



Hotel, Tourism and Leisure
Member Crowe Horwath International

Horwath i Horwath Consulting Zagreb d.o.o.
Petra Hektorovića 2, Grand Centar
10000 Zagreb
Hrvatska
tel. +385 (0)1 48 77 200
fax. +385 (0)1 48 77 205
www.horwath.hr

21. prosinca 2009.

Strateški okvir razvoja turizma Općine Viškovo

Finalna verzija

NARUČITELJ:

Općina Viškovo
Vozišće 3
51216 Viškovo

© 2010. sva prava pridržava HORWATH CONSULTING ZAGREB

Sva prava pridržana; niti jedan dio ovog izdanja ne može biti ponovo izdan, pohranjen u sustav za pretraživanje ili prenesen bilo kojim sredstvom: elektronskim, mehaničkim, preslikom, snimanjem ili kakvim drugim načinom bez prethodnog pismenog odobrenja Horwath Consultinga Zagreb ili bez dozvole za ograničeno umnožavanje. Ovo izdanje se ne može posuditi, ponovo prodati, iznajmiti niti se njime može trgovati na bilo koji način u bilo kakvom uzevu osim u onom u kojem je originalno izdano, bez prethodnog pismenog pristanka Horwath Consultinga Zagreb.

Sadržaj

1. POLAZNE OSNOVE.....	1
1.1. ZADACI	1
1.2. PROCEDURE	1
2. SITUACIJSKA ANALIZA.....	2
2.1. OPĆI PODACI.....	2
2.2. TURIZAM.....	4
2.3. EVALUACIJA RESURSA I ATRAKCIJA.....	7
2.4. RANG ASPIRACIJA ATRAKCIJA.....	10
2.5. ZAKLJUČCI SITUACIJSKE ANALIZE	14
3. STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA	15
3.1. PRILIKE I OGRANIČENJA	15
3.2. UPORIŠTA RAZVOJA.....	15
3.3. VIZIJA TURISTIČKOG RAZVOJA PODRUČJA	17
3.4. TRŽIŠNO POZICIONIRANJE	18
3.5. KLJUČNI PROJEKTI.....	19
3.6. PROFIL GOSTIJU	31
3.7. GEO TRŽIŠTA.....	32
3.8. NOSITELJI RAZVOJA	33
4. AKCIJSKI PLAN.....	35
5. IZVORI INFORMACIJA	38
6. APPENDIX.....	39

1. POLAZNE OSNOVE

1.1. Zadaci

Općina Viškovo je, u suradnji s Turističkom zajednicom Općine Viškovo, pozvala Horwath HTL da izradi Strateški okvir razvoja turizma Općine Viškovo sa prijedlogom ključnih razvojnih projekata.

Ugovorom koji je zaključen 30. ožujka 2009.g. specificirani su sljedeći segmenti projekta Strateški okvir razvoja turizma Općine Viškovo:

- **Segment 1:** Analiza situacije
- **Segment 2:** Definiranje atrakcija
- **Segment 3:** Strateški okvir

1.2. Procedure

Horwath HTL je izradio ovu studiju prema standardima međunarodnog consulting biznisa u pripremi studija ove vrste i prema procedurama projekta, kako slijedi:

- Analiza prostora, sprovedena obilaskom terena i snimanjem predmetne lokacije u nekoliko navrata od ožujka do srpnja 2009.g.;
- Analiza glavnih faktora iz okruženja (Općina Viškovo, susjedne općine, Županija, regija) koji su relevantni za projekt (opće informacije, dostupnost);
- Analiza i ocjena turističke ponude (smještaj, infrastruktura) i potražnje (dolasci, noćenja), temeljem podataka dobivenim od Naručitelja;
- Razgovori s glavnim nositeljima razvoja Općine kao i pojedinaца koji su već uključeni ili su izrazili interes za uključivanjem u turističke projekte;
- Interaktivna radionica na kojoj je bio prisutan Naručitelj i svi glavni i potencijalni nositelji razvoja Općine.

2. SITUACIJSKA ANALIZA

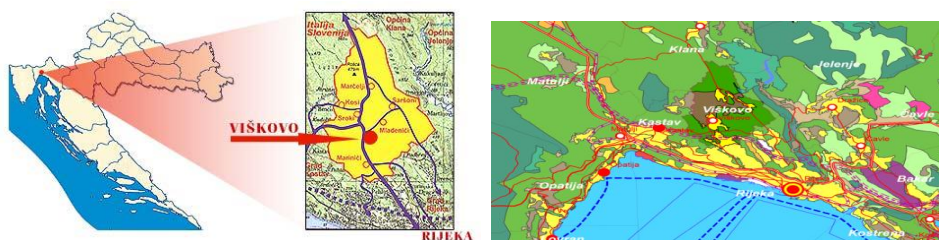
2.1. Opći podaci

Općina Viškovo smještena je sjeverozapadno od Rijeke i predstavlja tranzitno područje za poslovni segment putovanja. Blizina većih centara kao što su Rijeka, Opatija te Istra i Slovenija omogućava vremenski brzu dostupnost i aktivan razvoj gospodarske industrije.

Sa državnim cestama Općina Viškovo je spojena preko glavnog čvora Škurinje te preko novoootvorenog čvora Rujevica koji olakšava tranzit i pristup samoj Općini.

Kroz Općinu prolazi ukupno 5 županijskih i 4 lokalnih cesta. Obzirom na gustoću prometa, ceste nisu dostatne za postojeću razinu tranzita što usporava promet vozila i ograničava dostupnost Općini.

Na području Općine nema većih parkinga predviđenih za veće grupe autobusa. Jedini autobusi koji voze na područje Općine Viškovo su lokalni autobusi prigradskih linija.



Općina Viškovo površine je 19 km² i, prema neslužbenoj procjeni, broji ukupno 14.000 stanovnika (službeno na području Općine Viškovo živi 8.907 stanovnika).

Općina je vrlo gusto naseljena (469 stan./ km²) čime zauzima treće mjesto po naseljenosti u Primorsko-goranskoj županiji (iza Rijeke - 3.274 stan./km² i Kastva - 808 stan./km²).

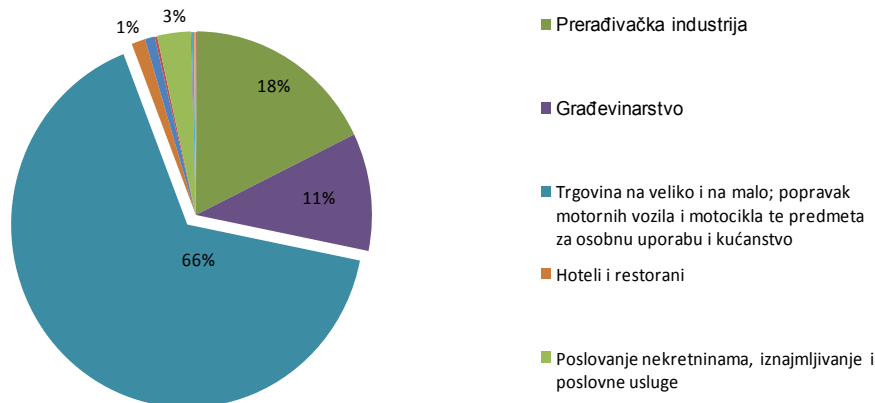
Osnovna naselja Općine Viškovo su:

- Kosi
- Marčelji
- Marinići
- Mladenići
- Saršoni
- Sroki
- Viškovo



Općina Viškovo je već duži niz godina prepoznata kao jaka poduzetnička zona u kojoj tvrtke otvaraju svoje urede, zastupništva i predstavništva. Općina broji 327 registriranih poduzetnika, a zajedno su ostvarili ukupni prihod od 1,1 milijardu kuna (2007.g.).

Struktura djelatnosti Općine:

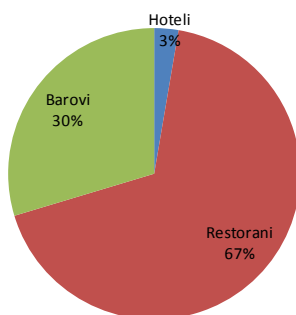


Izvor: Općina Viškovo "Poslovanje poduzetnika u 2007.g"

Najveći dio prihoda ostvaruju djelatnosti iz trgovine na veliko i malo (66%), a slijede ih prerađivačka industrija (18%) i građevinarstvo (11%) dok su ostale djelatnosti zastupljene u neznčajnom postotku.

Hoteli i restorani sudjeluju sa samo 1% ukupnih prihoda Općine (13,9 milijuna kuna) u čijoj strukturi najveći dio pripada poslovanju restorana (67%).

Struktura rasporeda prihoda unutar djelatnosti hotela i restorana:



Izvor: Općina Viškovo "Poslovanje poduzetnika u 2007.g"

Na području Općine registrirano je 21 pravnih osoba koje se bave hotelijerstvom ili ugostiteljstvom, a unutar kojih je zaposleno 68 privatnih osoba, većina zaposlenih u ugostiteljstvu.

Promatrajući strukturalno, Općina Viškovo pripada unutrašnjem, više ruralnom području PGŽ-a, ali, zbog svoje izgrađenosti i orijentiranosti na poduzetništvo, nalikuje na urbanu zonu koja funkcionira kao produžena ruka grada Rijeke. Stoga se Općina Viškovo ne može promatrati kao seosko, već više kao gradsko odnosno prigradsko područje sa svojim glavnim karakteristikama.

2.2. Turizam

Turizam nije bio dosad glavna preokupacija vlasti pa tako ni stanovnika Općine Viškovo. Nedostatak razvojne strategije turizma doveo je do stihijskog razvoja pojedinačnih proizvoda i usluga, potenciranog individualnim inicijativama poduzetnika što je rezultiralo nejasnom tržišnom pozicijom Općine Viškovo.

Kao poduzetnička zona, Općina Viškovo primarno privlači poslovne goste koji su, u svom jednodnevnom ili dvodnevnom boravku, uglavnom usmjereni na gastronomsku ponudu i djelomično ponudu smještaja.

2.2.1. Turistička ponuda

U analizi turističke ponude Općine Viškovo potrebno je sagledati karakteristike postojećih smještajnih kapaciteta, turističke infrastrukture i gastronomske ponude.

A. Smještajni kapaciteti:

- **Pansion Šmrika**



Pansion Šmrika jedini je objekt na području Općine. Ima 7 dvokrevetnih i 2 jednokrevetne sobe sa uslugama polupansiona i punog pansiona. Pansion Šmrika nudi mogućnost poslovnih okupljanja i u svojoj ponudi nudi multifunkcionalnu dvoranu kapaciteta za 50 osoba u kojoj se organiziraju poslovne prezentacije, sastanci, konferencije, protokolarni susreti i prijemi. Pansion Šmrika ima stalni postav zavičajne etno zbirke što objektu daje dodanu vrijednost, a velika prednost ovog pansiona je višegodišnje poslovanje i poduzetnička tradicija domaće obitelji Host.

- **Iznajmljivač, gđa Barbara Lović**

U okviru privatne kuće u Marčeljima, iznajmljuju se dvije dvokrevetne sobe u kategoriji od tri zvjezdice s ponudom usluge noćenja s doručkom i polupansionom. U svojoj ponudi, gđa Lović nudi i uslugu korištenja jacuzzi-a.

B. Turistička infrastruktura

- **Sportski objekti - sportski park Ronjgi, sportski centar Halubjan i novo planirani centar**

Općina Viškovo je već uložila u razvoj sportskih objekata primarno radi priprema sportaša na Mediteranskim igrama, ali i sa ciljem proširenja sportske ponude lokalnom stanovništvu.

Novo uređen prostor na području Ronjga (Sportski centar Ronjgi) prostire se na 6.000 m², a uključuje teniski teren, dva nogometna terena i multifunkcionalno igralište namijenjeno sportskim i zabavnim aktivnostima.

Uz postojeći (Halubjan) i novo planirani sportski centar postavlja se pitanje iskoristivosti i isplativosti namjene ovih centara.

- **Spomen dom Ivan Matetić Ronjgov**

Svojevrsan muzej Ivanu Matetiću Ronjgovu nudi više vrsta kulturnih programa i događanja iz područja glazbeno-scenske, muzejske, izložbeno-galerijske, izdavačke, bibliotekarske, zaštite baštine, manifestacijske i naučno-znanstvene djelatnosti. Spomen dom ima stalno otvorenu izložbu stvaralaštva Ivana Matetića Ronjgova, te posebnu prostoriju namijenjenu za predavanja, priredbe i slična događanja kapaciteta do maksimalno 50 ljudi.

- **Šetnica Plešivac/biciklistička staza**

Novo-uređena šetnica dužine je 8.600 m i obuhvaća pet glavnih točaka posjeta (Boćalište Marčelji, Spomen dom Ivana Matetića Ronjgova, Kalići/pojilišta, Skod Jeberinove ruševne kuće i ostaci Tonjakove kuće). Kao dodatak šetnici nalazi se još nedovršena biciklistička staza (6.500m) koja se sa samom šetnicom spaja od Ronjgi te trim staza koja prati tu istu šetnicu. Ova je šetnica pogodna za izlete iz susjednih općina te ju je potrebno promatrati kao izletišta u prirodu.

C. Gastronomska ponuda

Objekata gastronomske ponude koji nude domaću, tradicionalnu hranu nema mnogo dok se većina restorana oslanja na brzu hranu čija se ponuda ne razlikuje od one u ostalim dijelovima Hrvatske (pizza, čevapčići, pašta).

Restorani koji se ističu svojom ponudom su restoran Ronjgi, pension Šmrika, Maretina konoba i Nono Frane.

