

**PLAN RAZVOJA  
TURIZMA RIJEKE  
DO 2028. GODINE**

Naručitelj:  
Turistička zajednica grada Rijeke

Izvođač:  
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu  
Sveučilište u Rijeci

Lektorica:  
Sandra Marman, viša lektorica  
Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci

Rijeka, 2024.

# SADRŽAJ

SADRŽAJ .....	3
UVOD .....	1
1. POLAZIŠTA ZA IZRADU PLANA .....	3
2. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA .....	7
2.1. TURISTIČKI PROMET I STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA .....	7
2.2. TURIZAM RIJEKE – percepcija lokalnog stanovništva .....	17
2.3. SWOT ANALIZA.....	25
3. VIZIJA TURIZMA – RIJEKA 2028.....	27
4. RAZVOJNE POTREBE I RAZVOJNI POTENCIJALI .....	29
5. CILJEVI I MJERE .....	33
5.1. Posebni cilj 1. Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada .....	33
Mjera 1.2. Upravljati turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta grada.....	34
Mjera 1.3. Jačati marketing destinacije .....	34
5.2. Posebni cilj 2. Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja .....	37
Mjera 2.1. Razvijati i inovirati ponudu posebnih oblika turizma .....	37
Mjera 2.2. Uključivati lokalnu zajednicu u kreiranje turističkih doživljaja .....	38
Mjera 2.3. Snažiti pristupačnost .....	39
Mjera 2.4. Kapitalizirati nasljeđe EPK 2020 .....	39
Mjera 2.5. Jačati kompetencije ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu.....	39
5.3. Posebni cilj 3. Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma.....	41
Mjera 3.1. Podržavati investicije i poduzetničke inicijative u funkciji razvoja turizma .....	41
Mjera 3.2. Promicati razvoj smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem poslovanju .....	41
Mjera 3.3. Organizirati turističke događaje tijekom cijele godine .....	42
Mjera 3.4. Privlačiti oznake kvalitete i međunarodne brendove .....	42
5.4. Posebni cilj 4. Osnaživanje partnerske suradnje .....	45
Mjera 4.1. Poticati sinergiju sektorskih politika i dionika .....	45
Mjera 4.2. Jačanje participativnog odlučivanja u turizmu .....	45
Mjera 4.3. Unaprjeđivati menadžment destinacije .....	46
ZAKLJUČAK .....	49
SAŽETAK .....	51
Prilog 1. Prikaz posebnih ciljeva i pokazatelja ishoda Plana razvoja turizma Rijeke do 2028. godine....	53
LITERATURA I IZVORI .....	55



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

# UVOD

Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine (u daljem tekstu Plan) izrađen je u svrhu formiranja planske osnove za razvoj turizma na području grada Rijeke, uvažavajući tržišne trendove, lokalne specifičnosti i razvojne mogućnosti u danom periodu.

U postupku izrade Plana uvaženi su relevantni planski dokumenti na gradskoj, županijskoj i nacionalnoj razini pri čemu se posebno može istaknuti Strategija održivog turizma do 2030. godine, Nacionalni plan održivog turizma do 2027. godine, Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine i Plan razvoja grada Rijeke 2021. – 2027. Također, uvaženi su dokumenti koji definiraju relevantne europske politike od značaja za donošenje ciljeva i mjera razvoja turizma na destinacijskoj razini.

Plan se strukturira kroz sljedeće tematske cjeline:

- Uvod,
- Polazišta za izradu Plana,
- Analiza sadašnjeg stanja,
- Vizija turizma – Rijeka 2028.,
- Razvojne potrebe i razvojni potencijali,
- Ciljevi i mjere,
- Zaključak,
- Sažetak.

Pri izradi Plana uvaženo je participativno načelo formiranja i usuglašavanja dokumenta. Istražena je dostupna literatura, dokumenti i analizirani podaci za potrebe Plana. Posebno su u obzir uzeti stavovi lokalnog stanovništva o turizmu i učincima koje on generira na području grada Rijeke. Održane su radionice s članovima radne skupine i obavljeni intervjui s ključnim dionicima turističkog razvoja Rijeke te uvaženi stavovi Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Rijeke.

Vizija turizma Rijeke do 2028. godine u skladu je i podupire definiranu viziju Rijeke u okviru Plana razvoja grada Rijeke 2021. – 2027.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# 1. POLAZIŠTA ZA IZRADU PLANA

Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine glavni je razvojni dokument za područje turizma grada Rijeke u cijelosti usklađen s nadređenim planskim dokumentima na nacionalnoj, regionalnoj i razini grada Rijeke kao i aktualnim europskim politikama. Pri njegovu su se formiranju, uz navedene dokumente, uvažavali očekivani trendovi na globalnom turističkom tržištu i realne mogućnosti i iskoraci Rijeke u kontekstu turističkog razvoja.

[Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine](#) definira viziju Hrvatske u 2030. godini kao konkurentne, inovativne i sigurne zemlje prepoznatljivog identiteta i kulture, zemlje očuvanih resursa, kvalitetnih životnih uvjeta i jednakih prilika za sve. Gospodarski i društveni razvoj u ravnoteži s prirodom, predviđen unutar definirana četiri razvojna smjera, stvorit će prilike za sadašnje i buduće generacije, pri čemu će ljudi biti u središtu svih ulaganja: održivo gospodarstvo i društvo, jačanje otpornosti na krize, zelena i digitalna tranzicija, ravnomjeren regionalni razvoj.

[Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine](#) ključni je strateško-planski dokument hrvatskog turizma za ovo desetljeće. Dokument definira viziju hrvatskog turizma: Poštujući prirodno i kulturno nasljeđe i jedinstveni identitet svih regija, stvorit ćemo održiv cjelogodišnji turizam poželjan za investicije, rad i život, koji doprinosi skladnom gospodarskom razvoju Hrvatske. U cilju ostvarenja vizije definirana su četiri ključna strateška cilja razvoja održivog turizma Hrvatske:

- Cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turizam,
- Turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu,
- Konkurentan i inovativan turizam,
- Otporan turizam.

Strateški ciljevi umreženi su, međusobno se podupiru i ostvaruju sinergijski učinak usmjeren ka dosizanju definiranih pokazatelja učinaka.

[Nacionalni plan razvoja održivog turizma do 2027. godine](#) definira deset posebnih ciljeva i njima pripadajućih konkretnih mjera koje osiguravaju postizanje pokazatelja ishoda predviđenih ciljeva:

- Razvoj vremenski i prostorno ravnomjernije raspoređenog turističkog prometa,
- Repozicioniranje Hrvatske kao cjelogodišnje autentične destinacije održivog turizma,
- Smanjenje negativnog utjecaja turizma na

sastavnice okoliša, prirodu i prostor,

- Smanjenje negativnog međudnosa turizma i klime,
- Jačanje ljudskih potencijala u turizmu,
- Unaprjeđenje strukture i kvalitete smještajnih kapaciteta,
- Osiguranje poticajnog poslovnog okruženja,
- Razvoj inovacija i digitalne transformacije turizma,
- Uspostavljanje učinkovitog okvira za upravljanje razvojem održivog turizma,
- Odgovoriti na trendove u razvoju turističkih destinacija.

Pri realizaciji Nacionalnog plana razvoja održivog turizma do 2027. godine s obzirom na obuhvat planiranih aktivnosti, uz Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, iznimnu važnost pri implementaciji imat će suradnja s ostalim nadležnim tijelima državne uprave, županijama, gradovima, općinama i sustavom turističkih zajednica.

[Plan razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine](#) usklađen je i podržava realizaciju [Plana razvoja Primorsko-goranske županije za razdoblje 2022. – 2027. godine](#). Primorsko-goranska županija je raznolika, kvalitetna i inovativna destinacija održivog turizma koja cijele godine turistima pruža jedinstveno doživljajno iskustvo u primorju, otocima i gorju, a lokalnom stanovništvu osigurava kvalitetne uvjete za život i rad. Definirano je pet ključnih posebnih ciljeva razvoja turizma do 2030. godine za područje Primorsko-goranske županije:

- Unaprjeđenje kvalitete i izvrsnosti,
- Osnaživanje inovativnosti i održivosti,
- Isticanje raznolikosti i posebnosti,
- Provođenje zelene i digitalne tranzicije,
- Jačanje partnerstva i destinacijskog menadžmenta.

[Plan razvoja grada Rijeke 2021. – 2027.](#) definira viziju Rijeke do 2030. godine koja sve svoje resurse usmjerava poboljšanju kvalitete života svojih građana dok stvaranjem nove dodane vrijednosti oblikuje i podržava gospodarski razvoj riječkog područja: Rijeka 2030. – pametan, otvoren i otporan grad. Četiri su strateška cilja razvoja grada Rijeke:

1. Živjeti u Rijeci 2030.: Grad raznolikosti, u kojem visoka kvaliteta života proizlazi iz suradnje pametne gradske uprave i angažiranih stanovnika;

2. Raditi u Rijeci 2030.: Sveučilišni grad za novo doba, gdje napredne tehnologije i kreativna industrija obogaćuju industrijsko nasljeđe;
3. Povezati Rijeku 2030.: Multimodalno prometno čvorište s održivim i učinkovitim prometnim sustavom;
4. Sačuvati Rijeku 2030.: Pametan, zelen i čist grad prilagođen potrebama svih građana.

Razvojni značaj turizma posebno se ističe u okviru specifičnog cilja 2.3. Grad održivih i inovativnih rješenja u turizmu.

Turistički razvoj grada Rijeke planira se na osnovama i u skladu s navedenim dokumentima, no dodatno treba naglasiti značaj i uvažavanje dominantnih europskih politika kao i ciljeva održivog razvoja Ujedinjenih naroda budući da turistički razvoj Rijeke treba doprinijeti njihovoj realizaciji, posebno usklađeno s 11. ciljem održivog razvoja „Održivi gradovi i zajednice“.

