnera na ubrzanje rješavanja administrativnih problema</p> <p>Predvidjeti rokove potrebne za razne dozvole i suglasnoti</p> <p>Dobro poznavanje pravnih i</p>	<b>Nizak</b>

RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
										građevinskih zahtjeva	
3	Nemogućnost financiranja operativnih troškova	Nije primjenjivo	<p>Neadekvatno određena upravljačka struktura (prijavitelj i partneri ne obnašaju dobre svoje uloge)</p> <p>Loše planirani operativni prihodi i rashodi</p> <p>Neuspjeh prodaje i brendiranja aktivnosti proizašlih iz projekta na tržištu</p>	Povećanje troškova	Srednji	Nije primjenjivo	C	III	<b>Umjeren</b>	<p>Optimalno i stručno upravljanje aktivnostima i operativnim izdacima kako se ne bi ugrozio neto novčani tijek</p> <p>Posvetiti veliku pažnju kvalificiranim djelatnicima koji će upravljati troškovima i planirati prihode</p>	<b>Nizak</b>



RED. BR.	Nepovoljni događaj	Varijable	Uzroci	Učinak	Tajming	Učinak na novčane tokove	Probabilitet (P)	Jačina (J)	Razina rizika	Prevenција i/ili mjere ublažavanja	Preostali rizik
4	Neuspjeh tržišne realizacije – kulturno-turistička ruta Frankopani	Nije primjenjivo	Neadekvatna marketinška strategija Nedovoljno ulaganje u prepoznatljivost i vidljivost destinacije, Edukacija zaposlenika i turističkih djelatnika Nedovoljno ulaganje u promidžbu destinacije	Nije osigurana post projektna održivost	Srednji	Nije primjenjivo	C	III	<b>Umjeren</b>	Adekvatno izrađena marketinška strategija Ulaganje u prepoznatljivost i vidljivost destinacije Edukacija zaposlenika i sustavno ulaganje u turističke djelatnike Sustavno godišnje ulaganje u promidžbu destinacije	<b>Nizak</b>

R. br.	Rizik	Probabilite t	I	II	III	IV	V
1	Nekvalitetno upravljanje kulturnom baštinom	B		Niska			
2	Sporost birokracije	B		Niska			
3	Nemogućnost financiranja operativnih troškova	C			Umjerena		
4	Neuspjeh tržišne realizacije destinacije – kulturno- turističko ruta Frankopani	C			Umjerena		

Razina rizika	Boja
Niska	
Umjerena	
Visoka	
Neprihvatljivo	

## Upravljanje i smanjenje rizika

Ovisno o značaju rizika, tolerancije menadžmenta na rizik i stav prema rizicima, razmatrano je nekoliko mogućih strategija za ublažavanje rizika kao odgovor na rizike:

Učinak/vjerojatnost rizika	I bez učinka	II minimalni učinak	III umjereni učinak	IV kritični učinak	V katastrofalan učinak
<b>A</b> jako malo vjerojatno (0-10%)	ništa	ublažavanje	ublažavanje	ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>B</b> nije vjerojatno (10-33%)	prevencija	prevencija ili ublažavanje	prevencija ili ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>C</b> srednja vjerojatnost (33-66%)	prevencija	prevencija ili ublažavanje	prevencija ili ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>D</b> vjerojatno (66-90%)	prevencija	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje
<b>E</b> vrlo vjerojatno (90-100%)	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje	prevencija i ublažavanje

## **Konsolidacija rizika i određivanje prihvatljive razine rizika**

Kao što je već objašnjeno, u upravljanju rizicima u obzir su uzeti i unutarnji čimbenici organizacije kao i vanjski čimbenici. U fazi konsolidacije rizika utvrđena je prihvatljiva razina rizika slijedeći popis odgovora na rizike, završnih rokova za aktivnosti ublažavanja i identificiranja odgovornih osoba. Općenito, rizik s malim utjecajem te male vjerojatnosti pojave nije detaljnije razmatran, dok rizici s visokim učinkom i visokom vjerojatnošću zahtijevaju prioritet i jasan plan djelovanja.