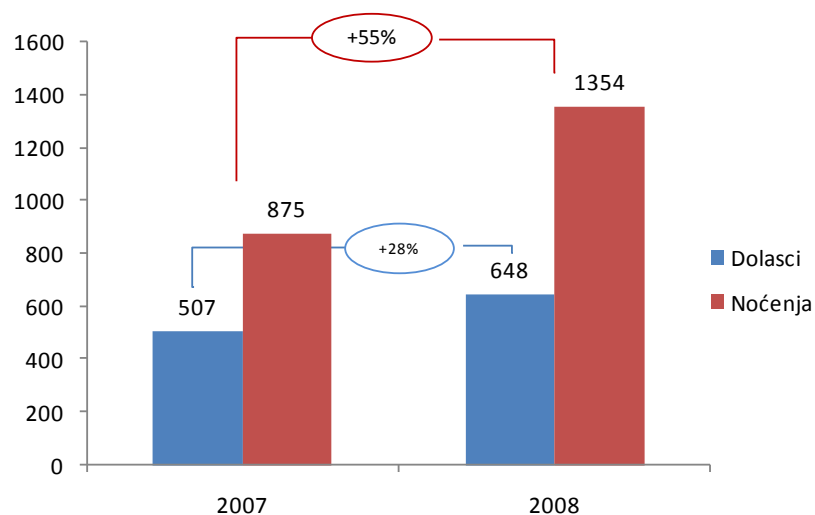
Restoran Ronjgi, u sklopu istog objekta Spomen doma Ronjgi kao i same ustanove Ivan Matetić Ronjgov, tradicionalno je prepoznat po svojim domaćim jelima, kvalitetnom kuhinjom i tematskim danima gastronomije. Posjetitelji ovog restorana gurmani su domaćih jela i često, sa obiteljima, dolaze vikendima u ovaj restoran. Restoran se koristi za proslave krizme, pričesti i drugih svečanosti koje okupljaju širu obitelj na zajednički ručak ili večeru, ali je također glavno odredište poslovnih večera i poslovnih okupljanja.

Maretina konoba prepoznata je po svojim morskim specijalitetima i već dugi niz godina nosi tradiciju kvalitetne lokalne kuhinje traženu od strane domaćih i stranih gostiju.

Pansion Šmrika kao i restoran Nono Frane svojom su ponudom usmjereni na poslovne ljude koji borave radnim danima na području Općine Viškovo.

2.2.2. Turistička potražnja

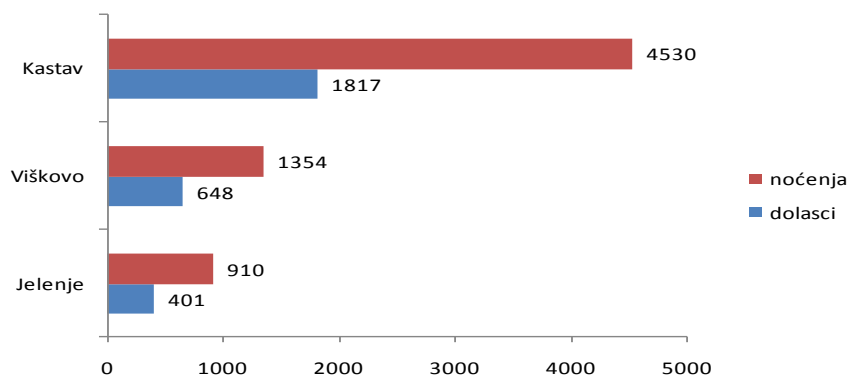
Većina dolazaka i noćenja na ovo područje motivirano je poslovnim razlozima. Stoga se i statistike o noćenjima odnose isključivo na pension Šmriku gdje su dosadašnji poslovni ljudi imali priliku prespavati.



Obzirom na ograničeni smještajni kapacitet (9 soba), zabilježen je i malen broj noćenja. U 2008.g bilo je ukupno 1.354 noćenja što je 55% više u odnosu na prethodnu godinu. To povećanje, iako veliko u postocima, zapravo je malo u odnosu na apsolutan broj noćenja.

Registriranih dolazaka turista je vrlo malo, ali se u obzir treba uzeti dugogodišnji nedostatak praćenja dnevnih posjetitelja prilikom raznih manifestacija na području Općine.

Usporedba sa susjednim općinama riječkog prstena ukazuje na značajan iskorak općine Kastav u odnosu na općinu Viškovo što pokazuje sljedeći graf:



Izvor: DZS (2008)¹

Općina Kastav bilježi tri puta veći broj noćenja i dolazaka nego Općina Viškovo. Općina Kastav je dobar primjer kako se jasnom vizijom i strategijom razvoja može postići razvoj turizma i privući veći broj posjetitelja.

Međutim, u analizi statističkih podataka o dolascima i noćenjima, bitno je napomenuti da pension Šmrika postoji tek od 2006.g. dok su smještajni kapaciteti Kastva u ponudi već nekoliko godina.

Za općinu Klana nisu dostupni statistički podaci o turističkim dolascima i noćenjima.

¹ Napomena: Rijeka (2008) - dolasci: 66.299; noćenja: 117.103

2.3. Evaluacija resursa i atrakcija

Evaluacija resursa i atrakcija vrši se u cilju definiranja mogućih segmenata za razvoj turizma, a koristeći postojeće resurse i atrakcije na predmetnom području.

Pri evaluaciji resursa, analiziraju se 2 osnovna elementa:

Prirodni resursi – specifičnosti prirodnog okruženja koji mogu poslužiti u turističke svrhe (planine, jezera, šume, rijeke, more, i sl.), ali i nacionalni parkovi i prirodno zaštićena područja.

Kulturno-povijesni resursi – naslijeđeni objekti od kulturno-povijesnog značaja (spomenici, utvrde, građevine, crkve).

Pri evaluaciji atrakcija, analiziraju se, također, 2 elementa:

Manifestacije - organizirani sadržaji koji potenciraju održavanje lokalnih i tradicionalnih običaja kroz različitu umjetnost izričaja (glazba, ples, gastronomija, likovna umjetnost, igre, itd.), a organizirani su kroz različita natjecanja i/ili javna događanja (Dani..., Tjedan... i sl.).

Umjetno stvorene atrakcije – specijalni sadržaji koji su svojom ponudom specifični, a bio je potreban ljudski napor da se oni postave i organiziraju (npr. botanički vrt, avanturistički park, zoološki vrt i sl.)

Svaki od prethodno objašnjenih segmenata promatra se u okviru mogućnosti za komercijalizaciju i turistifikaciju područja.

Ukoliko razmatramo resurse i atrakcije na području Općine Viškovo, dolazi se do sljedećih zaključaka:

1. Prirodni resursi

Općina Viškovo ne obiluje prirodnim resursima. Osim dijela prirodne površine u sklopu koje je postavljena turistička infrastruktura šetnice, biciklistička i trim staza, do sad nije prepoznat prostor koji bi se mogao iskoristiti u svrhu postavljanja turističkog proizvoda. Međutim, prostor koji je trenutno neiskorišten, a nalazi se u prirodnom okruženju, može poslužiti za postavljanje umjetno stvorene atrakcije. Prema prostornom planu, postoji zona od 10ha na kojoj trenutno nema konkretnih projekata i radnji.

2. Kulturno-povijesni resursi

U kulturno-povijesnom segmentu nema konkretnih građevina, kuća, spomenika ili sl., a koji bi se mogli svrstati u kulturno-povijesnu baštinu dovoljno interesantnu za motive dolaska i boravka turista.

Najjači kulturno-povijesni segment su Halubajski zvončari koji djeluju kao udruga, a u svrhu promoviranja tradicionalnog običaja te sama Spomen kuća Ivana Matetića Ronjgova.

3. Manifestacije

Manifestacije su najznačajnija atrakcija Općine Viškovo. Općina trenutno organizira 9 manifestacija godišnje:

1. Halubajski karneval
2. Dani Općine
3. Majeвица

4. Proljeće u Ronjgima
5. Matetićeви dani
6. Glazbeni festival mladih Halubje 2009 (2010, itd.)
7. Matejna
8. Kanat pul Ronjgi
9. Mantinjada u Ronjgima

Svaka od navedenih manifestacija traje od jednog do najviše četiri dana što ukupno obuhvaća 17 dana događanja na godinu. Najveći broj događanja organizira se u lipnju i rujnu gdje je fokus usmjeren na Ivana Matetića Ronjgova i Ronjge (Proljeće u Ronjgima, Matetićeви dani, Matejna, Kanat pul Ronjgi, Mantinjada u Ronjgima). Ove manifestacije lokalnog su karaktera i, trenutno, svojom ponudom nemaju snagu regionalnog pa ni nacionalnog događanja.

4. Umjetno stvorene atrakcije

Na području Općine Viškovo nema umjetno stvorenih atrakcija koje bi generirale veći broj turističkih posjetitelja.

Značaj postojećih resursa i atrakcija u odnosu na lokalni (na nivou Općine), regionalni (na nivou šire regije – Primorsko-goranska i Istarska županija), nacionalni i internacionalni nivo prikazan je u sljedećoj tablici:

OPĆINA VIŠKOVO					
POSTOJEĆA ATRAKCIJSKA OSNOVA		Značaj / Nivo			
		Lokalni	Regionalni	Nacionalni	Internaciona
Priroda					
Prirodne značajke	Elementi prirode (šuma)	✓			
Kultura i povijest					
Kulturno-povijesni spomenici	Ustanova Ivan Matetić Ronjgov		✓		
	Crkva Sv. Mateja	✓			
	Knjižnica i čitaonica Halubajska zora	✓			
	Baštijanova kuća - spomen ploča	✓			
Povijesna tradicija	Halubajski zvončari	✓			
Manifestacije					
Događaji, festivali, skupovi	Halubajski karneval	✓			
	Dani Općine	✓			
	Majejica	✓			
	Proljeće u Ronjgima	✓			
	Matetićeви dani	✓			
	Halubje	✓			
	Matejna	✓			
	Kanat pul Ronjgi		✓		
	Mantinjada u Ronjgima		✓		

Većina atrakcija ima izrazito lokalni karakter dok se Ustanova I.M.Ronjgov zajedno sa svojim događanjima, koja su namijenjena Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji

(Kanat pul Ronjgi i Mantinjada u Ronjgima), može ocijeniti kao atrakcija regionalnog karaktera.

2.4. Rang aspiracija atrakcija

Potrebno je realno sagledati i odvojiti najrelevantnije atrakcije kojima se određuje objektivan rang aspiracija te utvrđuje njihov značaj za turistifikaciju.

U sljedećoj tablici ocijenjen je potencijal najrelevantnijih atrakcija:

OPĆINA VIŠKOVO						
POSTOJEĆA ATRAKCIJSKA OSNOVA		Potencijal za razvoj	Značaj / Nivo potencijala			
			Lokalni	Regionalni (Istra i Primorje)	Nacionalni	Internacionalni
Kultura i povijest						
Kulturno-povijesni spomenici	Ustanova Ivan Matetić Ronjgov	Srednji		✓		
	Povijesna tradicija	Halubajski zvončari	Srednji	✓		
Manifestacije						
Dogadaji, festivali, skupovi	Halubajski karneval	Srednji		✓		
	Proljeće u Ronjgima	Nizak		✓		
	Matetićeve dani	Srednji		✓		
	Kanat pul Ronjgi	Nizak		✓		
	Mantinjada u Ronjgima	Nizak		✓		

Sve navedene atrakcije imaju konkretan potencijal razvoja na regionalnom nivou, jer su i do sada obuhvaćale uži segment posjetitelja i privlačile potražnju iz bliske okolice Općine. One do sada nisu akumulirale veći broj posjetitelja te se tako nisu uspjele snažnije pozicionirati na tržištu.

Detaljniji opis atrakcija s najvećim potencijalom dat je u sljedećim prikazima:

a) **Ustanova Ivan Matetić Ronjgov:**

Ustanova Ivan Matetić Ronjgov	
Opis	Ustanova koja ima karakter spomen doma visokog je potencijala za razvoj zbog svoje specifične vezanosti na Ivana Matetića Ronjgova te istarske glazbene ljestvice. Ustanova "Ivan Matetić Ronjgov" sudjeluje u kulturnim programima Viškova, Rijeke i Primorsko-goranske županije. Sa svojim programima u kojima posebni naglasak pripada čakavskom izričaju, napose onom glazbenom i književnom, Ustanova "Ivan Matetić Ronjgov" promiče Primorsko-goransku županiju, afirmira identitet grada Rijeke i obogaćuje kulturni život općine Viškovo. Osim organizacije manifestacije različitog kulturnog tipa, Ustanova se bavi i izdavaštvom literature bazirane na čakavskom idiomu. Ustanova ima spomen sobu koja predstavlja izložbeni nukleus Spomen doma, gdje se nalaze svi važni dokumenti vezani za Matetićev život i stvaralaštvo. Uz originalne osobne dokumente, preko fotografija i ostalih predmeta, istaknut je njegov život od rođenja do smrti.
	
Vlasništvo	Županijsko
Upravljanje atrakcijom	Općina
Oblik	Neprofitna ustanova
Dostupnost i pristup	Vrlo dobar
Parkiranje	Riješeno u samoj blizini objekta
Upravljanje posjetiteljima / aktivnosti	Stručno vodstvo kroz zbirku, mogućnost slušanja glazbe i gledanje edukativnih filmova
Smještaj	Nema
Usluge hrane i pića	Restoran "Ronjgi"
Ostale usluge	prodaja DVD-ova, suvenira
Organizirane aktivnosti	Matetićevi dani, Proljeće u Ronjgima, Mantinjada pul Ronjgi, Kanat pul Ronjgi, Večeri pul Matetićeve ognjišća, izložbe
Mogućnost povezivanja sa ostalim atrakcijama	Visoka
Atraktivnost	Srednja
Situacija	Ustanova I.M.Ronjgov predstavlja povijesno bogatstvo ovog područja, ali nije dovoljno jasno artikulirano i iskorišteno u svrhu samo-promocije. Nedostaje joj strategija poslovanja, inovativnost usluga, marketing i prodajni nastup.

b) Halubajski zvončari i Halubajski karneval:

Halubajski zvončari i Halubajski karneval	
Opis	<p>Povijest i porijeklo zvončara usko je vezano za područje Halubja i Kastavštine čime su postali jedna od osnovnih karakteristika ovog kraja. Njihova prvobitna zadaća bila je tjeranje zlih duhova zime i poticanje novog proljetnog ciklusa. Ogrnuti su ovčjim kožama i velikim zvonom na donjem dijelu leđa. Na glavi imaju posebno stilizirane maske (čudne životinjske glave s crvenim isplaženim jezikom i rogovima). Odjeveni su u bijele hlače i mornarske majice kratkih rukava. U rukama imaju baltu ili bačuku - stilizirani buzdovan. U vrijeme poklada, obilaze u velikoj grupi sela svoga zavičaja prema davno utvrđenom rasporedu. Običaj je da se zaustave nasred sela, na raskršću ili pred gostionom - oštarijom, sakupe se u kolo, izvode to snažnim pokretima tijela, hrvajući se u dvoje ili kao cjelina, da bi se razdvojili i - nakon okrijepe koju im pruža selo, nastavili svoj put ophoda. Za njih je vezana i legenda, tjeranja Tatara ili Turaka. Kada su provaljivali u ove krajeve, tada su se ondašnji pastiri ogmuli ovčjim kožama, na glave stavili maske, opasali se zvonima i strašno bučeći tako potjerali neprijatelja. Otuda u njihovoj opremi i elemenata oružja. Najbolji su čuvari folklornih tradicija i svog zavičajnog identiteta. Stalni su sudionici međunarodnog "Riječkog karnevala", ali imaju i svoj "Halubajski karneval" koji se organizira na području Općine i u kojem sudjeluje veliki dio mještana Općine, od malih do starih. Halubajski su zvončari zaštićeni od strane UNESCO-a i Ministarstva kulture RH.</p>
	