Rješavanje izazova s kojima se danas suočava urbani turizam mnogo je složeniji zadatak nego što se to uobičajeno percipira. U svijetu generalno postoji hitna potreba za postavljanjem održivog plana za urbani turizam i pozicioniranje turizma u široj urbanoj agendi. Turizam bilježi stalni rast (s izuzetkom pandemijskih godina) i ima snažan utjecaj na cijelo okruženje. Stoga je ključno osigurati da urbani turizam bude usklađen s ulogom gradova u globalnoj agendi (Zurab Pololikashvili Secretary-General, World Tourism Organization – UNWTO).

„Nova urbana agenda Ujedinjenih naroda“ koja je usvojena na Konferenciji Ujedinjenih naroda o stanovanju i održivom urbanom razvoju (Habitat III) u Quitu, Ekvador, 20. listopada 2016. i 17 ciljeva održivog razvoja apsolutni su prioriteta.

Preporuke turističke politike gradova, u skladu s publikacijama Svjetske turističke organizacije, uključuju sljedeće elemente:<sup>1</sup>

1. Osigurati da su politike urbanog turizma usklađene s globalnom agendom grada, „Novom urbanom agendom Ujedinjenih naroda“ i 17 ciljeva održivog razvoja (SDGs), odnosno posebno ciljem 11 „Održivi gradovi i zajednice“ i načela UNWTO-ovog Globalnog etičkog kodeksa za turizam;
2. Postaviti strateški dugoročni plan za održivi urbani turizam uključujući definiciju prihvatnog kapaciteta za grad i po potrebi za određena područja i atrakcije. Ovo je posebno korisno za provedbu strategija koje imaju za cilj disperziju posjetitelja, segmentaciju posjetitelja i razvoj novih itinerara;
3. Odrediti prihvatljive razine utjecaja turizma na grad kroz participativni proces koji uključuje sve relevantne

dionike. To će koristiti lokalnim zajednicama, stvoriti zajednička gradska iskustva za posjetitelje i stanovnike te pomoći u komunikaciji sa stanovnicima;

4. Postaviti modele upravljanja koji uključuju intenzivnu suradnju različitih javnih sektora, tako i privatnog sektora i lokalne zajednice;

5. Poticati mehanizme komunikacije i suradnje među svim relevantnim dionicima. Strategije upravljanja bit će daleko učinkovitije ako svi relevantni dionici rade zajedno i usklađeno;

6. Poboljšati integraciju lokalnih zajednica u turistički lanac vrijednosti promičući njihov angažman u različitim aktivnostima u okviru turizma i osiguravajući da turizam doprinese kvaliteti života i kreiranju dostojnih radnih mjesta;

7. Redovito pratiti percepciju lokalne zajednice prema turizmu i promovirati vrijednost koje turistički razvoj donosi među građanima. To će omogućiti rano prepoznavanje eventualnih problema i zajednički razvojnih strategija upravljanja za rješavanje uočenih problema;

8. Vršiti monitoring i donositi planove i odluke na bazi podataka i rezultata istraživanja vodeći računa o ključnim izazovima kao što su prihvatni potencijal destinacije, mobilnost, raspoloživi resursi i stavovi lokalnog stanovništva prema razvoju turizma.

9. Ulagati u tehnologiju, inovacije i partnerstva za promicanje pametnih gradova – korištenje najbolje tehnologije za rješavanje pitanja održivosti, pristupačnosti i inovacija;

10. Promicati inovativne proizvode i iskustva koja gradu omogućuju diverzifikaciju potražnje u vremenu i prostoru i privlačenje odgovarajućih segmenata posjetitelja u skladu sa svojom dugoročnom vizijom i strategijom;

11. Planirati turistički razvoj sustavno i kontinuirano. Dinamičan, nestalan, neizvjestan i složen globalni razvoj današnjice zahtijeva pristup koji ne uzima (samo) u obzir prošlost, već također identificira pokretačke snage promjena i ključne neizvjesnosti, kako bi se stvorili prihvatljivi scenariji;

12. Turiste sagledavati kao svojevrsne privremene stanovnike grada, osigurati da turistička politika promiče angažman posjetitelja i stanovnika i izgraditi grad za sve.

Ciljevi i mjere turističkog razvoja Rijeke do 2028. godine usklađeni su navedenim zahtjevima i doprinose ukupnom unaprjeđenju kvalitete boravka turista i života lokalnog stanovništva te jačanju konkurentnosti na turističkom tržištu.

<sup>1</sup> Prema World Tourism Organization (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (2018), 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>.



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# 2. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA

Grad Rijeka svoju je bogatu povijest i kulturno nasljeđe, specifičan urbanitet i lokacijska obilježja sve značajnije u prethodnom razdoblju valorizirao u prepoznatljiv turistički proizvod. Analiza sadašnjeg stanja obrađuje se kroz kvantitativne i kvalitativne

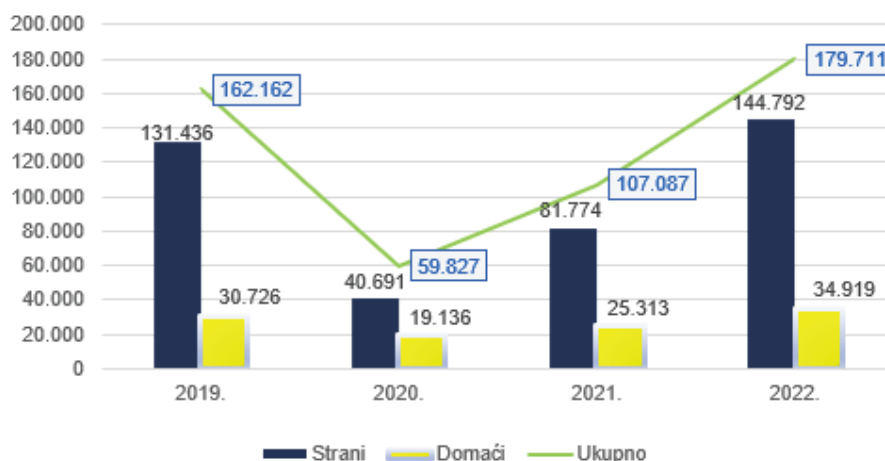
pokazatelje turističke ponude i potražnje grada Rijeke. Uvažavajući aktualnost dokumenta dominantno se iznose noviji podaci te usporedbe s 2019. godinom kao referentnom pri analizama turističkih kretanja (pretpandemijska godina).

## 2.1. TURISTIČKI PROMET I STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA

Posljednjih 5 godina grad Rijeka bilježi stalan rast broja noćenja i dolazaka turista izuzev u vrijeme pandemije 2020. – 2021. godine. Kvantitativni pokazatelji ukazuju na to da je 2022. godine ostvaren značajan rast te je ostvareno 511.008 noćenja i 179.711 dolazaka. Usporedba 2022. i 2019. godine, koja je bila najuspješnija prije pandemijske krize, pokazuje da je 2022. godine u Rijeci ostvareno 21,8 % više noćenja i 9,8 % više dolazaka u odnosu na 2019. godinu.

Promatrajući dolaske domaćih i stranih turista, značajniji porast evidentiran je u dolascima domaćih turista 2022. godine i to za 11,51 % u odnosu na 2019. godinu. Dolasci stranih turista u istom promatranom razdoblju porasli su za 9,41 %.

Grafikon 1: Dolasci domaćih i stranih turista u grad Rijeku u periodu 2019. – 2022.

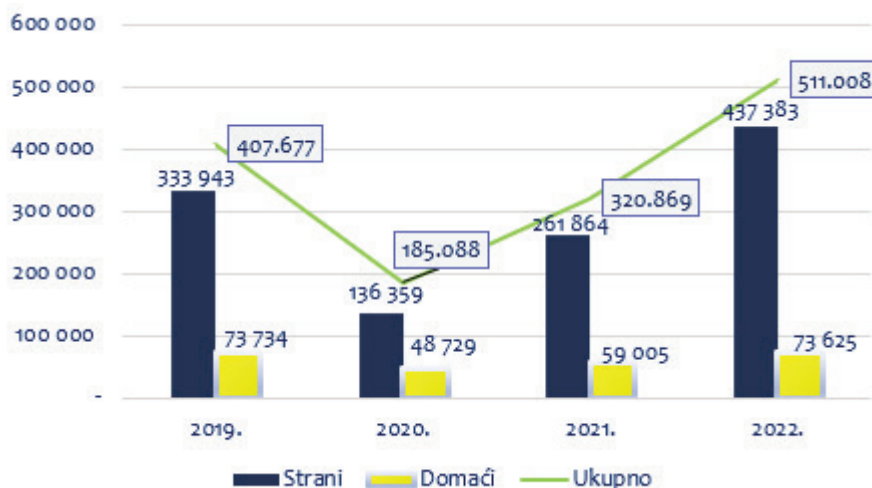


Izvor: Državni zavod za statistiku (2023): [https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px\\_path=Turizam\\_Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%C4%87inama&px\\_tableid=BS\\_T3.px&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006](https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam_Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%C4%87inama&px_tableid=BS_T3.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006)

U ukupnom broju dolazaka domaći turisti 2022. godine sudjelovali su s 19,43 % (na razini 2019. godine kada su realizirali 18,96 % dolazaka). Godinu prije toga sudjelovali su s 23,64 %, a u vrijeme pandemijske krize 2020. sudjelovali su s 31,99 %, što je očekivano s obzirom na limitirana međunarodna kretanja tijekom gotovo cijele godine.

U promatranom razdoblju od 4 godine najviše ostvarenih noćenja domaćih turista zabilježeno je 2019., odnosno 79.734 noćenja, a što je skoro jednak rezultat kao 2022. godine. Najveći udio domaćih noćenja u ukupnim noćenjima ostvaren je u pandemijskoj 2020. godini, kada su domaća noćenja činila gotovo 32 % ukupnih noćenja grada Rijeke.