## **Odgovor na rizike**

Provedba odgovora na rizike znači usvajanje odgovarajućih mjera s ciljem ublažavanja vjerojatnosti i utjecaja rizičnog događaja u smjeru nula (0). Preporučuje se u okviru izrade Plana upravljanja izraditi i Plan upravljanja rizicima koji treba uključivati sljedeće:

- Detaljan opis razmatranih rizika
- Detaljan opis postupaka / mjera koje će se poduzeti
- Osobe zadužene za provođenje aktivnosti / mjera
- Rokove za svaku fazu projekta i krajnji datum realizacije
- Resursi potrebni za provedbu plana
- Opis kako će se pratiti provedba plana

## Prevenција rizika

Vrlo je često da nositelji projekta i procjenitelji troškova (projektanti) budu pretjerano optimistični, te je rezultat toga često prekoračenje troškova i/ili smanjeni prihodi. Neodgovarajuće planiranje i upravljanje projektom, nestandardne tehnologije, promjene u opsegu i ambicijama projekta, te neplanirana događanja često dovode u pitanje uspješnost projekta. Kako bi smanjili tendenciju „pretjeranog optimizma“ detaljno su analizirani i procijenjeni troškovi, koristi, trajanje projekta, te su uspoređeni sa sličnim projektima u zemlji, uz prilagodbe vezane uz specifičnosti predmetnog projekta.

## 8. Zaključak

**Plan održivosti** kulturno – turističke rute Putovima Frankopana i posjetiteljskih centara analizira cjelokupnu postojeću situaciju, razvojne resurse, i infrastrukturu na lokacijama iznoseći pritom kritička razmišljanja i prijedloge koji mogu potaknuti rast i razvoj turizma i poduzetništva na prostoru mikrolokacije, ali i cijele županije, a sve u skladu s razvojnim programima europskih fondova

Da bi osiguralo zadovoljstvo posjetitelja te posljedično održivost rute potrebno je razviti različite sadržaje:

- ✓ kulturni sadržaji
- ✓ strukturalni sadržaji
- ✓ uslužni i pridruženi sadržaji

Ključni korak u strateškom procesu odlučivanja institucije koja će upravljati kulturno-turističkom rutom „Putovima Frankopana“ je definiranje kratkoročnog, srednjoročnog i dugoročnog cilja te upravljačke vizije. Razvoj cilja temeljen je na potrebama i prepoznatim problemima upravljanja kulturno-povijesnom baštinom te je usklađen s prioritetima lokalnih, nacionalnih i regionalnih politika.

**Kratkoročni cilj** je otvoriti put manje poznatoj baštini Primorja te raditi na intenzivnoj vidljivosti kulturne rute s ciljem privlačenja posjetitelja. Jedna od prvih koraka za realizaciju navedenog je podizanje znanja i svijesti turističkih djelatnika. Očekuje se kontinuirana komunikacija svih članica rute gdje svaka članica rute čini jedinstveni kompatibilni dio cjeline i promovira cijelu rutu.

**Kratkoročna vizija** „Putovima Frankopana“ – kulturna, povijesna i prirodna baština nova atrakcija i inovativni turistički proizvod.

**Srednjoročni cilj** je stalna inovacija proizvoda rute – kontinuirano osmišljavanje događaja na ruti od događaja temeljenih na povijesnim sadržajima, sportsko-rekreativnih događaja, gastro ponude, prirodne baštine i slično. Uvrstiti prepoznatljivu gastronomsku ponudu Kvarnera i Gorskog kotara kroz suradnju s lokalnim ugostiteljima i obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima.

**Srednjoročna vizija** „Putovima Frankopana“ – prepoznata od strane posjetitelja te obogaćuje turističku ponude županije i generira razvitak Primorsko-goranske županije.