Vlasništvo i organizacija	Udruga zvončara
Vrijeme trajanja	ca. mjesec dana (siječanj-veljača)
Organizirane aktivnosti	Planski obilazak sela, Halubajski karneval, sudjelovanje na Riječkom karnevalu
Dodatne usluge	Prodaja suvenira
Mogućnost povezivanja sa ostalim atrakcijama	Visoka
Atraktivnost	Srednja
Situacija	Halubajski zvončari ne zauzimaju dovoljno značajan položaj u turističkoj ponudi. Oni čine veliki potencijal kojeg je potrebno profesionalizirati, uključiti u ostale aktivnosti općine i od njih napraviti prepoznatljivi brend Općine. Halubajski karneval, uz takvo jačanje Halubajskih zvončara, bila bi i dalje okosnica i središnje događanje međutim njegov bi značaj mogao poprimiti šire razmjere.

c) **Događanja vezana za I.M. Ronjgova:**

Događanja vezana za Ivana Matetića Ronjgova - Proljeće u Ronjgima, Matetićevi dani, Kanat pul Ronjgi, Mantinjada u Ronjgima	
Opis	
Svako od događanja služi u svrhu očuvanja vrijednosti i doprinosa Ivana Matetića Ronjgova glazbenoj sceni ovog kraja. "Proljeće u Ronjgima" je susret učenika osnovnih škola i njihovih mentora, koji u radionicama (pjevački zbor, mladi skladatelji, likovna radionica, novinarska, literarna, recitatorska i foto radionica) stvaraju, a u poslijepodnevnom satima prezentiraju na zajedničkom nastupu. "Matetićevi dani" je svečanost zborskog pjevanja, koja se održava biennialno, u tri večeri s različitim programima s time da se samo jedna večer održava u Ronjgima. Ovaj događaj potiče stvaranje i izvođenje novih skladbi na čakavskom idiomu. "Kanat pul Ronjgi" je susret pjevačkih zborova Primorsko-goranske županije, koja se održava svake godine. "Mantinjada u Ronjgima" je folklorna manifestacija koja se održava u povodu "Dana sv. Mateja". Najautohtoniji je glazbeni izraz Primorja i Istre, i jedan od najarhaičnijih koji još postoji u Hrvatskoj - svirka sopela, roženica, miha i vidulica kao i kanat u dvoje i na "tanko i debelo". Sva se ova događanja održavaju u sklopu Ustanove I.M.Ronjgov.	
	
Upravljanje	Ustanova I.M. Ronjgov
Vrijeme trajanja	Od jednog do tri dana
Organizirane aktivnosti	Susreti, radionice
Dodatne usluge	Prodaja suvenira
Mogućnost povezivanja sa ostalim	Visoka
Atraktivnost	Srednja do niska
Situacija	Ovim događanjima nedostaje poveznica -brend kojim bi se događanja stavila pod zajedničku kapu i kojim bi se strateški jačao publicitet kako samih događanja tako i Ustanove.

Svim navedenim atrakcijama nedostaje profesionalizacija usluga i jasno pozicioniranje na tržištu, čime bi iskoristile svoj konkretni potencijal za razvoj.

2.5. Zaključci situacijske analize

- Viškovo je u povijesti promatrano kao izletišta područja riječkog prstena, sa ruralnim ambijentom i iznimnim pogledima prema kvarnerskom zaljevu te gastronomijom. Danas, gubitak ruralnog imidža, što zbog razvoja gospodarstva, što zbog urbanizacije, promijenio je percepciju i imidž "izletničke" destinacije u urbanu cjelinu na rubu grada sa prometno gospodarskim funkcijama.
- Turistička valorizacija resursno atrakcijske osnove općine Viškovo pokazuje da općina, nažalost, ne raspolaže sa iznimnim atraktorom koji bi se kroz valorizaciju mogao pretvoriti u motiv i generator višednevnih turističkih dolazaka u općinu.
- Općina, svjesna te činjenice, u proteklih je desetak godina svoj razvoj usmjeravala poduzetničkom poslovanju i jačanju gospodarske infrastrukture, čime se na srednji rok opredijelila na generiranje lokalnog bogatstva putem trgovačke, prerađivačke i građevinske grane.
- Pokretanjem gospodarske aktivnosti i aktivacijom cijelog prostora općine za tu svrhu, počele su se paralelno razvijati i turističko ugostiteljske usluge i to prvenstveno putem individualnih napora pojedinaca i primarnim naglaskom na gastronomiju, te koje su prvenstveno bile u funkciji servisiranja primarne aktivnosti trgovine, prerađivačke i građevinarske grane.
- Komparativno gledajući, općine u okruženju, sa iznimnim primjerom Kastva, su usmjerile svoj razvoj (a iz razloga nemogućnosti gospodarskog razvoja na osnovi drugih grana poput Viškova) prema turističko ugostiteljskoj djelatnosti, gdje su iz pozicije početnika u zadnjih desetak godina prerasle u relevantne regionalne destinacije sa jasnim smjerom ponude turističko ugostiteljskih usluga.
- Prateći smjer razvoja turističko ugostiteljske djelatnosti općina u okolini, općina Viškovo je intenzivnije započela sa kulturnim manifestacijama (9 manifestacija u različitim danima godine), obnavljanjem i dodavanjem turističke infrastrukture (sportsko rekreacijski centri, muzej Ustanova Ivan Matetić Ronjgov, snimanje i mapiranje pješačkih i biciklističkih staza), a kako bi počela kapitalizirati i na toj grani sa dugoročnim usmjerenjem prema turističko ugostiteljskoj djelatnosti.
- Zbog nedostatka smještajnih kapaciteta (postojeći pansion Šmrika) svi naponi su uglavnom ograničeni na jednodnevne događaje, odnosno u slučaju višednevnog boravka, naslanjalo se na smještajnu ponudu ili susjedne općine Kastav ili grada Rijeke.
- Iz tog razloga općina se našla u poziciji da nužno mora pronaći ključ za svoj srednjoročni razvoj, odnosno turistički element, koji će sve dosadašnje napore i aktivnosti postaviti u jedan "orkestrirani" sustav. Svoju namjeru pronalaska glavnog motiva je pronašla u identificiranoj lokaciji na prostoru općine veličine 10 ha, a koju je namijenila turističkoj djelatnosti.

Dakle, ključno pitanje je **što kreirati i ponuditi** na identificiranoj lokaciji, a da bi se turizam općine s jedne strane okrenuo **motivom za vikend ili višednevnim boravkom** odnosno s druge strane **da sinergijski** utječe na okolinu i tim efektima dodatno **potakne privatnu inicijativu razvoja turističke i ugostiteljske djelatnosti**.

3. STRATEŠKI OKVIR RAZVOJA

3.1. Prilike i ograničenja

Vodeći se ključnim pitanjem što i kako razviti, prije svega se mora realno sagledati koje su ključne činjenice koje stavljaju okvir za razvoj turizma odnosno utvrditi koje bi bile prilike, a koja bi bila ograničenja razvoja turizma i ugostiteljstva na području općine:

PRILIKE	OGRANIČENJA
<ul style="list-style-type: none"> • Uloga apsolutnog početnika u turizmu - ima priliku stvoriti novi izražaj ponude koji bi postao glavni motivator dolaska posjetitelja i eventualno proširio potencijalni doseg tržišta. • Lokacija predviđena prostornim planom predodređena je u turističke svrhe – mogućnost instaliranja proizvoda koji će svojim sadržajem upotpuniti turistički sadržaj cijele regije. • Orijentiranost susjednih općina na turizam, pruža mogućnost povezivanja ukupne ponude i stvaranja zajedničkog / integriranog lanca vrijednosti (kulturna događanja, gastronomija, izleti, ture). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak jasnog motiva za dolazak smanjuje razvoj svih ostalih djelatnosti koji bi se vezali na turizam. • Nedostatak smještajnog kapaciteta smanjuje mogućnost strukturiranja proizvoda koji zahtijevaju višednevna noćenja i boravak na području Općine (npr. sportske pripreme).

3.2. Uporišta razvoja

Postavljanjem nove turističke zajednice općine kao i tome prilagođene pozicije početka razvoja turističke djelatnosti, općina se pokretanjem ovakvog projekta nalazi na putu pronalaska adekvatne razvojne i prostorno planerske strategije koja će, putem konsolidacije interesa svih gospodarskih, javnih i nevladinih subjekata, pronaći najpovoljniji strateški model razvoja turizma.

Prije svega je važno da strateški smjer razvoja turizma na optimalan način zadovolji interese lokalnog stanovništva, odnosno gledajući sadašnju situaciju turizma na prostoru općine, da pokrene na višu razinu i tu gospodarsku djelatnost.

U takvoj situaciji, individualni naponi pojedinaca te udruga i ustanova pokušalo se dati impuls razvoja djelatnosti no bez većih efekata upravo zbog nepostojanja konsolidiranog i zajedničkog interesa. Može se zaključiti da na prostoru općine postoji veliko očekivanje i potreba za razvojem turizma i stoga su vrlo važna strateška uporišta na osnovu kojih se ovaj projekt izrađuje:

Sinergija i suradnja općina Viškovo-Kastav-Klana-Jelenje

Sa svojim susjednim općinama (Kastav, Klana i Jelenje), općina Viškovo obilježava svojevrsan prsten oko grada Rijeke koji se djelomično oslanja i na Opatiju. Međutim, obzirom na jačinu Rijeke kao gospodarskog i Opatije kao turističkog centra, potrebno je ponudom diferencirati taj prsten kako bi dodao vrijednost Rijeci i Opatiji, ali kroz samostalno pozicioniranje i razvoj. Upravo komplementarno povezivanje različitih oblika ponude svih četiri općina daje dovoljno jak motiv za dolazak i boravak na području tih općina. U svrši tog cilja predložimo širi obuhvat strateškog pristupa razvoja turizma gdje je potrebno izraditi zajednički strateški okvir razvoja turizma na području prstena.

Identifikacija i kreiranje ključnih zamašnjaka razvoja turizma

Zbog realnih ograničenja u resursnoj i atrakcijskoj osnovi koja bi potakla jači odnosno regionalni interes dolaska i boravka, potrebno je za područje općine identificirati i razviti dva do tri diferencirana zamašnjaka koji komplementarno upotpunjavaju "širu sliku" četiri općine, a koji su drukčiji / diferencirani od sadašnje ponude četiri općine. Kreiranjem nametnutih sadržaja te stavljanjem ukupne ponude u cjelokupni lanac vrijednosti općine Viškovo kao i općina u okruženju, dobiva se dobar odnos vrijednosti za utrošeno vrijeme boravka.

Dobrom i uravnoteženom kombinacijom postojećih sadržaja (npr. šetnica + lokalni restoran + lokalna manifestacija) sa novim motivima i sadržajima (u smještajnom i ugostiteljskom smislu), sa sinergijskim efektom suradnje sa drugim općinama u okruženju dobiva se dovoljno jak motiv za interesom, dolaskom i boravkom na prostoru riječkog prstena.

Potpore lokalne zajednice

Općina mora kreirati pozitivnu atmosferu u smislu privlačenja investicija u turizmu, prvenstveno prema gospodarskim subjektima na prostoru općine koji već posluju u sektoru odnosno koji žele poslovati u sektoru, kroz razne oblike promocije, pomoći, potpore i subvencije motivirajući autohtono poduzetništvo.

Kao dio strateškog promišljanja općine o turizmu, SME poduzeća dobivaju važnu ulogu u procesu konvergencije ukupne gospodarske slike (strukture prihoda), gdje potpore od strane lokalne vlasti ne završavaju samo na financijskoj pomoći već i u tehničkoj pomoći u smislu "*tailor made*" usluga pojedinačnim subjektima. Ovdje se prije svega misli na ulaganja u ljudski faktor i znanja kao osnovu inovativnog pristupa turizmu.

Profesionalizacija turizma

Zajedno sa svim navedenim koracima, važna je i profesionalizacija turističkog razvoja i upravljanja turizmom kao mudri smjer razvoja koji će u budućnosti garantirati održivi priljev prihoda.

Općina je već pokrenula korake u smislu osnivanja turističke zajednice, koja, sa svojom profesionalizacijom, može preuzeti veći dio obuhvata profesionalizacije ljudi, procesa kao i turističkih proizvoda i usluga. Aktivnosti o svjesnosti turizma,

jednodnevni seminari objašnjavanja stanovništvu o turizmu, uređenje okoliša, stavljanje u funkciju turističkih usluga i aktivnosti, su dio aktivnosti koje se mogu pokrenuti. Pokretanje svih direktnih i indirektnih sudionika da budu promotori turizma, proizvoda i usluga na području općine, ali i cijelog riječkog prstena.

S druge strane, potrebno je omogućiti profesionalna znanja gospodarskim subjektima i sudionicima u sektoru, oko standarda kvalitete, turističkom lancu vrijednosti pa sve do operativnih znanja. Ovakvi procesi se uglavnom usklađuju sa višom razinom TZ-ova poput TZ Primorsko-goranska.

Kao pojedinačne smjernice profesionalizacije navodimo sljedeće primjere:

- Proširenje palete kulturnih događanja i izgradnja kompletnog turističkog lanca vrijednosti - organizirati događaje tijekom cijele godine i u okviru svake manifestacije angažirati lokalne restorane, suvenirnice, trgovine te ih integrirano povezati u svojoj ponudi (specijaliziranost ponude, različitost suvenira, itd.)
- Izgradnja/kreiranje brenda Ivan Matetić Ronjgov i integracija sa turističkom ponudom - sa temeljnom postavom u Spomen Domu, nadograditi ponudu sa sadržajem koji je pod kapom I.M.Ronjgova (Ture – „Tura Ivanovog stvaranja“, jela, slastice – npr. „Hroštula I.M.Ronjgova“, park, šetnica, koncert, i sl.)
- Gastronomija Viškovo - specijalizacija te proširenje ponude putem definiranja lokalnih jela, poticanje na izučavanja i oživljavanja izgubljenih jela starih vremena te motiviranje lokalnih ugostitelja na diferenciranu ponudu kroz stvaranje doživljaja interijera i motiva - tematizacija.