**Grafikon 2:** Noćenja domaćih i stranih turista u gradu Rijeci u periodu 2019. – 2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2023): [https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px\\_path=Turizam\\_\\_Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%C4%87inama&px\\_tableid=BS\\_T3.px&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006](https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam__Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%C4%87inama&px_tableid=BS_T3.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006)

Najveći broj noćenja stranih turista 2022. godine ostvaren je s tržišta Njemačke (90.898), Italije (47.107) te Austrije (27.943). Usporedba s 2019. kao rekordnom godinom prije pandemijske krize pokazuje da su i tada vodeća strana tržišta bila Njemačka i Italija. Za razliku od 2022. godine kada se Mađarska nalazi na 7. mjestu (19.429 noćenja) najznačajnijih stranih tržišta, 2019. godine bili su na trećem mjestu s ostvarenih 19.530 ostvarenih noćenja. Navedeni podaci ne ukazuju na znatni pad tržišta Mađarske jer je isti zabilježen za svega -0,5 %, no u istom razdoblju bilježi se rast češkog tržišta od 234,04 %. Pored navedenog, evidentiran je značajan porast broja noćenja turista s Njemačkog tržišta od 65,53 % kada se u odnos stavljaju 2022. i 2019. godina. Tržište Italije bilježi blagi rast 2022. godine u odnosu na 2019. (+4,18 %), dok tržište Austrije bilježi veliki rast od 114,06 %. Godina 2022. u odnosu na 2019. rezultirala je i značajnijim povećanjem broja noćenja

s tržišta Slovenije (+57,23 %), Poljske (+43,32 %) i Srbije (+39,80 %). Zbog ratnih događanja 2022. godine zabilježen je znatan rast tržišta Ukrajine, za 312,25 %.

Uspoređujući se podaci 2022. i 2019. godine, bilježi se pad tržišta Španjolske -50,37 %, Francuske -30,17 % te SAD-a od -7,72 %.

Kao u gradu Rijeci, i u Primorsko-goranskoj županiji (PGŽ) 2022. godine njemačko tržište zauzima prvo mjesto po broju noćenja. U PGŽ-u drugo mjesto zauzima tržište Slovenije, koje ne ulazi u 10 najznačajnijih tržišta Rijeke. Domaće tržište zauzima drugo mjesto po ostvarenju noćenja u gradu Rijeci dok je u PGŽ-u na trećem mjestu. Emitivno tržište Austrije u gradu Rijeci i u PGŽ-u pripada skupini najznačajnijih 5 tržišta. U gradu Rijeci u prvih pet najznačajnijih tržišta ubrajaju se turisti iz Poljske, a koji su po udjelu u PGŽ-u na 8. mjestu.

**Tablica 1:** Noćenja prema najznačajnijim emitivnim tržištima 2022. godine u gradu Rijeci i PGŽ-u

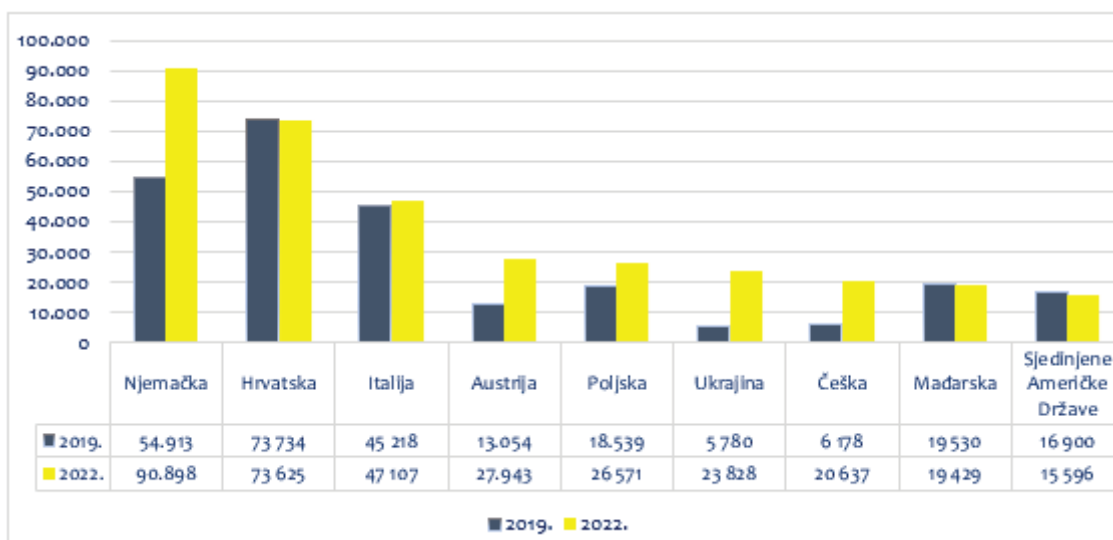
OSTVARENA NOĆENJA PREMA TRŽIŠTIMA 2022					
RIJEKA			PGŽ		
1	Njemačka	90.898	1	Njemačka	5.267.803
2	Hrvatska	73.625	2	Slovenija	2.579.384
3	Italija	47.107	3	Hrvatska	2.379.576
4	Austrija	27.943	4	Austrija	1.846.794
5	Poljska	26.571	5	Italija	997.733
6	Ukrajina	23.828	6	Mađarska	846.388
7	Češka	20.637	7	Češka	791.068
8	Mađarska	19.429	8	Poljska	621.117
9	SAD	15.596	9	Slovačka	578.333
10	Nizozemska	12.551	10	Nizozemska	314.783
	Ostalo	152.823		Ostalo	1.920.662
	<b>Ukupno</b>	<b>511.008</b>		<b>Ukupno</b>	<b>18.143.641</b>

Izvor: DZS, Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, podaci dobiveni na zahtjev, TZ Kvarnera, Turistički promet siječanj – prosinac 2022

<sup>2</sup> Mrežna stranica TZ Kvarner: [http://www.kvarner.hr/mediji/osnovni\\_podaci\\_o\\_kvameru/Turisticka\\_statistika/Sijecanj\\_-\\_prosinac\\_2022](http://www.kvarner.hr/mediji/osnovni_podaci_o_kvameru/Turisticka_statistika/Sijecanj_-_prosinac_2022)

U grafikonu koji slijedi prikazana su ostvarena noćenja u gradu Rijeci u odnosu na glavna emitivna tržišta.

**Grafikon 3:** Noćenja prema emitivnim tržištima u gradu Rijeci u periodu 2019. – 2022.



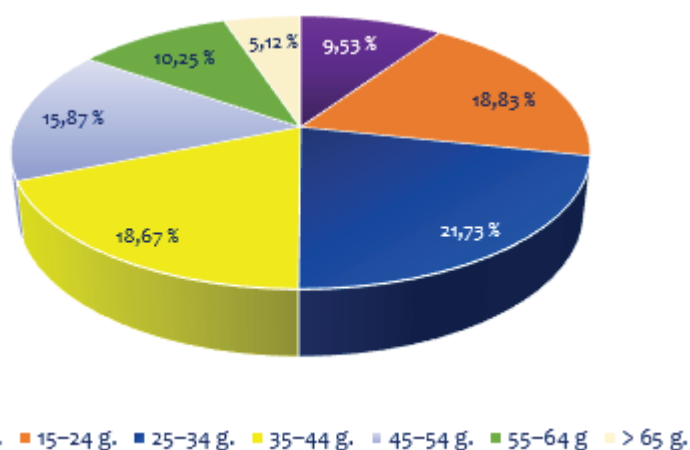
Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

Domaće tržište je 2019. imalo važnu ulogu u ukupnoj strukturi noćenja (18,95 %), a njegov doprinos može se usporediti sa zbrojem noćenja tržišta Njemačke (9,79 %), Španjolske (5,23 %) i Francuske (4,83 %) u 2019. godini. Domaće tržište ostaje na podjednakoj razini ostvarenih noćenja i u 2022. godini u apsolutnom broju, dok u relativnom udjelu sudjeluje u ukupnim noćenjima 14,41 %.

Uspoređujući noćenja prema dobnim skupinama turista, najviše noćenja 2022. godine ostvaruju turisti dobne skupine 25–34 godine s 111.043 noćenja (22

%) . Iza njih slijede turisti dobne skupine od 15 do 24 godina (96.228 noćenja) te turisti od 35 do 44 godina (95.410 noćenja) koji imaju gotovo jednak udio od 19 %. Turisti iz dobne skupine od 45 do 54 godine zauzimaju četvrto mjesto te su ostvarili udio od 15,87 % (81.105 noćenja). Turisti od 55 do 64 godine ostvarili su 10,25 %, odnosno 52.358 noćenja, a turisti dobne skupine 65 i više godina ostvarili su udio od 5,12 % ili 26.173 ukupnih noćenja. Djeca do 14 godina imaju udio od 9,53 % u ukupnim noćenjima 2022. te su ostvarila 48.691 noćenja.