**Dugoročni cilj** je kulturno-turističku rutu „Putovima Frankopana“ kroz kontinuiranu marketinšku promidžbu na domaćem i svjetskom turističkom tržištu učiniti prepoznatljivim i inspirativnim turističkim proizvodom. Kako bi se to osiguralo tražiti će se i partnerstva s javnim i privatnim organizacijama koje djeluju na području turizma. Ruta je samoodrživa te funkcionira bez financijske pomoći Primorsko – goranske županije

**Dugoročna vizija** „Putovima Frankopana“ - osigurana prepoznatljivost na domaćem i inozemnom turističkom tržištu koja privlači nove posjetitelje te osim samih atrakcija rute prodaje paket turističkih usluga koje Primorsko- goranska županija nudi te turizam „seli“ u do sad manje poznata i atraktivna mjesta županije

#### **Preporuke za osiguranje financijske održivosti rute:**

- Jasno razrađen akcijski marketinški plan s ciljem privlačenje većeg broja posjetitelja
- Suradnja s Turističkim zajednicama i Udrugama, za interpreatore kulturnih ruta koristiti već postojeći turistički kadar te planirati manji broj novih zapošljavanja
- Ugovor o suradnji s JLS na području rute kojom se obvezuju financijski pripomoći funkcioniranju rute
- Suradnja sa školama na područje županije te organizacija terenske nastave povijesti za učenike viših razreda
- Ulaganje u nove sadržaje te povezivanje sa ostalim oblicima turizma (cikloturizam, zdravstveni turizam, gastro turizam...)
- Suradnja s turističkim agencijama te formiranje paketa usluga
- Povezivanje s Udrugom povijesnih gradova te rad na vidljivosti destinacije kao regije kulture (mogućnost organiziranja edukacija na temu kulturalnog turizma)
- Uključivanje u međunarodnu mrežu volontera (volonteri mogu sudjelovati u edukacijama, interpretaciji, uređenju staza)
- Proširenje ponude usluga (najam dvorana, organizacija događanja)
- Prilagoditi sadržaj rute i mlađoj djeci (proširiti ponudu i na vrtičke izlete)
- Prijava novih projekata na fondove EU

Ocjenjivanje uspješnosti provedbe ocjenjivat se na kraju svake godine, a prioriteti i pokazatelji trebali bi se kontinuirano nadopunjavati i prilagođavati tržišnim trendovima. Definirani su kratkoročni, srednjoročni i dugoročni ciljevi te bi većina pokazatelja trebala biti ostvarena već u srednjoročnom razdoblju (sljedećih 5 godina) ako kulturno- turistička ruta Putovima Frankopana ima ambicije da bude samoodrživa i prepoznata izvan granica Hrvatske.

## 9. Literatura

- CBA – ANALIZA TROŠKOVA I KORISTI Praktični priručnik za izradu CBA s uključenim primjerima dobre prakse u području poslovne, turističke i IRI infrastrukture, Korunić Kristijan (2017)
- Institut za turizam (2018): Hrvatski turizam u brojkama 2017,, TOMAS kulturni turizam, Zagreb
- Europska Komisija. (2004) Guide to Cost-Benefit Analysis of Investment Projects: Economic appraisal tool for cohesion policy 2014-2020, Brussels, 2014
- Primorsko-goranska županija (2015): Razvojna strategija Primorsko-goranske županije 2016-2020 godine, Rijeka, 2015
- Studija izvodljivosti i analiza troškova i koristi - "KULTURNO -TURISTIČKA RUTA PUTOVIMA FRANKOPANA, Medicom d.o.o., 2015
- Turistička zajednica Kvarnera (2018): Turistička statistika za 2017., Rijeka, 2018
- Vlada Republike Hrvatske (2014): Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, web stranica: [www.vlada.hr](http://www.vlada.hr)
- Vlada Republike Hrvatske (2003): Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma, web stranica: [www.vlada.hr](http://www.vlada.hr)
- Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske Županije, prof. dr. sc. Dora Smolčić Jurdana (2015): Razvoj turizma u Primorsko-goranskoj županiji, Rijeka, 2015
- Podaci Turističke zajednice općine Vrsar
- <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>
- <http://www.visitcyprus.com/index.php/en/discovercyprus/culture-religion/cultural-routes/item/288-aphrodite-cultural-route>
- <http://www.diazoma.gr/en/cultural-routes/iperiou-route-en/>
- <http://danubecc.org/dcc-projects/the-roman-emperors-and-danube-wine-route>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Via\\_Claudia\\_Augusta](https://en.wikipedia.org/wiki/Via_Claudia_Augusta)
- <http://www.tourisme-hautevienne.co.uk/node/112>
- <http://www.poslovnih.hr>