3.3. Vizija turističkog razvoja područja

Smisao dobro oblikovane turističke vizije je da bude jasan i realističan putokaz za izgradnju turističkog lanca vrijednosti općine Viškovo. Budući je riječ o mozaiku velikog broja opipljivih i neopipljivih sastavnica čija kvaliteta ovisi o brojnim subjektima javnog i privatnog sektora kao i nevladinih organizacija, podrazumijeva se da u samom procesu oblikovanja turističke vizije moraju biti uključeni i ključni interesni subjekti. U ovom slučaju, procedura promišljanja vizija kao i spleta pojedinačnih interesa je provedena kroz intervju i interaktivnu radionicu na terenu.

Definirana strateška uporišta jasno upućuju na relativno slabu turistifikaciju mjesta i zbog čega mu predstoji razmjerno dug proces prerastanja u značajnu turističku destinaciju. Na kratki i srednji rok uspon je oslonjen na korištenje pozicije početnika sa podrškom općine u ključnim projektima turističke supra i infrastrukture, ali i kroz izgradnju lokalnog kapaciteta za rast i razvoj turističke ponude.

Ovaj projekt postavlja turističku viziju općine Viškovo za sljedećih 10 godina:

Općina Viškovo će za 10 godina postati prepoznatljiva turistička destinacija koja zajedno sa općinama riječkog prstena čini motivirajuću okolinu u kojoj turistički subjekti kao i ostali poduzetnici mogu izvoditi svoje poslovne aktivnosti na profesionalan, profitabilan i održiv način.

Ovaj prostor će se turistički artikulirati kao splet jedinstvenih kulturološko povijesnih elemenata kao generatora dodatnih prihoda i novih sadržaja kroz koordinirano turističko upravljanje destinacijom i partnerstvom sa drugim općinama.

Na taj način općina omogućuje i postavlja odgovoran turistički okvir razvoja čime potiče stanovništvo da ostvari društveno ekonomske koristi razvoja općine, a u najboljem interesu dobrobiti lokalne zajednice.

3.4. Tržišno pozicioniranje

Konačni cilj turističke politike je razviti konkurentske prednosti u svakom poslovnom sektoru s kojim konkuriraju na tržištu. Danas u svijetu postoji više od 300 kategorija turističkih sektora među kojima se može tražiti prostor za plasiranje na turističko tržište.

U svakom od tih turističkih sektora odvija se specifičan odnos razmjene vrijednosti za novac, a koji proizlazi iz turističkog lanca vrijednosti koji se oblikuje za svako pojedino tržište.

Imajući to na umu, općina Viškovo, u potrazi za svojim konkurentskim pozicioniranjem, prvo mora odlučiti s čime krenuti na turističko tržište. Pri tome se polazi od činjenice da općina nikad nije bila značajan akter u regionalnom turizmu i da praktički nema ograničenja u revitalizaciji svoje pozicije, već je na samom početku i time može birati načine i oblike ulaska na turističko tržište.

Smisao konkurentskog tržišnog pozicioniranja je pronaći prostor za izgradnju ključnih kompetencija i specijalnosti destinacije povezanih za iskustvena tržišta i turističke proizvode.

Turizam općine Viškovo pozicionira se kao skup turističkih proizvoda utemeljenih na dostupnim resursima kao i modernim sadržajima aktivnosti, oblikovanih za jednodnevni (izletnički) i višednevni (vikend) boravak, a prvenstveno namijenjenih domaćem tržištu, ali i stranim turistima / gostima turističkih destinacija u okruženju.

Na osnovi vlastitih mogućnosti razvoja općina razvija svoje primarne centre izvrsnosti:

- **gastronomiju,**
- **tradicionalni događaji i svečanosti,**
- **sportsko rekreacijske aktivnosti na otvorenom.**

U suradnji sa općinama riječkog prstena dodatno stavlja u funkciju i sekundarne turističke proizvode :

- **Obilazak kulturno-povijesnih znamenitosti;**
- **Kratki vikend odmori - eskapade**
- **Programi posebnih interesa - edukacije, obrti, običaji, kultura i sl.**

Ključni faktori uspjeha općine Viškovo kao turističke destinacije:

- Turizam je tržišno vođena kategorija i u skladu sa time potrebno je osigurati zadovoljenje potreba gostiju;
- Sva potrebna turistička infrastruktura zadovoljava očekivanja gostiju te je tržišni imidž uspostavljen i konkurentan u odnosu na ostale destinacije;
- Financijska i institucionalna pomoć pojedincima i poduzetnicima da se uključe u razvoj, upravljanje i marketing turizma općine;
- Turistički designirana područja moraju biti lako dostupna putem dobrih cesta, prikladnog i jasnog označavanja i usmjeravanja;
- Novostvorene atrakcije i iskustva moraju biti dovoljno atraktivna i privlačna da se područje konkurentski etablira među okolnim destinacijama;
- Turistički proizvodi i usluge moraju biti najbolje moguće kvalitete (npr. gastronomija mora biti dovedena na još višu razinu kvalitete) kao i cjenovno konkurentni;
- Lokalne odluke i smjernice vezane na upravljanje destinacijom moraju biti donošene po principu zajedničkog involviranja privatnog i javnog sektora;
- Sve daljnje turističke inicijative moraju imati komponente održivosti, jedinstvenosti / diferenciranosti kao i odgovorno upravljanje.

3.5. Ključni projekti

U cilju realizacije postavljenih strateških smjernica, predlaže se pet turističkih projekata:

A) Interpretacijski centar Ivan Matetić Ronjgov

B) Avanturistički adrenalinski park

C) Razvoj i specijalizacija gastronomije

D) Profesionalizacija i upravljanje događanjima

E) Zavičajna kuća Zvončara

Svaki od projekata razrađen je prema glavnim cjelinama i prikazan u tabelarnom obliku kako slijedi:

INTERPRETACIJSKI CENTAR IVAN MATETIĆ RONJGOV (1/2)

Cilj

Interpretacijski centri su specijalizirane institucije čija je osnovna svrha komuniciranje značaja određenog nasljeđa. Danas takvi centri dobivaju sve veću ulogu u edukativnim programima, kako obaveznim tako i onim za u slobodno vrijeme. Interpretacijski centar je zabavno-edukativnog karaktera i pomaže posjetiteljima da osvijeste, shvate i nauče povijest i značajke određene tematike. Ovaj projekt ima za cilj osposobiti Spomen dom u Ronjgima u objekt koji slijedi moderne koncepte komunicirajući i jačajući povijesni značaj i vrijednost Ivana Matetića Ronjgova.

Trenutna situacija

Spomen dom u Ronjgima – Ustanova "Ivan Matetić Ronjgov" pruža mogućnost upoznavanja sa životom Ivana Matetića Ronjgova kroz izloženu zbirku i glazbene zapise. Međutim, prostorija koja služi kao izložbeni prostor prilično je skučena i neadekvatna za veće grupe posjetitelja. Prostor pa tako ni sadržaj ne pruža nikakvu mogućnost interakcije niti stvaranja doživljaja života Ivana Matetića Ronjgova već na pasivan način izlaže pojedine segmente njegova stvaranja. Dodatna prostorija koja može primiti veću grupu posjetitelja služi za organizirana događanja manjih kapaciteta. Iz objektivnih razloga, ovaj Spomen dom nije bio u mogućnosti investirati u obnovu i modernizaciju prostora što je neophodno za jačanje ponude i stvaranja doživljaja u samom Domu.



Koncept

Interpretacijski centar bi na moderan način približio život Ivana Matetića Ronjgova svakom posjetitelju. Obavezni sadržaji u interpretacijskom centru: audio i video tehnologija, sala za interpretaciju, suvenirnica, restoran. Kroz najnoviju audio tehnologiju puštao bi se glazbeni opus Ivana Matetića Ronjgova, a kroz video zapise davala bi se slika njegova života kao i tradicija glazbene umjetnosti koja je nastavljena nakon njegova života. Kroz interaktivne ekrane (web sučelja) koji su "user-friendly", posjetitelji bi sami mogli odabrati što žele slušati i gledati. U posebnim sobama bilo bi omogućeno da posjetitelji, uz vodstvo ili samostalno, sami zasviraju sopele, triestinu ili drugi tradicionalni instrument. U posebnom dijelu Doma postavila bi se izložba također sa video i audio zapisima svih dosadašnjih nastupa i događanja posvećenih I.M.Ronjgovu (npr. Matetićevi dani), osobe koje su nastupile i skladbe koje su se svirale i/ili pjevale. U sali za interpretacije bilo bi omogućeno da se organiziraju predavanja i aktivnosti koje bi posjetiteljima približile priču I.M.Ronjgova (npr. igrokazi). U sklopu centra napravila bi se suvenirnica za prodaju suvenira vezanih za I.M.Ronjgova (DVD-ovi, CD-ovi, ručno izrađene male sopele, knjige o I.M.Ronjgovu i sl.). U sklopu Spomen doma već postoji restoran koji stvara dobar preduvjet za ovaj koncept. Osim službenog hrvatskog jezika, potrebno je sadržaje ponuditi na čakavskom, ali i na stranim jezicima (engleski, talijanski, slovenski, njemački).

Očekivani rezultati

Obogaćivanje doživljaja Općine Viškovo kroz jačanje kulturne ponude
 Stvaranje brenda Ivan Matetić Ronjgov
 Pozicioniranje Spomen doma kao moderne i edukativne ustanove

INTERPRETACIJSKI CENTAR IVAN MATETIĆ RONJGOV (2/2)

Primjer koncepta



Interaktivna sučelja



User friendly



Slušanje glazbe



Samostalno sviranje



Gledanje filmova



Izrada suvenira



Suvenirnica

Informacije na internetu

[http://www.mcnikolatesla.hr/;](http://www.mcnikolatesla.hr/)
[http://www.independencevisitorcenter.com/;](http://www.independencevisitorcenter.com/)
[http://www.monticello.org/featured/new_vc.html;](http://www.monticello.org/featured/new_vc.html)
[http://www.ucar.edu/ucar/visitor.html;](http://www.ucar.edu/ucar/visitor.html)
[http://www.wadirum.jo/Visitor_Center.htm;](http://www.wadirum.jo/Visitor_Center.htm)
[http://www.salemvisitorcenter.com/;](http://www.salemvisitorcenter.com/)
<http://www.wedgwoodvisitorcentre.com/>

Ključni tržišni segmenti

Centar bi bio otvoren za slučajne prolaznike, ali bi prvenstveno bio namijenjen grupnim dolascima i organiziranim posjetima iz susjednih turističkih mjesta i gradova (Rijeke, Opatije, itd.). Kao atrakcija ovog područja bio bi interesantan i stranim posjetiteljima koji borave na području Primorsko-goranske i Istarske županije. Unutar Hrvatske, centar treba ponuditi svoje programe obrazovnim institucijama (škole, fakulteti i sl.), te kulturno-umjetničkim društvima (KUD-ovima). Što se tiče profila gostiju, ne treba se koncentrirati samo na segment koji su usko vezani na kulturu, već i na one goste koji u sklopu svog odmora traže dodatni sadržaj koji ih može obogatiti znanjem i duhom.

Aktivnosti / Koraci

- Rekonstrukcija i obnova postojećih prostorija i inventara
- Nabavka tehnologije sa interaktivnim sučeljima
- Digitalizacija svih dostupnih materijala u cilju audio i video zapisa
- Otvaranje suvenirnice i organizacija izrade suvenira

Investicije

Planirana početna investicija navedenog projekta iznosi između 250.000 i 500.000 Eura. U to nisu uračunati troškovi vođenja samog Interpretativnog centra, te troškovi građevinske sanacije objekta ukoliko je potrebna.

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

AVANTURISTIČKI ADRENALIN PARK (1/2)

Cilj

Uzimajući u obzir karakteristike područja, te računajući na blizinu većih turističkih centara šire regije, razvoj avanturističkog parka daje Općini Viškovo mogućnost razvoja integrirane atrakcije koja privlači aktivne goste i proširuje ponudu cijelog područja. Na taj će način avanturistički park postati nositelj turističke ponude i glavni motiv dolaska na Općinu Viškovo s mogućnošću višednevnog ostanaka.

Koncept

Avanturistički park atrakcija je koja posjetiteljima destinacije Općine Viškovo pruža raznovrsne aktivnosti i zabavu u prirodnom okruženju. Avanturistički adrenalin park će biti atraktivan domaćem kao i stranom gostu, a obogatit će i diversificirati turističku ponudu Općine Viškovo, što će se odlično uklopiti u ponudu susjednih općina (Kastav, Klana, Jelenje). Avanturistički park sastojat će se od dva dijela - jednog dijela sa 'soft' aktivnostima u prirodi, te drugog dijela sa 'grubim aktivnostima' poput zone za penjanje konopcima, staza za vožnju motociklom na četiri kotača i sl. Osim sudjelovanja u aktivnostima samostalno (sa visokom razinom zaštite, odnosno sigurnosti gostiju), odrasli i djeca će u okviru parka uživati u ponudi i konceptu učenja - npr. u školi penjanja. Nadalje, centar za iznajmljivanje opreme, te trgovine sa opremom biti će dostupni u parku. Obzirom na bogatu ponudu aktivnosti, ovaj park biti će atraktivan korporativnim gostima za organiziranje 'team building dana, seminara, sastanaka i slično. Uz bogatu ponudu aktivnosti, u okviru parka posluju restorani sa ponudom lokalnih jela, te trgovine sa lokalnim proizvodima, suvenirima, kao i proizvodima vezanim uz park i aktivnosti u parku.

Primjer koncepta



Očekivani rezultati

- Jedinstvena ponuda na širem regionalnom području koja će privlačiti veće količine posjetitelja
- Angažman lokalnih poduzetnika u stvaranju dodane vrijednosti projektu
- Uključivanje cjelokupnog lanca vrijednosti Općine Viškovo (gastronomija), ali i susjednih općina

Pretpostavke/uvjeti

Projekt uređenja samog parka treba povjeriti stručnjacima za taj tip atrakcije, koji često osiguravaju i vođenje projekta, te mogu osigurati sve potrebne materijalne, ljudske i logističke resurse. Javni sektor ima ulogu da osigura potrebne dozvole, uključujući izmjene u regulacijskim planovima, ako je potrebno, te da osigura postotak investicije sredstvima javnog sektora.