**Grafikon 4:** Noćenja turista u gradu Rijeci 2022. godine prema dobnim skupinama

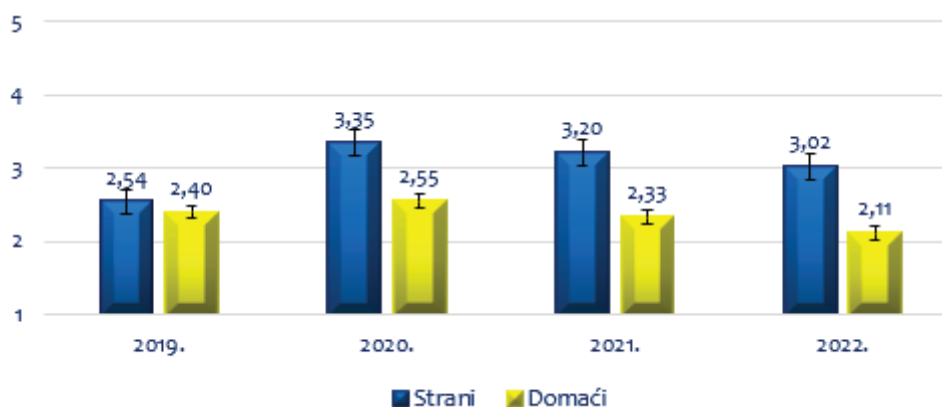


Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

U Hrvatskoj 2019. godine, za razliku od Rijeke, najveći udio turista prema dobnj granici pripada osobama od 30 do 49 godina (TOMAS Hrvatska 2019). Prosječna potrošnja turista po danu evidentira se na nivou regije. Istraživanje TOMAS Hrvatska (2019) navodi podatak

da je u 2019. godini u Primorsko-goranskoj županiji prosječna potrošnja po turistu dnevno iznosila 85,61 €, dok je u Jadranskoj Hrvatskoj iznosila 93,83 €, a na razini cijele Hrvatske 95,03 €.

**Grafikon 5:** Prosječna duljina boravka turista u gradu Rijeci u periodu 2019. – 2022.



Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

U vrijeme pandemije prosječna duljina boravka bila je najviša s obzirom na ograničenu mobilnost i prisutan trend duljeg boravka u jednoj destinaciji. U 2022. godini prosječan boravak na razini destinacije bio je 2,84 dana. Domaći turisti boravili su 2,11 dana, dok su strani turisti boravili dulje, prosječno 3,02 dana.

Uspoređujući 2022. godinu s 2019. evidentiran je porast duljine boravka stranih turista i to s 2,54 dana u 2019. na 3,02 dana u 2022. godini. U posljednje dvije godine domaći turisti u Rijeci borave kraće od 2,5 dana.

**Tablica 2:** Prosječan boravak turista 2022. prema vrsti smještajnog objekta (broj dana)

Kategorija	Prosječni boravak 2022.		
	Domaći	Strani	Ukupno
Hoteli	1,75	2,43	2,25
Obiteljski smještaj	2,74	3,64	3,52
Prenoćišta	1,82	2,78	2,49
Hosteli	1,77	1,94	1,91
Ostalo	2,87	3,09	3,01
<b>Ukupno</b>	<b>2,11</b>	<b>3,02</b>	<b>2,84</b>

Napomena: kategorija Ostalo uključuje prenoćišta te učeničke i studentske domove  
Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

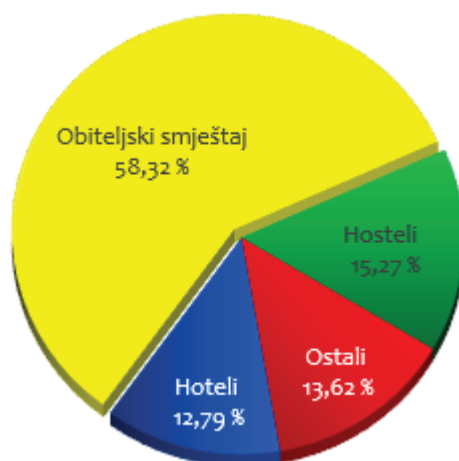
Turisti u komercijalnom smještaju prosječno borave 2,84 dana. Najduži prosječan boravak zabilježen je u obiteljskom smještaju (3,52 dana). U hotelima se gosti prosječno zadržavaju 2,25 dana, dok se u hostelima gosti zadržavaju kraće, prosječno 1,91 dan.

U gradu Rijeci 2022. godine najviše objekata pripada obiteljskom smještaju (58,32 %) i hostelima (15,27 %), dok su hoteli (12,79 %) na trećem mjestu, što uključuje stalne i pomoćne postelje.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

**Grafikon 6:** Struktura smještajnih kapaciteta u gradu Rijeci 2022. godine (u posteljama)



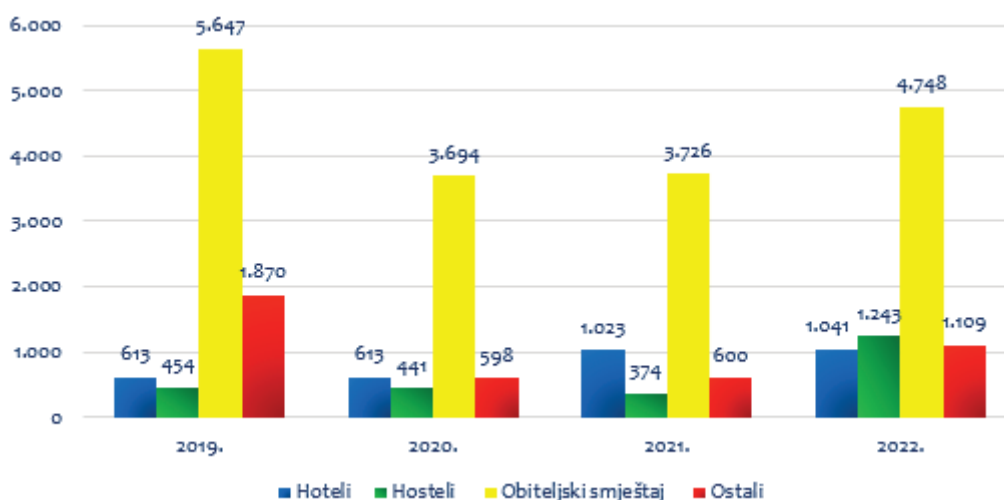
Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

U 2021. godini zabilježen je rast smještajnih kapaciteta u hotelima, ukupan broj postelja raste s 613 na 1.041 postelja uslijed otvaranja hotela Hilton Costabella što je važno i zbog dolaska značajnog međunarodnog brenda. Rijeka 2022. godine ima 7 hotela od kojih 4 hotela imaju visoku kategoriju 4/ 5\* te jedan integralni hotel koji je prvi takav tip objekta u Hrvatskoj.

postojećih studentskih domova u hostele. Udio studentskih naselja (<9 %) u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta grad Rijeku smješta u visokokvalitetnu destinaciju čiji je smještaj prilagođen mladima. Istraživanje provedeno 2022. godine Kampus Trsat ocjenjuje s visokih 4,7/5 zbog modernog izgleda i dobro opremljenih soba (CERM, 2022).<sup>3</sup>

Godina 2021. značajna je i zbog porasta broja postelja u hostelima u kojoj se dogodila rekategorizacija

**Grafikon 7:** Smještajni kapaciteti u gradu Rijeci u periodu 2019. –2022. godine (broj postelja)

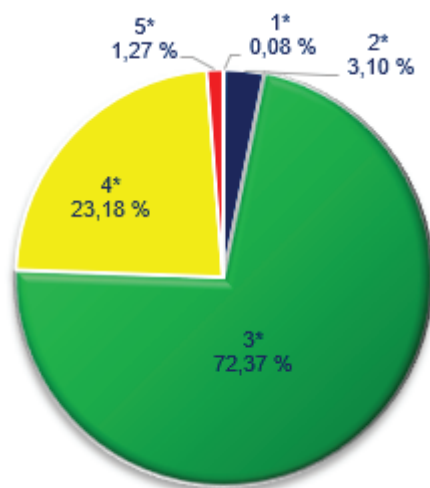


Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

Obiteljski smještaj bilježi u 2019. godini 5.647 postelja, a značajan rast ostvaren je 2022. godine kada je evidentirano povećanje od 1.022 postelja u odnosu na godinu ranije.

<sup>3</sup> Centar za razvoj mladih – CERM (2022). Portal Studentski.hr (<https://studentski.hr/studenti/vijesti/znate-li-u-kojim-se-studentskim-gradovima-nalaze-najbolji-studentski-domovi>)

**Grafikon 8:** Struktura smještajnih kapaciteta (broj postelja) u obiteljskom smještaju u gradu Rijeci prema kategoriji u 2022. (u %)



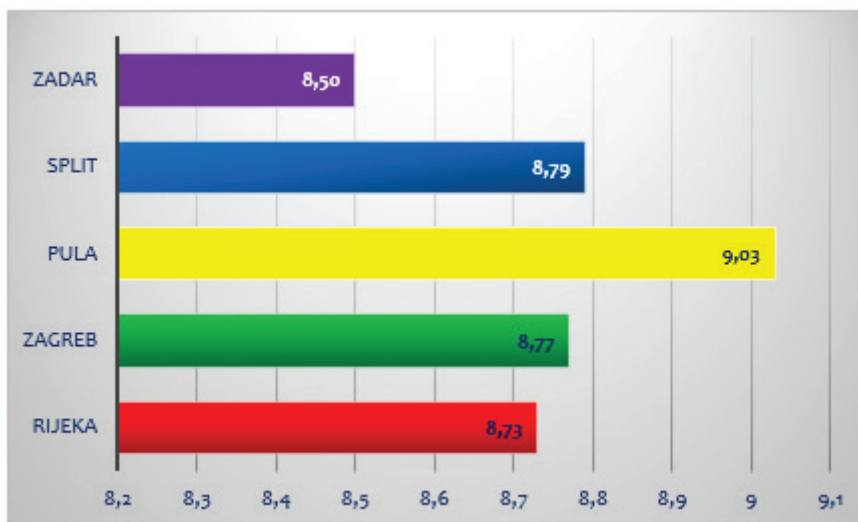
Izvor: TZ Grada Rijeke (podaci dobiveni na zahtjev - siječanj, 2024.)

U obiteljskom smještaju, za razliku od hotela, najzastupljenija kategorija smještaja je 3\* i čini čak 72,37 % ukupnih kapaciteta u obiteljskom smještaju, dok je broj postelja kategorije 5\* vrlo malen (62 postelje).