AVANTURISTIČKI ADRENALIN PARK (2/2)					
Aktivnosti					
<p>High ropes zona (zona za penjanje konopcima) – zona se sastoji od grupiranih različitih prepreka na visini od minimalno 5 - 6 metara iznad zemlje. Gosti je prolaze u krugu, jednu po jednu prepreku. Ovo je izuzetno uzbudljiva aktivnost, te pruža avanturističko iskustvo.</p> <p>Quad staza - staza dužine 700 - 800 m, prosječne širine 5-8 metara. Kapacitet ove kružne staze mora biti dovoljan za do 7 natjecatelja/vozača u isto vrijeme. Kao dodatak ovoj stazi, mogu se ponuditi organizirane avanturističke vožnje na području Općine Viškovo i šire.</p> <p>Tubing staza (ljetna) - proizvod za proširenje atraktivnosti ljetne sezone, staza treba biti dužine od 120 do 150 metara, širine oko 1,20 metara. Potreban je nagib staze od 10% do 25%. Prednost ove aktivnosti je da iziskuje modularnu konstrukciju, što znači da se lokacija može lako mijenjati. Ovaj je proizvod izuzetno atraktivan za djecu.</p> <p>Ostale aktivnosti - orijentacijske igre, penjanje, itd.</p>					
Sadržaji/kapaciteti					
<p>Avanturistički park mora biti na atraktivnoj lokaciji, te mora sadržavati sljedeće elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Urede za rezervaciju i prodaju karata • Dio parka za 'lake aktivnosti' (tubing, igralište za djecu, i sl.) • Dio parka za 'grube aktivnosti' (high ropes zona, quad stazu, i sl.) • Prateće sadržaje: ugostiteljske sadržaje, trgovina, suvenirnice itd. • Prostor za parkiranje (za automobile i autobuse) 					
Informacije na internetu					
<p>http://www.park-adrenalina.com/ http://www.marinador.com/zabava-avanturisticki-park-dor; http://www.youtube.com/watch?v=vNbziJbt74; http://www.dolomiti.org/dengl/Cortina/ce/estat3.html http://www.adrenalin-forest.co.nz/ http://www.adventurepark.com/ http://www.adventureparkusa.com/</p>					
Ključni tržišni segmenti					
<p>Posjeta Avanturističkom parku treba biti vrhunac turističkog boravka u destinaciji. Ciljna tržišta uključuju domaće i strano tržište, sa posebnim fokusom na djecu i mlade, obitelji, grupe i korporativne goste sa afinitetom prema aktivnom i zabavnom odmoru u prirodi.</p>					
Investicije					
<p>Raspon investicija 4-6 milijuna Eura (ovisno o sadržaju) prema planu aktivnosti u točki 4. ovog dokumenta</p> <p>Površina: 20-30 ha (idealna za ovakav tip projekta)</p> <p>Mogući izvori financiranja: Privatni sektor uz subvencije javnog sektora</p>					
Tip javne podrške projektu					
<ul style="list-style-type: none"> • Poticaji za razvoj malog poduzetništva 					
Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

RAZVOJ I SPECIJALIZACIJA GASTRONOMIJE (1/2)

Cilj

Mnoge destinacije na turističkom tržištu natječu se da bi ponudile što raznovrsnija iskustva / doživljaje svojim posjetiteljima. Lokalna gastronomija (hrana i vino) integralni su dio iskustva / doživljaja destinacije i igraju značajnu ulogu u njenom razvoju i jačanju pozicije na tržištu. Osim toga, identitet lokalnog stanovništva reflektira se i jača kroz gastronomska iskustva koja destinacija nudi. Ovim programom želi se pozicionirati općinu Viškovo kao destinaciju kvalitetne i bogate gastronomske ponude koja postaje jedan od glavnih motiva dolaska na ovo područje.

Trenutna situacija

Gastronomija, sa svojom lepezom tradicionalnih jela izuzetno je važan resurs u turističkoj ponudi Općine Viškovo. U uskom segmentu, Općina je na neki način i započela profiliranje u smislu gastronomske ponude lokalnih i tradicionalnih proizvoda, što se vidi i iz pozicije pojedinih restorana i njihove kvalitetne ponude (npr. Ronjgi, Šmrika). U restoranima se nude domaća jela, najčešće koncentrirana na istarsku kuhinju, a manje na određene gastronomske specijalitete Halubajštine. S te strane, napravljeni su prvi koraci i postavljeni temelji na kojima se može nadograditi i kvalitetnije razviti gastronomska ponuda cijele Općine. Ovaj projekt pomoći će u specijalizaciji gastronomije kao i njenoj diferencijaciji u odnosu na druge destinacije u Primorsko-Goranskoj županiji.



Restoran Ronjgi



Restoran Šmrika



Očekivani rezultati

- Obogaćivanje iskustava / doživljaja Općine Viškovo kreiranjem gastronomskih iskustava
- Poticanje lokalnih ugostitelja na konstantno obogaćivanje ponude novim specijalitetima
- Specijalizacija i diferencijacija gastronomske ponude Općine Viškovo
- Diferencijacija Općine Viškovo kao destinacije kvalitetnog gastronomskeg užitka

Primjeri



Lokalna hrana



Domaći recepti



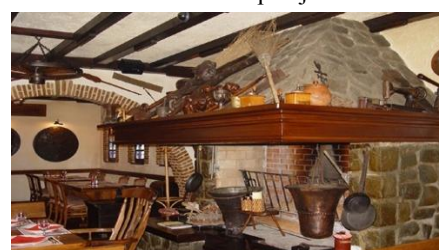
Lokalni specijaliteti



Gastro brend



Radionice "Kuhaj i kušaj"



Tradicionalni restoran/konoba

RAZVOJ I SPECIJALIZACIJA GASTRONOMIJE (2/2)					
Informacije na internetu					
http://www.pralognan.com/uk/forum_du_gout.php http://www.anticacucinagenovese.it/eindex.htm http://www.cookandtaste.net/who.html http://www.frenchentree.com/france-food-cuisine http://www.golfvillas-france.com/services-golf-villa/tourism-gastronomy-golf.php http://www.atlas-euro.org/SIG/Gast/Gast_introduction.htm					
Aktivnosti					
<ul style="list-style-type: none"> • Kreiranje atributa sa dodatnom vrijednošću u sklopu gastronomske ponude Općine Viškovo - kreiranjem odabranih specijalnih oznaka, uspostaviti će se vlastita diferencijacija specijaliziranih proizvoda. Rezultat su različita iskustva raspoloživa na području Općine. • Kreiranje specifičnih oznaka za objekte sa ponudom hrane i pića <ul style="list-style-type: none"> o Karakteristike gostiju: porodice, za mlade, za sportaše, slatokusci ('gourmet'), itd. o Karakteristike hrane: zdrava hrana, dijetna hrana, organska hrana, vegetarijanska hrana, lokalna hrana o Karakteristike ugođaja: lokalna kuhinja, romantični restoran, barovi i restorani za zabavu, restorani na otvorenom i sl. • Programi radionica 'Kuhaj i kušaj' - kuharske radionice za turiste (individualce, grupe, parove, kompanije itd.) u trajanju od jednog dana, organiziranje 'team building' radionica za poslovne goste i sl. Osnivanje komisije za definiranje, implementaciju i kontrolu kriterija dodjele oznaka kvaliteta - bavi se identifikacijom oznaka, definiranjem kriterija za svaku oznaku, dodjela oznaka, te praćenje i ispunjenje kriterija za zadržavanje oznaka. Objekti hrane i pića sa istim oznakama trebaju promovirati svoju oznaku tako da organiziraju događaje. Npr. oni sa oznakom 'Lokalna kuhinja' mogli bi organizirati 'Dane lokalne kuhinje' i sl. 					
Ključni tržišni segmenti					
Kvalitetna gastronomska ponuda privlači različite segmente turista, od obitelji do parova bez djece, kako mladih tako i onih starijih. Potrebno je usmjeriti se na obitelji iz šire regije, te individualce koji provode godišnje odmore u okolnim mjestima (Opatija, Lovran, Ičići i sl.).					
Investicije					
Obnova i tematizacija postojećih restorana - 10.000 - 20.000 Eura					
Postavljanje i organizacija novih restorana (izgradnja restorana na novoj lokaciji ili rekonstrukcija postojeće kuće) - 50.000 - 100.000 Eura					
Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

PROFESIONALIZACIJA I UPRAVLJANJE DOGAĐANJIMA (1/2)**Cilj**

Događanje (engl. event) je kontinuirana aktivnost koja se događa na godišnjoj bazi (jednom godišnje) koja promovira turizam određene destinacije na način da privlači goste te ih potiče na sudjelovanje u određenim aktivnostima. Događanje nedvosmisleno cilja na sudionike i promatrače koji nisu dio lokalne zajednice, čime mora imati više ciljeve od samo lokalnog događaja. Glavni tipovi događanja :

1. Kulturne proslave - festivali, karnevali, vjerski događaji, parade, povijesne komemoracije;
2. Umjetnost i zabava - koncerti, ostale javne izvedbe, izložbe, ceremonije dodjele nagrada
3. Ekonomija i trgovina - sajmovi, burze, potrošački sajmovi, izlaganja, sastanci i konferencije, događaji publiciteta, događaji prikupljanja pomoći
4. Sportska natjecanja - profesionalna, amaterska
5. Obrazovanje i znanost - seminari, radionice, kongresi, interpretativni događaji
6. Rekreacija - igre i sport za zabavu, razonoda
7. Politika i država - inauguracije, investicijske konferencije, VIP posjete, sjednice, skupovi
8. Privatni događaji - godišnjice, obiteljska okupljanja, zabave

Događanje je specifičan proizvod što se tiče sezonalnosti jer se održava jednom godišnje (dakle maksimalno moguća sezonalnost), ali sve destinacije intenzivno rade na kreiranju cjelogodišnjeg kalendara događanja tako da popune potražnju u ostalim mjesecima u godini. Događanje je za turiste obično treće ili četvrto putovanje u godini i traje u prosjeku od jednog do tri dana.

Cilj ovog projekta je da objedini sva događanja na području Općine Viškovo u jednu organizacijsku cjelinu kojom će se sustavno upravljati kroz cijelu godinu. Sva događanja je potrebno promatrati kao turistički proizvod i njime upravljati kao sa poslovnom tvrtkom - postaviti ciljeve, prodajnu i marketinšku strategiju, sustav provedbe i način izvedbe.

Trenutna situacija

Na području Općine Viškovo ima devet manjih događanja koji nisu objedinjeni pod jednom organizacijskom strukturom i koji se organiziraju neovisno jedan od drugog. Događanja organizira Općina i/ili Ustanova Ivana Matetića Ronjgova. Uglavnom se ista događanja organiziraju svake godine u isto vrijeme i sa istim sadržajem. Iznimku je ove godine napravila TZ uvevši novo događanje (Majeвица). Događanja su uglavnom namijenjeni lokalnom stanovništvu i nisu promovirani na širem području.

**Koncept**

Profesionalizacija i upravljanje događanjima odnosi se na postavljanje organizacije odnosno tvrtke koja će se, na nivou Općine, baviti svim aktivnostima vezanim za događanjima. To uključuje: stvaranje brenda svih događanja Općine Viškovo, postavljanje smjernica odnosno pravila organizacije svakog od događanja (od vremenskog trajanja i točnog protokola svake pojedine aktivnosti, izgleda nošnji, uređenja eksterijera, rasporeda štandova, izgleda promotivnih majci, do izbora gastronomske ponude, suvenira, odabira glazbe i sl.), promotivne aktivnosti (izrada letaka, strategije oglašavanja, web portala i sl.), uključivanje u regionalna, nacionalna i internacionalna događanja, suradnja sa ostalim općinama i međusobno povezivanje u ponudi. Profesionalna tvrtka koja se bavi upravljanjem događanjima odgovorna je za samu organizaciju svakog događanja, ali i za koordinaciju svih aktivnosti na Općini koje se dešavaju za vrijeme trajanja određenog događanja, a zahtijevaju posebnu prilagodbu danima događanja (npr. ponuda restorana). Sva događanja zajedno tvore jednu cjelinu i kao takvi nastupaju na turističkom tržištu.

Osim osnaživanja postojećih događanja, potrebno je osmisliti nekoliko novih događanja koja će obogatiti ponudu i dodati novi karakter području (npr. Dani poduzetnika).

PROFESIONALIZACIJA I UPRAVLJANJE DOGAĐANJIMA (2/2)**Očekivani rezultati**

Ovaj projekt donosi višestruke koristi koje doprinosi lokalnoj zajednici / Općini Viškovo i to u sljedećim kategorijama:

- Ekonomske - povećana potrošnja turista i stvaranje novih radnih mjesta
- Turističke / komercijalne - povećano znanje o Općini Viškovo kao turističkoj destinaciji, povećano znanje o potencijalu investiranja i komercijalnih aktivnosti u regiji
- Materijalne - izgradnja novih sadržaja kao i unapređenje lokalne infrastrukture
- Socio-kulturološke - povećanje razine lokalnog interesa i sudjelovanja u aktivnostima vezanim za događaj, pojačavanje tradicijskih vrijednosti Općine
- Psihološke - povećani lokalni ponos i duh zajednice, povećana razina shvaćanja drugih percepcija
- Političke - povećana međunarodna poznatost Općine Viškovo i njezinih vrijednosti, promocija političkih vrijednosti koje zastupa lokalna vlast odnosno stanovništvo

Informacije na internetu

- http://www.tourism.vic.gov.au/strategicplan/plan2002_2006/8_sporting_and_cultural_events/victorian_events.htm;
- <http://en.travelnt.com/explore/alice-springs/alice-travel-guide/festivals.aspx>
- <http://www.eif.co.uk/>
- <http://www.vmec.com.au/>

Aktivnosti

- Otvaranje tvrtke za Upravljanje događanjima
- Postavljanje poslovne strategije tvrtke
- Zapošljavanje ljudi (min. 3 osobe)
- Strategije razvoja svakog pojedinačnog događanja
- Proširenje palete događanja (posebno na ljetnu sezonu)
- Marketinška i prodajna strategija

Investicije

Inicijalno bi se projekt financirao od strane javnog sektora u okviru kojeg bi Turistička zajednica osigurala ljudske resurse i omogućila korištenje postojećih prostora. Za sam početak rada investicija bi se kretala oko 15.000 Eura.

Nakon jednogodišnjeg uhdavanja, javni bi se sektor kapitalno trebao povezati sa pojedincima i udrugama koji bi do-financirali još 15.000 Eura, kroz modele članarina, donacija i dotacija.

Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

ZAVIČAJNA KUĆA ZVONČARA (1/2)

Cilj

Zavičajna kuća zvončara zabavno je edukativnog karaktera i ima za cilj educirati posjetitelje o povijesti i kulturi Halubajskih zvončara na ovom području na zabavan i interaktivan način. Uz učenje o odjeći i elementima nošnje Zvončara, tradiciji njihova ophoda po selima i značaju zvonjave, kuća dočarava uvjete i život kroz povijest Zvončara, njihove običaje i kulturu. Zavičajna kuća postaje dio turističke ponude i jedan od motivatora dolaska na Općinu Viškovo.

Trenutna situacija

Halubajski zvončari zaštićeni su od strane Ministarstva kulture, a »Godišnji pokladni ophod zvončara s područja Kastva« uvršten je na UNESCO-ovu reprezentativnu listu nematerijalne kulturne baštine svijeta ustanovljenu Konvencijom o zaštiti nematerijalne kulturne baštine u 2003. godini. Halubajski zvončari djeluju kao udruga već dugi niz godina, imaju 220 članova muške populacije od 18 i više godina te 120 djece u dobi od 1 do 18 godina. Razdoblje njihove najveće aktivnosti je u doba maškara i karnevala (od siječnja do ožujka) kada tradicionalno obilaze sela na području općine Viškovo i Kastav te sudjeluju u finalnoj povorci na Riječkom karnevalu. U ostalim mjesecima gostuju po karnevalima i maškaranim povorkama u Hrvatskoj i u inozemstvu. Od značajnijih suvenira imaju izdan DVD. Međutim, iako najznačajniji dio povijesti i kulture općine Viškovo, Halubajski zvončari nemaju svoju zbirku, muzej ili stalni postav gdje posjetitelji mogu saznati više o toj visokovrijednoj tradiciji.



Koncept

Kuća se sastoji od četiri osnovna segmenta:

1. **Stalni postav**
2. **Edukacija**
3. **Zabava**
4. **Suvenirnica**

1. *Stalni postav*

U obliku etnografske zbirke, stalni postav prezentira razvoj Zvončara kroz povijest, razloge njihova nastajanja i osnovnu poantu njihova održavanja (tjeranje zlih duhova zime i poticanje novog proljetnog ciklusa). Putem slika i video zapisa prezentiraju se odjevni elementi i rekviziti (maska, zvona, balta ili bačuka), a putem audio i video zapisa prezentira se zvonjava i njihov obilazak po selima, običaji pri svakom dolasku, hrana i piće. Stalni postav uključuje i elemente pripreme Zvončara za ophod, njihovo oblačenje, sakupljanje i zagrijavanje. Dio postava postavlja se u stvarnoj veličini sa popratnom scenografijom i audio-vizualnim efektima.

2. *Edukacija*

Poseban prostor unutar kuće bio bi namijenjen organizaciji edukativnih radionica tradicionalnih zanata. Radionice su prvenstveno fokusirane na učenike osnovnih i srednjih škola te studente sa fakulteta povijesti i umjetnosti te ostalih srodnih usmjerenja. Po potrebi, radionice se mogu organizirati i za turističke grupe posebnih interesa.

Tematika edukativnih radionica je različita, ali usko povezana sa Zvončarima:

- *Izrada maski (za vrijeme karnevala)*
- *Šivanje karnevalske odjeće*
- *Izrada drvenih suvenira Viškova*

- *Lijevanje zvona i sl.*

U okviru edukacije, organiziraju se i tematska predavanja tokom cijele godine, javno otvorena i zatvorena predavanja prema upitu.

Teme predavanja vezane su za povijest i tradiciju Zvončara te za povijest mjesta u Općini Viškovo

- *Zvončari – kako su nekad zvonili*
- *Domaći recepti Viškova za vrijeme Karnevala*

3. Zabava

Zavičajnu kuću koristi se i u svrhu organizacije predstava i manjih zabavnih događanja koja bi privukla različite profile gostiju. U posebno namijenjenom prostoru kuće postavljaju se kazališne predstave Zvončara koje oživljavaju priču zvončara i omogućuju posjetiteljima aktivno sudjelovanje kroz uključivanje u zvonjavu na kraju predstave ili tijekom izvedbe određenih točaka. Predstave se održavaju na više stranih jezika (u dogovoru s turističkim agencijama i hotelima), te imaju više postava programom prilagođenih profilima posjetitelja (vrtićka djeca, školska djeca, studenti, umirovljenici, obitelji s djecom).

4. Suvenirnica

U sklopu kuće nezaobilazan dio je suvenirnica u kojoj je omogućena prodaja suvenira vezanih za Zvončare:

- *DVD-ovi o Zvončarima*
- *Foto-monografija*
- *Knjige o povijesti Zvončara, razglednice sa slikama Zvončara*
- *Ručno izrađeni suvenirni: drveni zvončari, zvona, maske, bačuke*
- *Majice (kakve nose zvončari, sa grbom Općine i sl.)*
- *Domaći likeri, rakije pakirane u posebne boce (npr. u obliku zvona) kao tradicionalno piće Zvončara*



Stalni postav



Radionice tradicionalnih zanata



Predstave



Suvenirnica

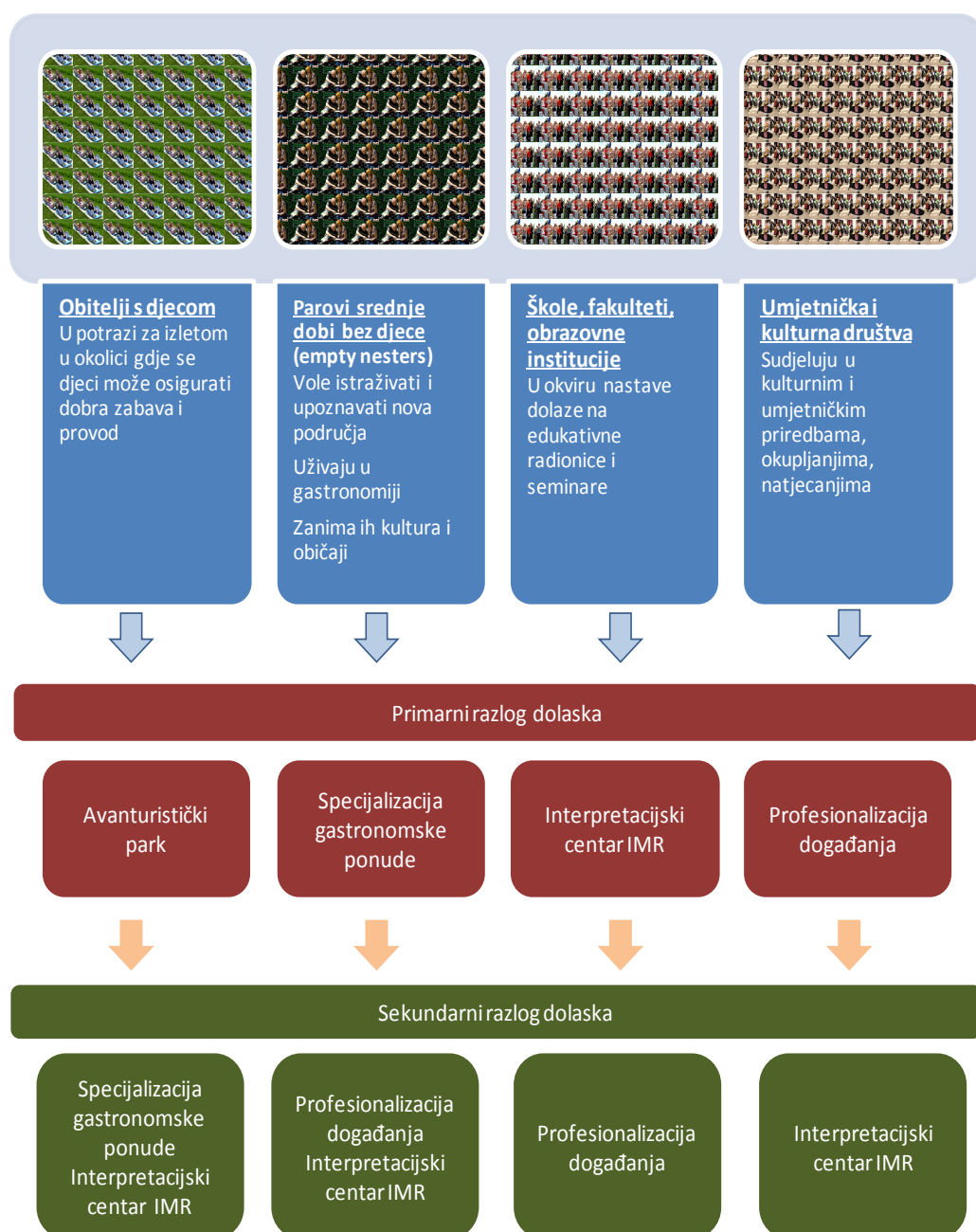
ZAVIČAJNA KUĆA ZVONČARA (2/2)					
Očekivani rezultati					
Ovaj projekt donosi višestruke koristi za Općinu Viškovo:					
<ul style="list-style-type: none"> • Turističke / komercijalne – jačanje tematike/proizvoda Zvončara kao značajnog dijela turističke ponude i kulturnog doprinosa Općine Viškovo, privlačenje većeg broja turista; • Ekonomske – veća potrošnja turista; • Socio-kulturološke - pojačavanje tradicijskih vrijednosti Općine, povećanje razine lokalnog interesa i sudjelovanja u aktivnostima projekta; • Psihološke - povećani lokalni ponos i duh zajednice 					
Informacije na internetu					
<ul style="list-style-type: none"> • www.anamnesia.com • www.kunstkamera.ru • www.eac-bg.com/en/museum/expo/ 					
Aktivnosti					
<ul style="list-style-type: none"> • Rješavanje pitanje prostora za izgradnju ili rekonstrukciju zavičajne kuće – nabava građevinske dozvole (uz pretpostavku da već postoji riješena lokacija) • Izrada idejnog rješenja projekta • Pronalaženje modela financiranja 					
Investicije					
<ul style="list-style-type: none"> • Procijenjena investicija iznosi 250.000 do 300.000 Eura (bez troškova akvizicije zemljišta) • Predlaže se javno-privatno partnerstvo 					
Prioritet			Trošak		
Nizak	Srednji	Visok	Nizak	Srednji	Visok

3.6. Profil gostiju

Obzirom na postavljene projekte, potrebno je definirati kakvom profilu gostiju su sadržaji tih projekata usmjereni. Definiranost profila gostiju bitna je radi postavljanja realnih marketinških i prodajnih ciljeva. Svaki od planiranih projekata privući će različitu strukturu gostiju, ali neće isključivati međusobnu umreženost ponude postojećeg lanca vrijednosti cijele Općine. To znači da gost jednog sadržaja vrlo lako može postati posjetitelj odnosno korisnik nekog drugog sadržaja (npr. posjetitelj avanturističkog parka može se zainteresirati za posjet lokalnom restoranu).

Preduvjet izgradnje takvog lanca vrijednosti gdje jedan sadržaj veže drugi, je jasna struktura ponude, suradnja lokalnih poduzetnika i međusobna integriranost usluga.

Turističku ponudu potrebno je usmjeriti na četiri osnovna profila gostiju:



Predloženim projektima nisu isključeni poslovni gosti kao dosadašnji najveći korisnici usluga na području Općine (smještaj i gastronomija). Poslovni gosti ostat će i dalje značajan turistički segment Općine Viškovo, ali će im se ovim projektima pružiti mogućnost dodatnog sadržaja i kvalitetnije usluge.

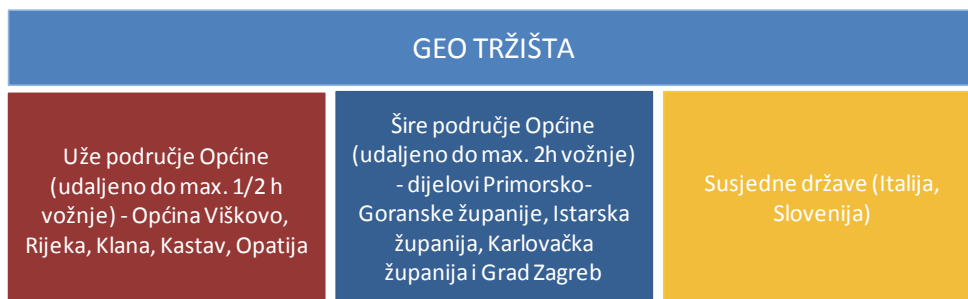
3.7. Geo tržišta

Osnovom karakteristika gostiju i njihovih interesa, potrebno je sagledati realna tržišta odnosno geografska područja sa kojih je moguć priljev gostiju na područje Općine Viškovo.

Općina Viškovo se treba prvenstveno osloniti na svoje uže okolno područje (gradove Rijeku i Opatiju, te općine Kastav, Klana i Jelenje). Gradovi Rijeka i Opatija posebno su interesantni radi većeg priljeva i cirkulacije inozemnih gostiju koji su u potražnji za zanimljivim događanjima, jednodnevnim izletima i specifičnostima područja.

Obzirom da bi avanturistički park postao jedinstvena atrakcija i glavni motiv dolaska na području šire regije, otvorila bi se mogućnost privlačenja posjetitelja iz udaljenijih mjesta. Stoga se šire područje općine, udaljeno do maksimalno 2h vožnje, smatra značajnim tržištem obiteljskih izleta posebno u dane vikenda.

Općina Viškovo nalazi se vrlo blizu granice sa Slovenijom (granični prijelaz Rupa) te je tako lako i brzo dostupna Slovencima i Talijanima. Te su dvije države potencijalna tržišta za usmjeravanje turističke ponude i privlačenje gostiju posebno motivima avanturističkog parka i profesionalizirane gastronomske ponude.



3.8. Nositelji razvoja

Projekt razvoja turizma općine Viškovo pretpostavlja mijenjanje dosadašnjeg načina korištenja fizičkih, kulturoloških i ostalih resursa bitnih za funkcioniranje turističke destinacije kao i njihovim upravljanjem. Obilaskom terena kao i razgovorom sa ključnim subjektima koji su direktno povezani sa funkcioniranjem gospodarstva uopće, došli smo do zaključka da je sadašnja struktura ključnih subjekata u vidu financijskih, ali i organizacijsko-upravljačkih mogućnosti relativno ograničena u mogućnosti isporuke vizije i ranga aspiracija razvoja turizma na području općine ukoliko se međusobno ne povežu i formaliziraju odnose.