U obiteljskom smještaju 2022. ostvareno je 58,71 % noćenja, slijede hoteli s 29,89 % noćenja, te hosteli s 7,38 %.<sup>4</sup> Za usporedbu, iste godine u PGŽ-u u obiteljskom smještaju ostvareno je 44 % noćenja, a na razini Hrvatske 49 % noćenja.

Iako se ne može smatrati u potpunosti egzaktnim, vrijedi istaknuti da je prema podacima online agencije Booking.com ocjena hotelskog smještaja Rijeke dobra.<sup>5</sup> Prosječna ocjena hotela visoke kategorije u Rijeci, Splitu, Zadru i Zagrebu kreće se od 8,50 – 8,80, a jedino Pula ima prosječnu ocjenu 9,63. Pri interpretaciji i usporedbi prosječnih ocjena hotela potrebno je naglasiti kako na njih zasigurno značajan utjecaj imaju visoki standardi kvalitete internacionalnih lanaca hotela koji su najzastupljeniji u Puli i Zagrebu.

**Grafikon 9:** Prosječna ocjena zadovoljstva hotelskim sadržajima kategorije 4\* i 5\*



Izvor: Booking.com (pristupljeno 24. 9. 2023.)

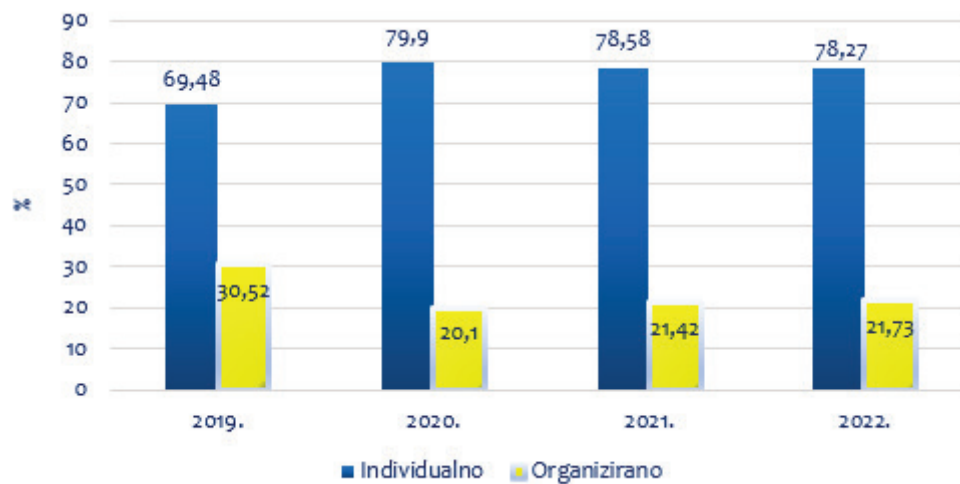
Gotovo 80 % gostiju u grad Rijeku dolazi individualno, u privatnom aranžmanu, a taj je visoki udio zabilježen u zadnje 4 godine. Najveći udio turista koji dolaze organizirano zabilježen je 2019. (30,52 %) koji se

uslijed pandemije 2021. godine smanjio na 21,42 %, njihov udio u 2022. blago raste, no ne doseže razinu iz 2019. godine.

<sup>4</sup> Izvor: DZS, (2023). podaci dobiveni na zahtjev.

<sup>5</sup> Analiza OTA kanala Booking.com na dan 25. 9. 2023.

**Grafikon 10:** Turisti prema načinu dolaska u Rijeku u razdoblju od 2019. do 2022. (u %)



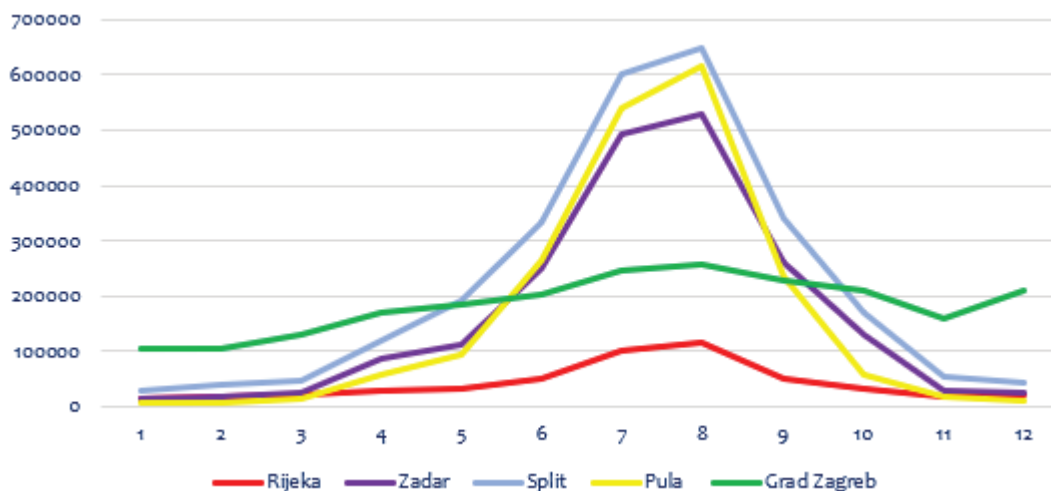
Izvor: DZS (2023), podaci dobiveni na zahtjev.

Sezonalnost turističkog prometa jedan je od najvećih izazova hrvatskog turizma, što nije slučaj u Rijeci. Podaci pokazuju da Rijeka u usporedbi sa Zagrebom kao glavnim gradom i ostalim većim obalnim gradovima Hrvatske ima najmanje izraženu sezonalnost. Radi se o vrlo pozitivnom pokazatelju koji predstavlja dobar temelj za dugoročnu održivost turizma u Rijeci i manje

negativne implikacije na lokalnu zajednicu i ekonomiju.

U svim se promatranim gradovima najbolji turistički rezultati u dolascima i noćenjima ostvaruju u srpnju i kolovozu, dok se najlošiji rezultati ostvaruju u siječnju i veljači.

**Grafikon 11:** Noćenja u izabranim gradovima siječanj – prosinac 2022.



Izvor: DZS, Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, HR\_NUTS 2021. - HR NUTS 2, županije, gradovi i općine po mjesecima. Pristupljeno siječanj 2024. Dostupno na: [https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=Turizam\\_\\_Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20a1tajnim%20objektima&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6bf38a](https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px_tableid=BS_TU18.px&px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20a1tajnim%20objektima&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6bf38a)

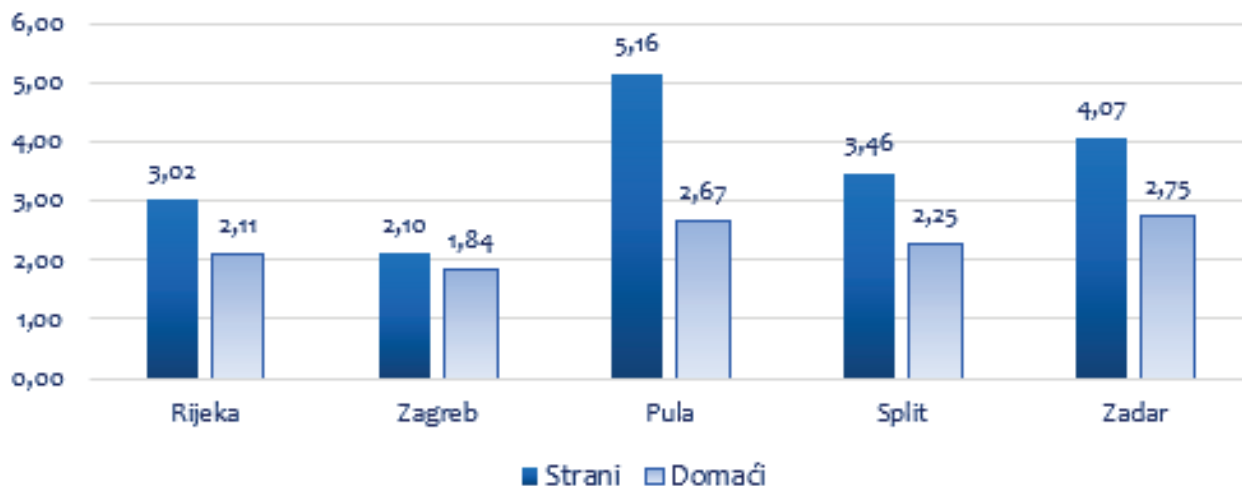
Grad Rijeka u odnosu na druge promatrane gradove ima najmanje izraženu sezonalnost u ostvarenim noćenjima tijekom godine. Najveću izraženu sezonalnost u noćenjima ima grad Split, iza kojeg slijedi Pula, zatim Zadar i Zagreb.

boravak stranih turista iznosi 2,10, a prosječan boravak domaćih turista iznosi 1,84 dana što je u odnosu na Rijeku kraće za 0,92 dana kod usporedbe prosječnog boravka stranih i 0,27 dana kod usporedbe prosječnog boravka domaćih turista.

Grad Zagreb, kao glavni grad i poslovno središte u kojem se turističke aktivnosti odvijaju tijekom cijele godine, u usporedbi s Rijekom bilježi kraći prosječni boravak domaćih i stranih turista. U Zagrebu prosječan

U svim promatranim gradovima Pula ostvaruje najbolje rezultate u prosječnoj ostvarenoj duljini boravka stranih turista (5,16), u Zadar u prosječnoj ostvarenoj duljini boravka domaćih turista u 2022. godini (2,75).

**Grafikon 12:** Prosječan boravak turista u izabranim gradovima 2022. godine



Izvor: Obrada autora prema DZS, Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, HR\_NUTS 2021. - HR NUTS 2, županije, gradovi i općine po mjesecima. Pristupljeno siječanj 2024. Dostupno na: [https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=Turizam\\_\\_Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20c5%a1tajnim%20objektima&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6bf38a](https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px_tableid=BS_TU18.px&px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%20c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%20c5%a1tajnim%20objektima&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6bf38a)

Uspoređujući prosječan boravak turista s ostalim gradovima, turisti u Rijeci borave gotovo jednako koliko i u Splitu, a duže u odnosu na turiste u Zagrebu. Navedeno ukazuje na to kako percepcija grada Rijeke kao tranzitnog grada ima sve manje uporište.