Horwath HTL je na bazi provedenog procesa komunikacija na ovom projektu utvrdio šest ključnih interesnih subjekata na koje je nužno računati u profesionalnoj artikulaciji nositelja razvoja turizma:

1. **Sadašnji i potencijalni korisnici sadržaja rekreacije i turističkih usluga** - a čiji su interesi implicitni budući da se razvojna vizija i koncept baziraju na trenutačnim i očekivanim preferencijama lokalnog rekreacijskog te lokalnog i djelomično međunarodnog turističkog tržišta. U tom smislu radi se o interesnom subjektu s naglašenim mogućnostima izbora u odnosu na slične ili iste turističke destinacije na lokalnom i regionalnom tržištu i prema tome, interes je eksterno zadan pa su ostali subjekti inicijalno uključeni u realizaciju ovog projekta. Ovaj skup subjekata iako nije involviran u sam proces nositelja razvoja, zapravo je ključni interesni subjekt koji nameće pravila igre neposredno involviranim nositeljima razvoja turizma na prostoru općine.
2. **Lokalno stanovništvo** - tri su osnovna interesa lokalnog stanovništva u planiranju i realizaciji ovakvih projekata. Prvi je interes otvaranje prostora za rast, zapošljavanje, edukaciju i dodatna znanja te napredovanje u profesionalnim karijerama predstavnika lokalne zajednice kroz čiji interes se u najvećoj mjeri očituje potpora ili eventualno oponiranje predloženom projektu. Drugi je interes povezan sa mogućnostima pristupa lokalnog stanovništva planiranim sadržajima turizma i rekreacije, dok je treći interes povezan sa psihološkim vrijednostima utjecaja planiranog projekta na imidž prostora lokalne zajednice.
3. **Općina Viškovo sa lokalnim općinskim / javnim poduzećima** - glavni interes općine je dalji gospodarski razvoj kroz širenje porezne baze te posebno otvaranje mogućnosti za zapošljavanje. Dodatno, općina vodi brigu da svojim općinskim / javnim poduzećima, a koja se bave lokalnim prometnicama, komunalijama i drugim javnim subjektima, proširi bazu za povećanje prihoda. U tom smislu, a koristeći svoje mogućnosti, općina je već vlastitim snagama i napose preko inicijative lokalnog stanovništva donijela Prostorni plan općine, u kojem je identificirala područja od interesa za rekreaciju i turizam. Sa druge strane je provela proceduru osnivanja općinske turističke zajednice, čime je napravila glavne administrativno pravne korake u sagledavanju turizma na duži rok.
4. **Turistička zajednica općine Viškovo** - prema osnivačkom statutu TZ obavlja poslove marketinga, razvoja turističkih proizvoda i organizacije događaja i aktivnosti na prostoru Općine. Pošto je tek stavljena u funkciju, ona se financira sredstvima općinskog budžeta, ali je i otvorena donacijama i sponzorstvima. Riječ je o jedinom turizmu usmjerenom javnom lokalnom subjektu kojeg je formirala općina. TZ je započela suradnju i aktivnosti sa svim zainteresiranim privatnim, javnim i ne vladinim subjektima na prostoru Općine te je preuzela ulogu inicijatora pokretanja Strateškog okvira razvoja turizma. Uloga turističke zajednice će se s vremenom povećavati i nastavno na to će preuzimati sve veće odgovornosti i time postati glavni inkubator razvoja turizma na prostoru Općine.

5. **Gospodarski subjekti i privatni poduzetnici** - na lokalnoj razini već je zamijećen određeni broj poduzetnika sa interesom širenja već postojećih kao i otvaranja novih poslova i investicija na području Općine. Do sada identificirane inicijative su bile uglavnom ograničene s obzirom na nepripremljenost cjeline projekta kao i postojanje objektivnih administrativnih i financijskih prepreka za jači angažman lokalnog poduzetništva. Za očekivati je da će se konačnom prezentacijom Strateškog okvira razvoja turizma Općine i usmjerenim komunikacijama prema lokalnom poduzetništvu te napose očekivanim državnim i županijskim programima poticaja za malo i srednje poduzetništvo, ovaj projekt u značajnoj mjeri biti usmjeren prema ovoj interesnoj skupini.
6. **Lokalne udruge, asocijacije i društva (ne-vladine organizacije)** - lokalna interesna udruženja (trenutno 46 registriranih), svakako su važni subjekt koji imaju misiju održavanja i razvijanja svih usluga i sadržaja vezanih na njihove djelatnosti, a koji uključuju u krajnjoj instanci razrađeni sustav aktivnosti, događaja, usluga i sadržaja. U daljem razvoju projekta, a posebno u internom marketingu, bit će neophodno da se uključi i odredi poslovna misija i svih drugih eventualnih interesnih udruženja na području Općine.

Identificirani subjekti / nositelji razvoja moraju preuzeti odgovornost međusobne suradnje, sa preporukom formaliziranja te suradnje (u obliku formalno pravnog rješenje - Ugovor, Povelja ili sl.) i time započeti rješavanje ključnih točaka za ostvarenje preporuka Strateškog okvira razvoja turizma na prostoru Općine.

4. AKCIJSKI PLAN

Ovaj je Strateški okvir razvoja po našoj ocjeni prvi i najvažniji korak u profesionalnoj artikulaciji i izvođenju programa razvoja turizma ovog prostora. U ovoj su fazi njegovi rezultati usmjereni najmanje na četiri grupe interesa, i to:

- Lokalnoj javnosti i interesnim subjektima kojima ovaj Strateški okvir na razini koncepta treba biti dostupan i o kome valja upoznati širu javnost Općine;
- Eksternoj javnosti na području riječkog prstena, a prije svega Županiji i njenoj TZ, koje na bazi ovog plana trebaju razmotriti forme podrške planu;
- Animaciji lokalnih i regionalnih investitora, a u cilju što bržeg pokretanja razvojnih projekata, i konačno
- Općini Viškovo, koja u slučaju prihvatanja izloženog Strateškog okvira, treba pristupiti implementaciji dalje predstavljenog plana aktivnosti.

Plan aktivnosti smo zamislili kao prijedloge općih aktivnosti i aktivnosti vezane na predložene ključne projekte.

Opći plan aktivnosti

- Usvajanje Strateškog okvira kao službenog dokumenta razvoja / smjernica turizma Općine i njegova promocija široj javnosti;
- Pokretanje uske suradnje prvenstveno TZ-ova riječkog prstena na marketingu i međusobnoj promociji turističkih proizvoda i usluga;
- TZ Viškovo - plan internog marketinga predloženih projekata - animacija, obilazak ključnih gospodarskih subjekata.

Plan aktivnosti za projekt Interpretacijskog centra Ronjgi

- Identifikacija imovinsko-pravnih odnosa objekta i prostora oko objekta;
- Prostorno-plansko i regulacijsko tretiranje;
- Identificiranje ključnih interesa i odnosa subjekata - Ustanova, Općina, restoran, udruge itd;
- Izrada programa, misije projekta sa izradom modela investicija, upravljanja i raspodjele prihoda između interesnih subjekata;
- Izrada projektne dokumentacije i ishodovanje svih potrebnih dozvola (lokacijskih, građevinskih, tehničkih i sl.)
- Akvizicija i priprema ljudskih resursa - trening, obrazovanje, priprema sadržaja (audio, video, tekst);
- Plan internog (za vrijeme izrade projekta) i eksternog marketinga (nakon otvorenja);

Plan aktivnosti za projekt Avanturističkog adrenalina parka

- Identifikacija prostora od 20 do 30 ha (prema postojećem Prostornom planu postoji površina od 10 ha, dakle pokušati pronaći dodatnih 20-tak hektara prostora);
- Izrada modela javno-privatnog partnerstva (JPP) - Općina, zainteresirani gospodarski subjekt/subjekti / investitori - po principu Općina daje zemljište+infrastrukturu, dok investitor daje sadržaj;
- Prenos / otkup zemljišta i njihovo unošenje u temeljni kapital JPP-a;
- Usklađivanje Prostornog plana Općine kao i detaljnih planova uređenja naselja sa razvojnim konceptom;
- Razvoj općih smjernica dizajna projekta i kontroliranje kvalitete izvođenja;
- Infrastrukturno opremanje cjelokupne lokacije - pristup, električna energija, vodoopskrba, telekomunikacije, itd;
- Izrada i objava javnog natječaja za biranje partnera za razvoj pojedinih dijelova lokacije ili jednog u cijelosti te definiranje ugovornog odnosa sa odabranim partnerom / partnerima;
- Akvizicija / traženje ljudskih resursa i njihova obuka i obrazovanje;
- Izrada Plana marketinga i prodaje.

Plan aktivnosti za projekt Razvoj i specijalizacija gastronomije

- Izrada plana "klastera restorana" - identifikacija postojećih i novih prostora za restorane
- Izrada projekta tematizacije / vrste gastronomske ponude (opcija i vrsta gastronomske ponude) sa sustavom označavanja kvalitete
- Program poticaja / subvencija na lokalnoj razini prilikom investiranja lokalnih poduzetnika u tematizaciju i preuređenje
- Program edukacije - poduzetnika, zaposlenika u smislu upravljanja sustavom kvalitete, HACCP sustava, operacijskih pravila u objektima hrane i pića - sa ciljem produciranja vrhunske kvalitete gastronomske ponude bez obzira na vrstu i oblik
- Uz ostvarenje programa gastronomije, predlažemo u krajnjoj instanci i stvaranje Gastro akademije Viškovo - sa angažmanom vrhunskih kuhara regije i radionicama na bazi dva do tri dana.

Plan aktivnosti za projekt Profesionalizacija i upravljanje događanjima

- Osnivanje Ureda za događaje (evente) pri TZ Viškovo;
- Inventarizacija postojećih, prikupljanje ideja za nove događaje sa smjernicom da se svaki mjesec napravi jedan događaj;
- Profesionalizacija i edukacija interesnih subjekata putem seminara i radionica;
- Izrada Marketing strategije događaja Općine.

Plan aktivnosti za projekt Zavičajna kuća Zvončara

- Rješavanje pitanje prostora za izgradnju ili rekonstrukciju zavičajne kuće – nabava građevinske dozvole (uz pretpostavku da već postoji riješena lokacija)
- Identificiranje ključnih interesa i odnosa subjekata – Udruga, Općina, TZ
- Izrada idejnog rješenja projekta
- Pronalaženje modela financiranja
- Akvizicija i priprema ljudskih resursa - trening, obrazovanje, priprema sadržaja (audio, video, tekst);
- Plan internog (za vrijeme izrade projekta) i eksternog marketinga (nakon otvorenja);

Horwath HTL izražava punu spremnost u daljnjoj suradnji sa općinom Viškovo ako i sa TZ Viškovo, ne samo putem potrebnih prezentacija interesnim subjektima, već i posebno u razvoju i realizaciji projekata koji će se kroz implementaciju ovog Strateškog okvira provoditi.

Isto tako izražavamo svoju spremnost da se uključimo u projekte animiranja i pružanja pomoćnih usluga investitorima / poduzetnicima pojedinih projekata, a posebno onih u turističkom smještaju kao našim centrom izvrsnosti.

5. IZVORI INFORMACIJA

1. Dokumenti dobiveni od Općine Viškovo:

- a. Prostorni plan uređenja Općine Viškovo
- b. Površina, stanovništvo i gustoća stanovništva
- c. Osnovni financijski rezultati poslovanja poduzetnika u 2007.g.
- d. Registrirane pravne osobe prema područjima nacionalne klasifikacije djelatnosti
- e. Zaposleni u pravnim osobama prema područjima nacionalne klasifikacije djelatnosti
- f. Demografija
- g. Geografija
- h. Lista udruga
- i. Turistička inventarizacija
- j. Povijest Viškova

2. DZS

3. Provedeni razgovori sa općinskim dionicima:

- a. Općina: načelnik Općine - Goran Petre
- b. Turistička zajednica: predsjednica TZ - Sanja Udović
- c. Arhitekt - Tomislav Kukin
- d. Restoran Nono Frane: vlasnik - Vjekoslav Lazić
- e. Restoran Ronjgi: predstavnik - Guido Mušković
- f. Pansion Šmrika : vlasnik - Marinko Host
- g. Ustanova I.M. Ronjgov: direktor – Darko Čargonja
- h. Ministarstvo kulture, Uprava za zaštitu kulturne baštine, konzervatorski odjel Rijeka; predstavnica – Ljiljana Sladonja

4. Razgovori i rezultati dobiveni na radionici (02.srpnja, 2009.g.)

5. Internet stranice:

- a. <http://www.opcina-viskovo.com/default.asp>
- b. <http://ustanova-ronjgov.com/>
- c. <http://www.smrika.hr/>
- d. <http://www.halubajski-zvoncari.com/onama.htm>

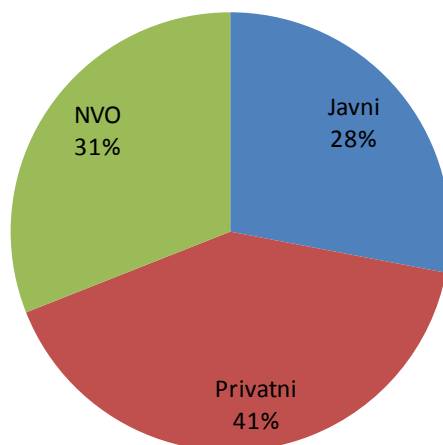
6. APPENDIX

Na interaktivnoj radionici, održanoj 02. srpnja, 2009.g., učestvovalo je 38 sudionika. Osnovni cilj interaktivne radionice bio je uskladiti se oko vizije, motiva i nositelja razvoja turizma Općine Viškovo.

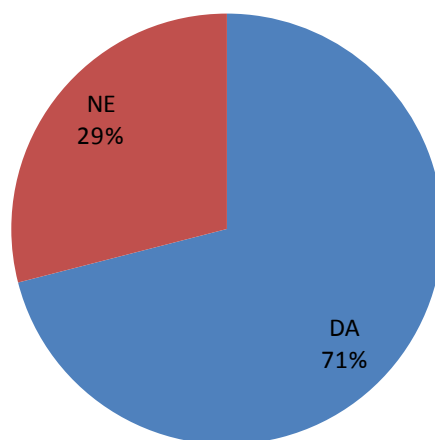
Sudionici su odgovarali na pitanja vezana za trenutnu situaciju turizma na Općini, te su izrazili svoje stavove oko mogućnosti razvoja turizma na području cijele Općine.

Prezentacija s radionice predana je Naručitelju, a razrada odgovora prema pitanjima prikazana je u sljedećim grafovima:

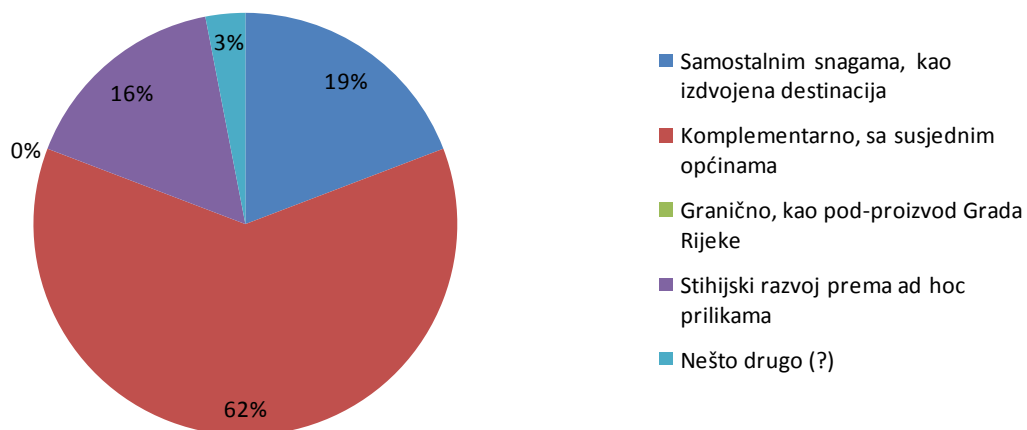
1. Kojem sektoru pripadate?



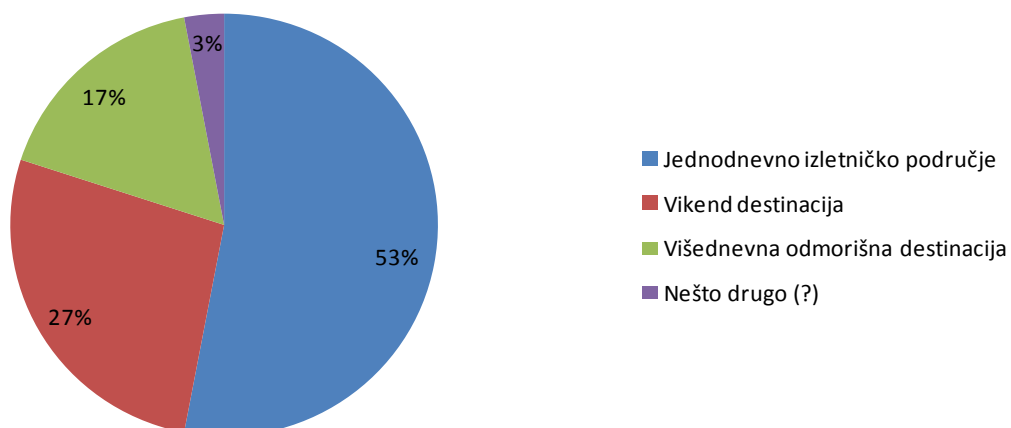
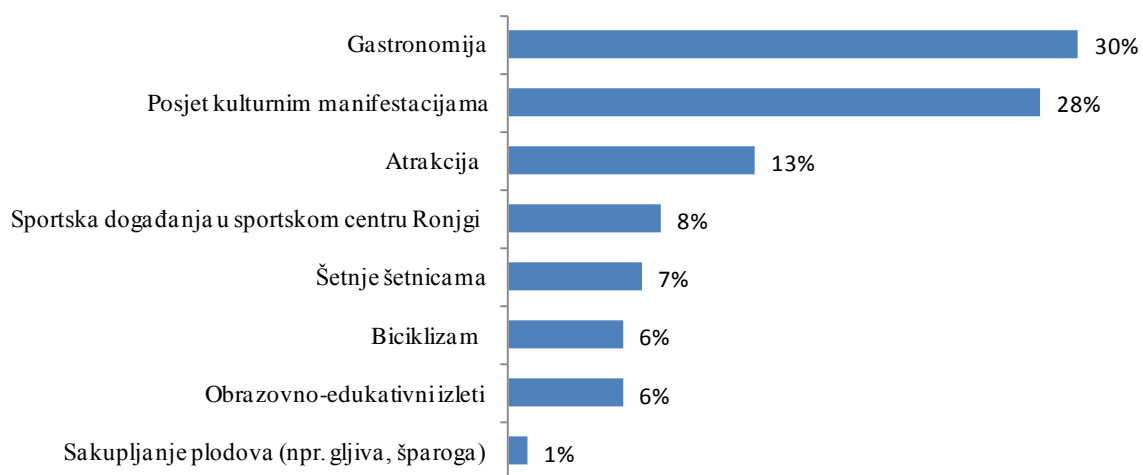
2. Da li smatrate da bi turizam mogao postati jedan od nositelja gospodarstva Općine Viškovo?



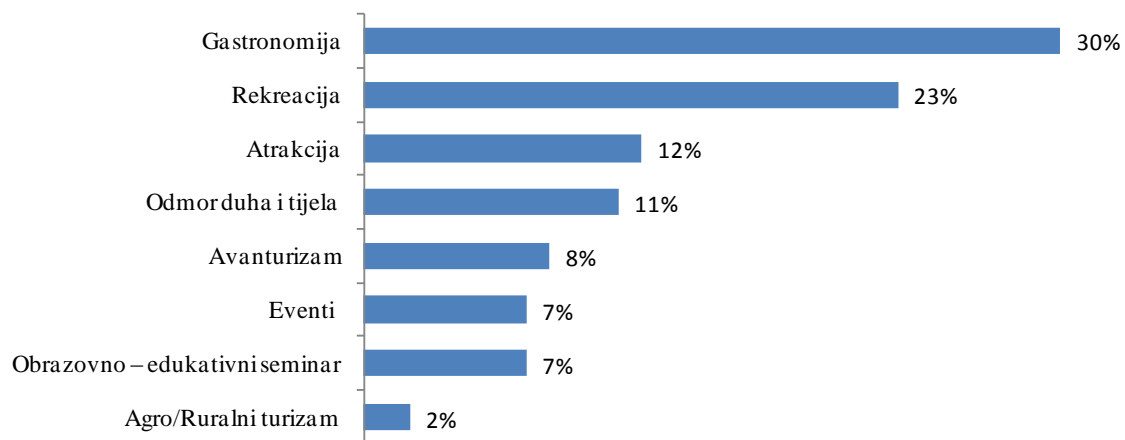
3. Koji bi bio optimalan model razvoja turizma Općine Viškovo?



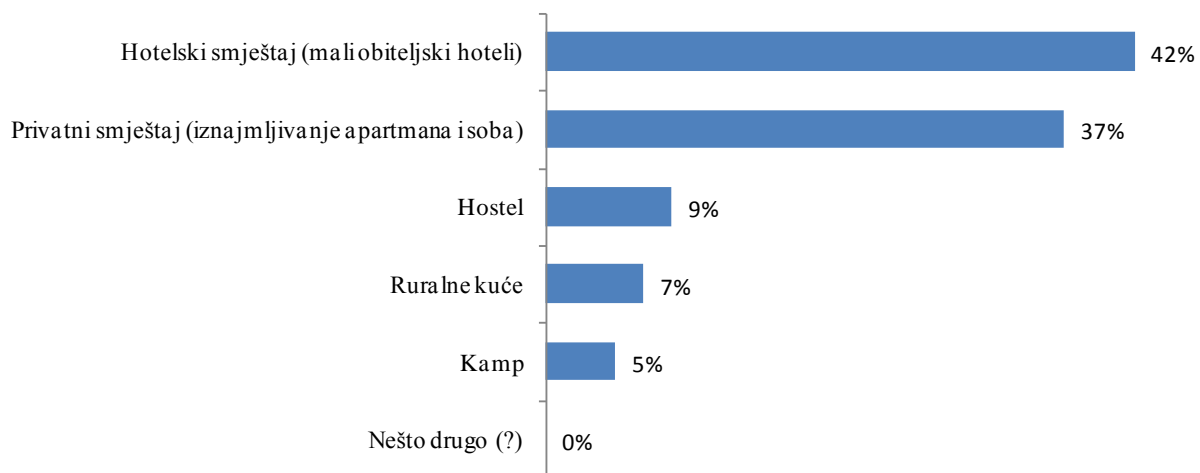
4. Kakva vrsta turističkog područja bi Općina Viškovo željela biti?

5. Kakva vrsta turističkog područja bi Općina Viškovo željela biti?
(moguća 3 odgovora)

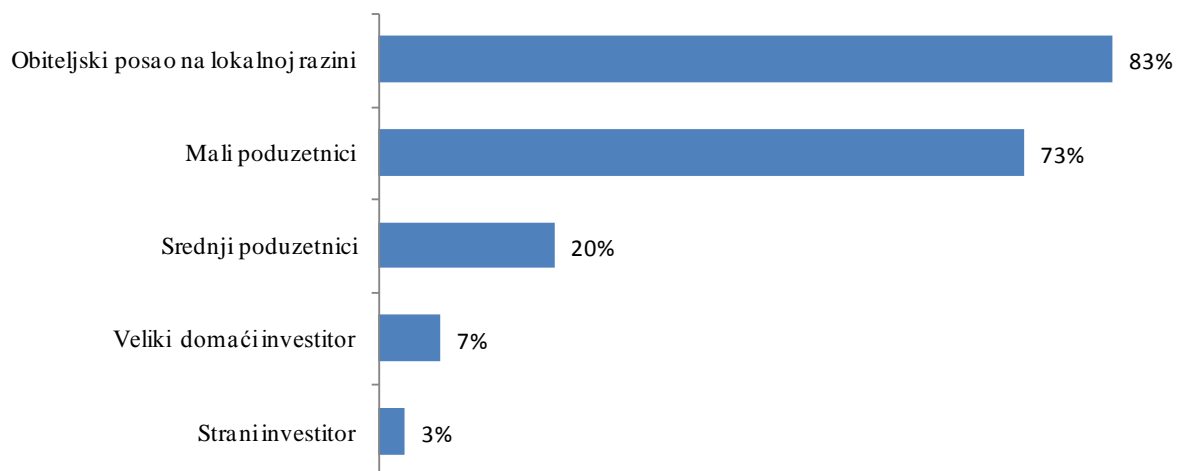
6. Ako bi bila višednevna odmorišna destinacija, koji bi specijalni interesi bili glavni razlog za višednevni boravak na području Općine Viškovo?
(moguća 3 odgovora)



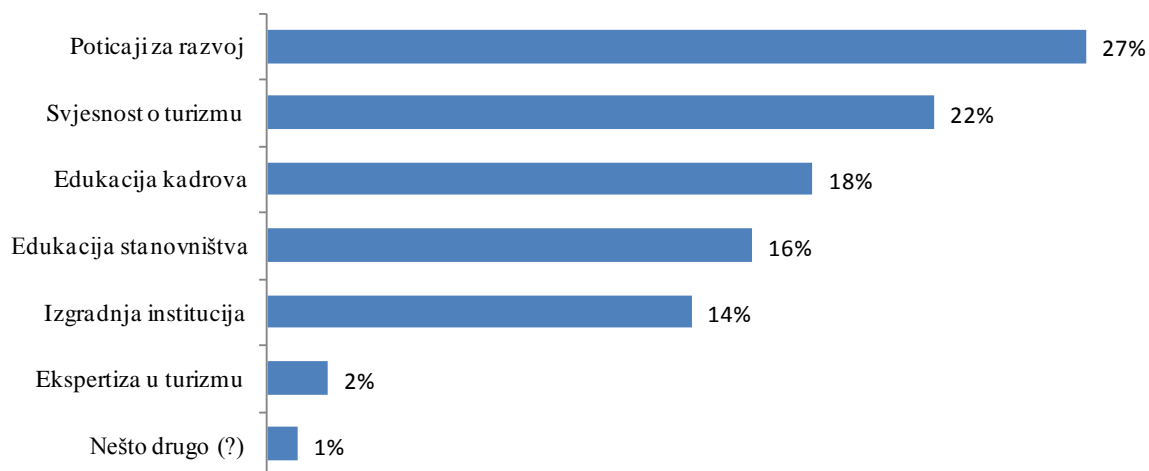
7. U tom slučaju, koji bi oblik smještaja bio najpovoljniji za Općinu?
(moguća 2 odgovora)



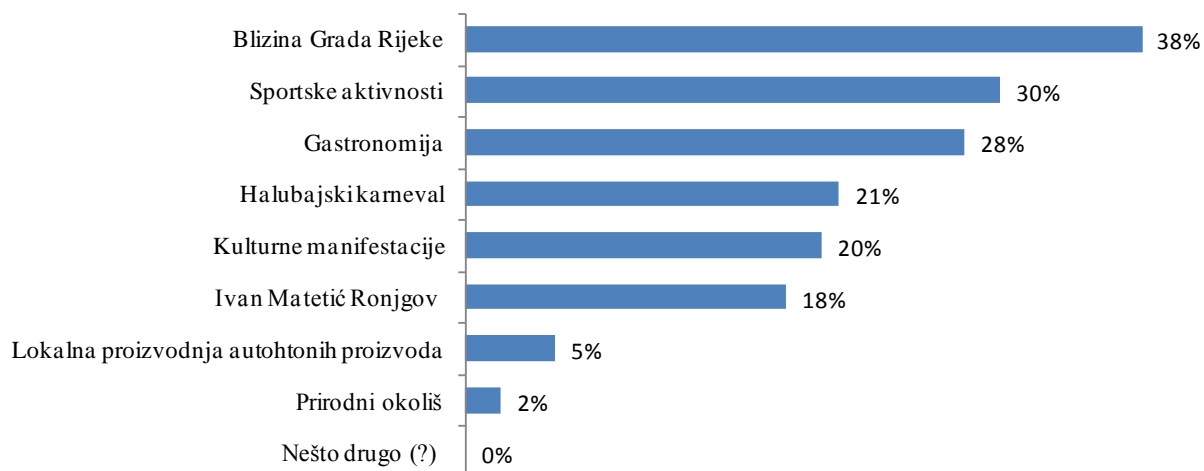
8. Tko bi trebao preuzeti odgovornost za razvoj turizma?
(moguća 2 odgovora)



9. Koji su ključni preduvjeti za razvoj i rast turizma vaše destinacije??
(moguća 3 odgovora)



10. Na kojim motivima se treba bazirati razvoj turizma Općine Viškovo?
(moguća 2 odgovora)



11. Kojim biste projektima željeli pokrenuti turizam Viškova?
(moguća 3 odgovora)