Turistički promet u gradu Rijeci ostvaruje se najvećim dijelom u sektoru mikro poduzetnika. Vezano za poduzeća, u Rijeci 2022. godine bilo je ukupno registriranih 5.476 poduzeća, od kojih najviše pripada mikro poduzetnicima, odnosno 91,53 %. Uz poduzeća, u Rijeci je 2022. godine registrirano 3.268 obrta (FINA, 2023).

Prema podacima iz 2022. godine na području grada Rijeke djeluje 486 registriranih poduzeća u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te putničkih agencija,<sup>6</sup> a što predstavlja gotovo 10 % ukupnog broja registriranih poduzeća u gradu Rijeci. Navedeno čini najuži dio aktiviranih poslovnih subjekata u turizmu, budući da su, zbog svoje kompleksnosti, za turizam vezane i brojne druge djelatnosti na koje on pozitivno djeluje (trgovina, zdravstvo...). Uz poduzeća, u gradu Rijeci djeluje i 1.112 obrta u Cehu uslužnog obrta i Cehu ugostitelja i turističkih djelatnika, a što čini 34,03 % u ukupnoj strukturi registriranih obrta.<sup>7</sup>

**Tablica 3:** Broj poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te putničkih agencija

Godina	Broj tvrtki u turizmu	Ukupan broj tvrtki u gradu Rijeci	Udio tvrtki u turizmu u ukupnoj strukturi
2019	494	5.139	9,61 %
2020	514	5.138	10,00 %
2021	482	5.207	9,26 %
2022	486	5.476	8,88 %

Izvor: Odsjek za gospodarstvo, poduzetništvo i turizam grada Rijeke prema Financijska agencija FINA (podaci dobiveni na zahtjev, siječanj, 2024.)

Snažan utjecaj korona krize na gospodarstvo rezultirao je smanjenjem broja poduzeća u turizmu i to za 6,23 %, ali je ukupan broj poduzeća u gradu 2021.

godine u odnosu na 2020. blago porastao za 1,34 %, što ukazuje na to da kriza nije značajno utjecala na zatvaranje tvrtki.

<sup>6</sup> Odsjek za gospodarstvo, poduzetništvo i turizam grada Rijeke, 2023

<sup>7</sup> Obrtnička komora grada Rijeke, podaci dobiveni na zahtjev, listopad, 2023.

**Tablica 4:** Ostvareni prihodi u poduzećima u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te djelatnosti putničkih agencija

Godina	Ukupan prihod
2019	126.827.980 €
2020	72.253.570 €
2021	100.959.840 €
2022	154.836.336 €

Izvor: Odsjek za gospodarstvo, poduzetništvo i turizam grada Rijeke prema Financijska agencija FINA (podaci dobiveni na zahtjev, siječanj, 2024.)

Sukladno promjenama broja poduzetnika tijekom godina, prihodi u djelatnostima pružanja smještaja, djelatnostima pripreme i usluživanja hrane te djelatnostima putničkih agencija 2020. godine u odnosu na 2019. godinu pali su za 56,97 %, dok je u oporavku 2021. godine zabilježen rast od 39,66 %. U 2022. godini ostvaren je najbolji porast i to za 53,31 % u odnosu na 2021. godinu te za 18,10 % bolji rezultat u odnosu na 2019. godinu.

Rast gospodarske aktivnosti u gradu, porast prihoda i otvaranje novih poduzeća u turizmu grada Rijeke pokazuje da poduzetnici grada turizam promatraju kao prosperitetnu gospodarsku aktivnost u razvoju lokalne zajednice. Ovaj trend potvrđuje da lokalno stanovništvo prepoznaje turizam kao važan pokretač ekonomske održivosti i unaprjeđenja kvalitete života u Rijeci.

Prema dostupnim podacima Turističke zajednice grada Rijeke turistička kretanja u 2023. godini nastavljaju pozitivna kretanja. Rijeka je u 2023. godini ostvarila rekordan turistički promet, uz porast od 21 % dolazaka i 15 % noćenja u odnosu na prethodnu godinu.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2023. godine ostvareno je 221.178 dolazaka i 657.994 noćenja. U usporedbi s 2022. godinom ostvareno je 22 % više dolazaka stranih i 17 % više dolazaka domaćih turista te 16 % više noćenja stranih turista i 12 % više noćenja domaćih turista. Obiteljski smještaj prednjači s ukupno 55 % ostvarenog broja noćenja, a prati ga hotelski smještaj koji je ostvario 27 % od ukupno ostvarenog noćenja u Rijeci. Objekti s 5 zvjezdica sudjeluju s 13,49 % u ukupnim ostvarenim noćenjima i ostvaruju najveću iskorištenost (53,79 % / 196 dana). Istovremeno, objekti s 3 zvjezdice ostvaruju najveći udio u ukupnim noćenjima Rijeke (45,35 %), ali ostvaruju značajno nižu iskorištenosti svojih kapaciteta, tek 19,69 % (72 dana).

U 2023. godini najviše noćenja ostvarili su turisti iz Njemačke, Italije i Austrije. Turisti iz Austrije u najvećoj mjeri noće u hotelskom smještaju (49,64 %), dok turisti iz Njemačke (68,38 %) i Italije (65,14 %) najviše noćenja ostvaruju u obiteljskom smještaju.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

## 2.2. TURIZAM RIJEKE – percepcija lokalnog stanovništva

Održivi razvoj turizma nezamisliv je bez podrške lokalnog stanovništva. Upravljanje destinacijama koje su usmjerene ka održivom, odgovornom i otpornom razvoju turizma zahtjeva participativan pristup svih dionika, među kojima se posebno ističe lokalno stanovništvo. Turizam generira niz koristi i troškova te posljedično njegovi učinci mogu biti pozitivni, a ako se njime ne upravlja na adekvatan i odgovoran način, turizam može generirati i značajne negativne efekte. Odgovorno upravljanje destinacijama znači uključenost svih dionika u procesima planiranja i upravljanja, održivo korištenje resursa destinacije, poštivanje načina i kulture življenja te razvijanje turizma po mjeri lokalnog stanovništva. Upravo je zato važno kontinuirano ispitivati i pratiti stavove stanovništva o razvoju turizma kao i njihovu percepciju učinaka koje turizam generira u okruženju u kojem žive.

U okviru izrade Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine ispitivani su stavovi lokalnog stanovništva o turizmu i njegovim učincima. U spomenutim istraživanjima sudjelovalo

je i 160 ispitanika iz Rijeke čiji su stavovi, za potrebe ovog dokumenta, izdvojeni i zasebno analizirani.

Tablica 6 prikazuje profil ispitanika iz Rijeke koji su sudjelovali u navedenim istraživanjima. Među ispitanicima je bilo 45,9 % fakultetski obrazovanih, a slijede ih ispitanici sa završenom srednjom školom (31,4 %), dok 18,2 % ispitanika ima magisterij ili doktorat. U istraživanju je sudjelovalo daleko više žena (74,2 %) nego muškaraca. Ispitanici su u prosjeku imali oko 35 godina.

Među promatranim ispitanicima tek ih je 13,2 % zaposleno u turizmu, dok ih je 46,5 % zaposleno u drugim djelatnostima. Važno je istaknuti kako za čak 46,9 % ispitanika turizam predstavlja određeni izvor prihoda. Slijedom navedenog, evidentan je ekonomski značaj turizma za ispitanike, a s obzirom na značajan rast turističkog prometa na području grada Rijeke posljednjih godina, za očekivati je da će se značaj turizma za lokalno stanovništvo povećati, kako u ekonomskom, tako i u društvenom i ekološkom smislu.

Tablica 5: Profil ispitanika iz Rijeke (N=160)

Obilježje	%
Rod	
Muški	25,2
Ženski	74,2
Ostalo	0,6
Prosječna starosna dob godina	35,38
Stupanj završenog obrazovanja	
Osnovna škola	0,6
Srednja škola	31,4
Viša škola	3,8
Fakultet	45,9
Magisterij ili doktorat znanosti	18,2
Status	
Zaposlen u turizmu	13,2
Zaposlen u drugim djelatnostima	46,5
Nezaposlen	1,9
Umirovljenik	3,8
Student, učenik	30,2
Ostalo	4,4
Turizam predstavlja	
glavni / dodatni izvor prihoda	46,9
bez prihoda od turizma	53,1

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Kako je u cilju osiguranja potpore turizmu, vrlo važno utvrditi zadovoljstvo lokalnog stanovništva određenim obilježjima turizma njihova grada, u prvom dijelu upitnika od ispitanika se tražilo da iskažu razinu

zadovoljstva pojedinim elementima na ljestvici od 1 do 5, gdje 1 označava „izrazito nezadovoljan“, a 5 „izrazito zadovoljan“.

**Tablica 6:** Zadovoljstvo odabranim obilježjima turističke ponude Rijeke – stavovi lokalnog stanovništva

Tvrđnja	N	Prosječna ocjena
Očuvanost okoliša	157	3,25
Uređenost javnih površina	158	3,03
Plasiranje lokalno proizvedene hrane i pića kroz turizam	155	2,85
Autentičnost turističke ponude	159	3,13
Raznolikost turističke ponude	158	3,15
Inovativnost turističke ponude	156	2,74

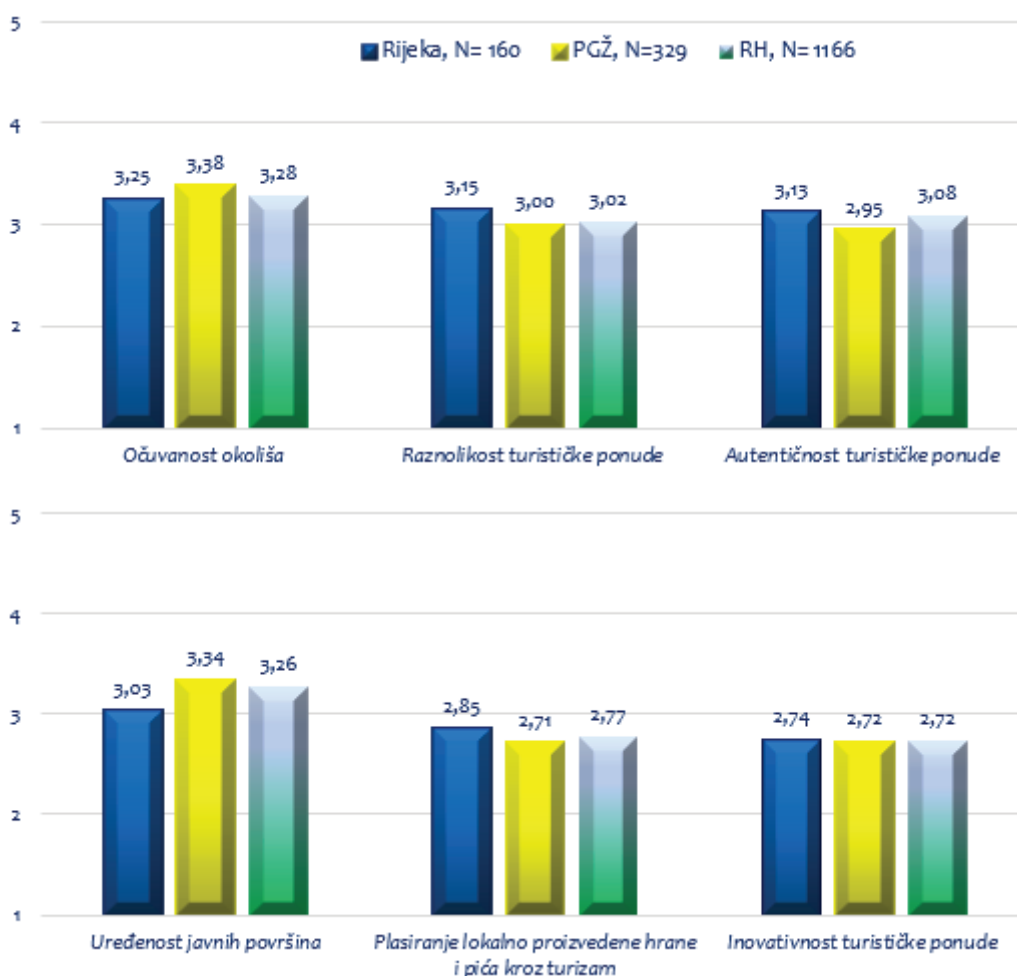
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – izrazito nezadovoljan do 5 – izrazito zadovoljan.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Sukladno rezultatima istraživanja, ispitanici ne iskazuju visok stupanj zadovoljstva kada je riječ o inovativnosti, raznolikosti i autentičnosti turističke ponude grada Rijeke. Dodatno, iskazuju nedostatno zadovoljstvo razinom plasiranja lokalnih proizvoda u turizmu i uređenošću javnih površina (Tablica 6). Uspoređujući

prosječne ocjene zadovoljstva ispitanika iz Rijeke i onih iz Primorsko-goranske županije i Hrvatske, vidljivo je kako ispitanici iz Rijeke u pravilu imaju slične stavove kao i ostali ispitanici, gdje su nešto manje zadovoljni očuvanošću okoliša i uređenošću javnih površina u gradu u odnosu na ostale ispitanike (Grafikon 13).

**Grafikon 13:** Obilježja turističke ponude – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske



Napomena: Ocjene se kreću od 1 – izrazito nezadovoljan do 5 – izrazito zadovoljan.

Sukladno rezultatima prikazanim u Tablici 7, ispitanici iz Rijeke, podjednako kao i ostali ispitanici PGŽ-a i Hrvatske, percipiraju problematiku manjka radne snage te nedovoljnu razinu uključenosti lokalnog stanovništva u razvojne procese vezane za turizam.

Nešto su zadovoljniji kada je u pitanju umreženost turizma i ostalog gospodarstva, kvaliteta upravljanja turizmom te osposobljenost zaposlenih u turizmu. Ipak, važno je napomenuti da se radi o prosječnim ocjenama zadovoljstva koje se kreću od 3,17 do 3,22.

**Tablica 7:** Ljudski potencijali i upravljanje turizmom – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske

Tvrdnja	Prosječna ocjena		
	RI	PGŽ	RH
Raspoloživost radne snage	2,75	2,55	2,75
Osposobljenost zaposlenih u turizmu	3,22	3,03	2,81
Uključenost lokalnog stanovništva u razvoj turizma	2,89	2,86	2,57
Umreženost turizma i ostalog gospodarstva	2,98	2,86	2,55
Posvećenost lokalne/regionalne samouprave turizmu	3,17	3,09	2,89
Kvaliteta upravljanja turizmom	3,10	3,02	2,69

Napomena: Ocjene se kreću od 1 – izrazito nezadovoljan do 5 – izrazito zadovoljan.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Iako su ispitanici iz Rijeke u prosjeku nešto zadovoljniji (ukupna prosječna ocjena zadovoljstva iznosi 3,04) u usporedbi s ostalim ispitanicima iz Primorsko-goranske županije (2,98) i Hrvatske (2,82), rezultati ipak upućuju na moguće pomake u zadovoljstvu turizmom u gradu Rijeci.

Jedan od ciljeva ovog istraživanja bio je utvrditi i kako lokalno stanovništvo percipira pozitivne i negativne učinke koje turizma generira na području u kojem žive. Tablica 8 prikazuje kako se ispitanici među ponuđenim najmanje slažu s tvrdnjom da razvoj turizma pridonosi ostanku mladih u Hrvatskoj (prosječna ocjena slaganja iznosi 3,25) i da turizam potiče zaštitu i unaprjeđenje

kvalitete okoliša (3,39). Nisku razinu slaganja iskazuju i s tvrdnjom da lokalno stanovništvo ima ekonomske koristi od turizma (3,64) te da je generirao nove poslove u gradu Rijeci (3,68). Nadalje, Ispitanici percipiraju kako je razvojem turizma grad dobio nove sadržaje i unaprijedio infrastrukturu. Rezultati ukazuju i na to da ispitanici smatraju da turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića te očuvanje kulturne baštine. Pored navedenog, većina smatra da je turizam privukao dodatne investicije u Rijeku (3,85) i kako poslovni subjekti imaju ekonomske koristi od turizma (4,01) što ukazuje na pozitivnu percepciju ekonomskih učinaka turizma za Rijeku.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

**Tablica 8:** Percepcije pozitivnih učinaka turizma – stavovi lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske

Tvrdnja	Prosječna ocjena		
	RI	PGŽ	RH
Turizam je generirao nove poslove u Vašoj zajednici.	3,68	3,65	3,32
Turizam je privukao dodatne investicije.	3,85	3,79	3,29
Lokalno stanovništvo ima ekonomske koristi od turizma.	3,64	3,88	3,44
Poslovni subjekti imaju ekonomske koristi od turizma.	4,01	4,06	3,66
Razvoj turizma pridonosi ostanku mladih u Hrvatskoj.	3,25	3,17	3,26
Razvojem turizma unaprjeđuje se prometna infrastruktura.	3,74	3,5	3,53
Razvojem turizma unaprjeđuje se komunalna infrastruktura.	3,54	3,33	3,38
Razvojem turizma lokalno stanovništvo ima na raspolaganju veći broj sadržaja (sportskih, kulturnih, zabavnih, ...).	3,74	3,51	3,67
Turizam potiče očuvanje kulturne baštine.	3,84	3,67	3,89
Turizam potiče proizvodnju autohtone hrane i pića.	3,82	3,66	3,88
Susret s turistima iz različitih zemalja vrijedno je iskustvo.	4,43	4,39	4,41
Turizam potiče zaštitu i unaprjeđenje kvalitete okoliša.	3,39	3,19	3,50
Zbog turizma povećava se svijest o važnosti očuvanja okoliša.	3,54	3,30	3,55
<b>Pozitivni učinci – ukupno</b>	<b>3,73</b>	<b>3,62</b>	<b>3,60</b>

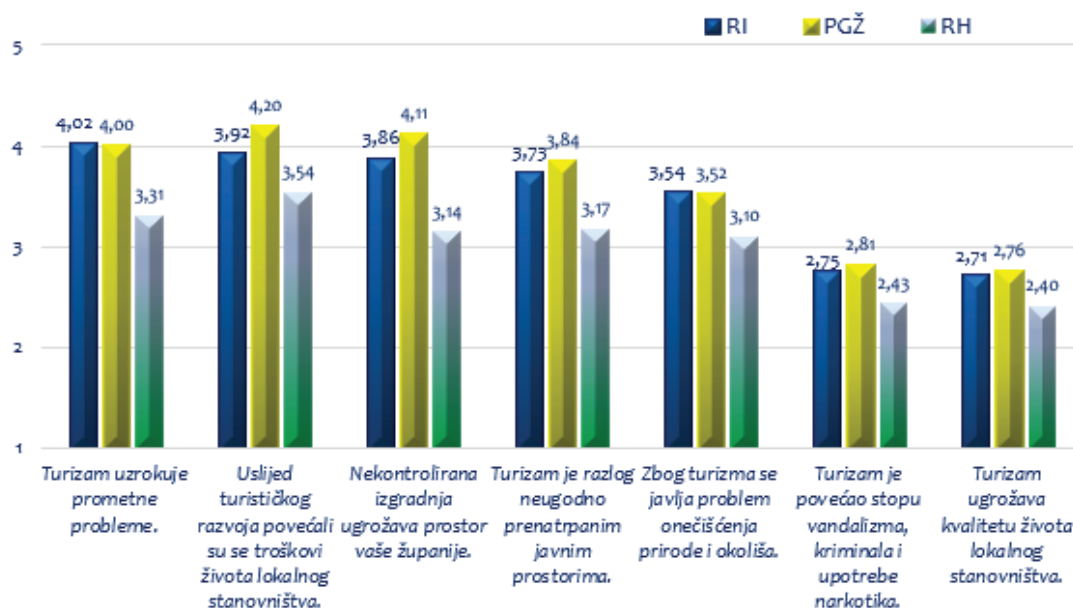
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Uspoređujući stavove ispitanika iz Rijeke sa stavovima ostalih ispitanika, može se zamijetiti kako se ispitanici Rijeke nešto manje slažu da lokalno stanovništvo ima ekonomskih koristi od turizma (3,64) u odnosu na ostale ispitanike iz Primorsko-goranske županije (3,88). S druge strane, ispitanici iz Rijeke u nešto većoj mjeri percipiraju pozitivne učinke turizma (prosječna

ocjena 3,73) u usporedbi s ostalim ispitanicima koji su sudjelovali u istraživanju (PGŽ=3,62, RH=3,60). Po pitanju susreta s turistima iz različitih zemalja, ispitanici svih triju promatranih skupina podjednako se u velikoj mjeri slažu kako se radi o izrazito vrijednom iskustvu potvrđujući već odavno prepoznatljivost Rijeke kao grada tolerantnih, otvorenih i gostoljubivih ljudi.

**Grafikon 14:** Percepcije negativnih učinaka turizma – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske



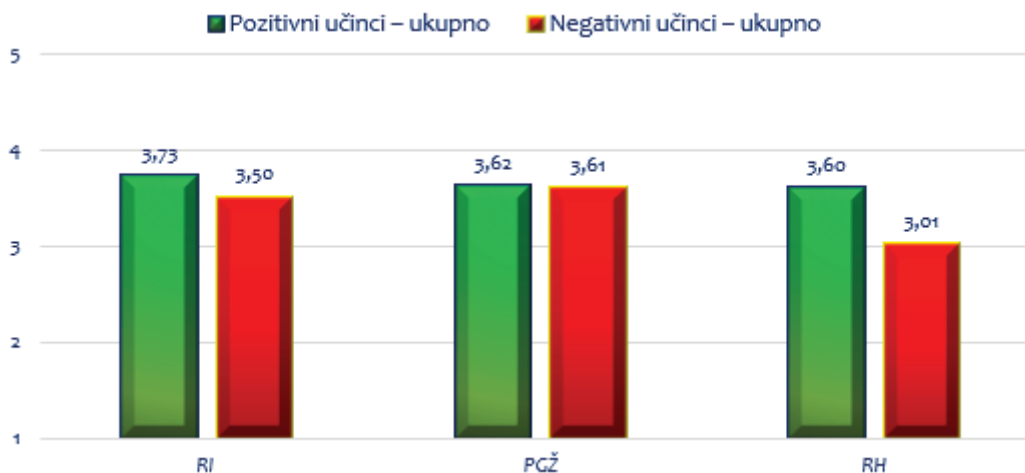
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

U kontekstu negativnih učinaka turizma, ispitanici iz Rijeke najviše percipiraju one koji se odnose na prometne probleme i povećane troškove života kao posljedice turističkog razvoja grada te ukazuju na potencijalni problem nekontrolirane izgradnje (Grafikon 14). Ipak uspoređujući stavove ispitanika Rijeke sa stavovima ispitanika iz ostatka Primorsko-

goranske županije, vidljivo je kako ostali ispitanici snažnije percipiraju povećanje troškova života, prenatrpane javne prostore te nekontroliranu izgradnju. Važno je ipak naglasiti kako se sve tri grupe ispitanika u prosjeku ne slažu da turizam ugrožava kvalitetu lokalnog stanovništva.

**Grafikon 15:** Percepcije pozitivnih i negativnih učinaka turizma – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske



Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Iz prethodnog grafikona je evidentno kako, u prosjeku, ispitanici iz Rijeke i oni koji žive u ostalim dijelovima Hrvatske još uvijek nešto snažnije percipiraju pozitivne učinke turizma u odnosu na negativne. Važno je napomenuti da se kod ispitanika iz Rijeke radi o malo razlici u percepciji pozitivnih (prosječna ocjena 3,73) u odnosu na negativne učinke turizma (3,50). Još je više zabrinjavajuća činjenica kako ispitanici iz ostalih dijelova Primorsko-goranske županije podjednako percipiraju i pozitivne i negativne učinke turizma, što signalizira na potencijalan problem jer, ako se ne poduzmu određene aktivnosti ublažavanja negativnih učinaka, s vremenom turizam može ugroziti kvalitetu života na ovom području.

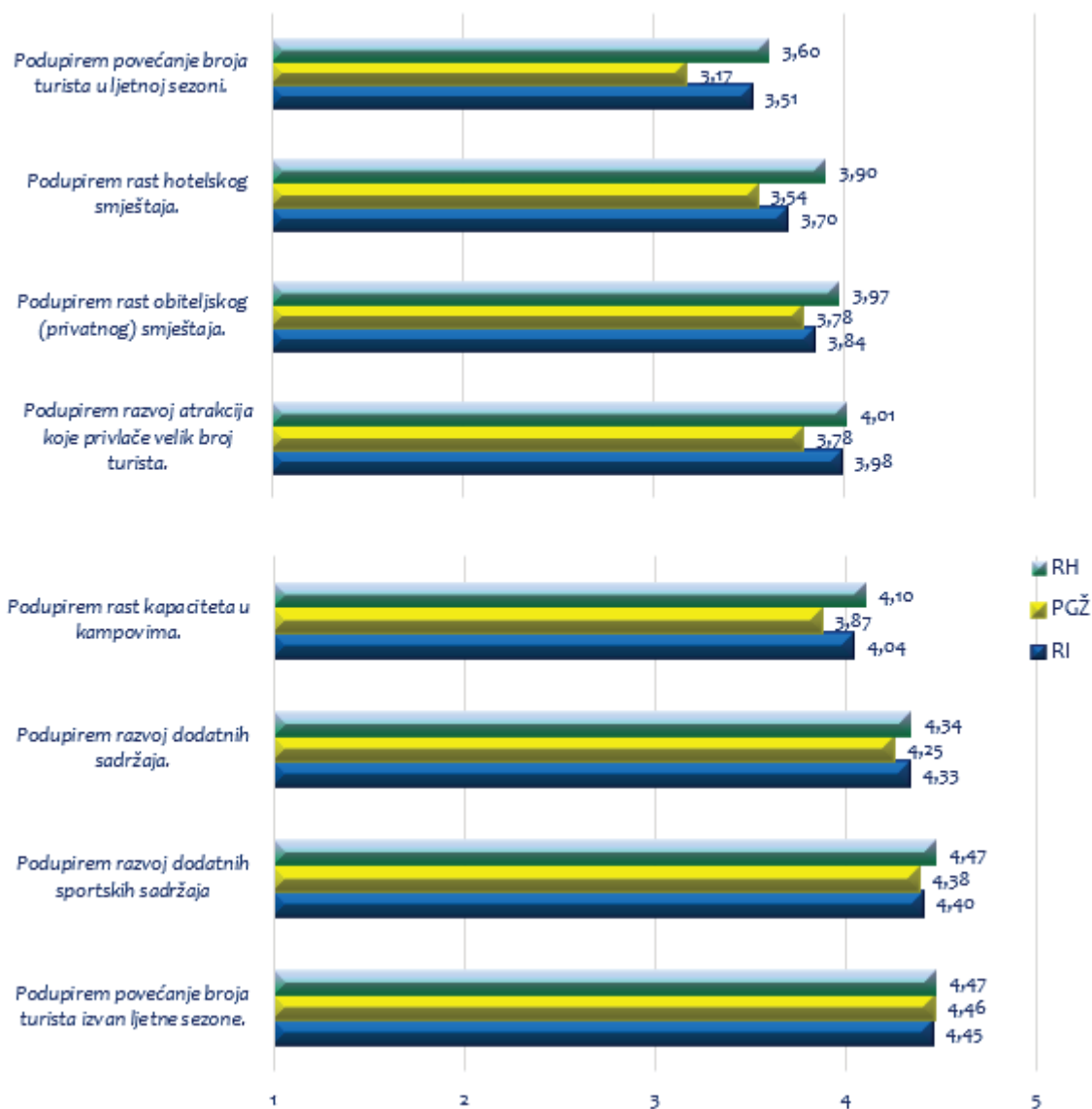
S obzirom na to da se o održivosti turizma ne može

govoriti ako lokalno stanovništvo ne podupire njegov razvoj, u nastavku se od ispitanika tražilo da ocijene upravo razinu potpore različitim aspektima daljnjeg razvoja turizma. Rezultati ukazuju na to kako ispitanici iz Rijeke prilično snažno podupiru daljnji razvoj turizma u njihovom gradu (prosječna ocjena iznosi 4,03). Očekivano ispitanici u najvećoj mjeri podupiru povećanje broja turista izvan sezone (4,45), razvoj sportskih (4,40) kao i ostalih dodatnih sadržaja (4,33). Nadalje, ispitanici u pravilu podržavaju rast svih oblika smještajnih kapaciteta, pri čemu nešto snažnije rast smještaja u kampovima i obiteljskom smještaju u odnosu na hotelski smještaj. Ispitanici iz Rijeke nešto više podupiru povećanje broja turista u sezoni (3,51) u odnosu na ostale ispitanike iz Primorsko-goranske županije (3,17) (Grafikon 16).



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

**Grafikon 16:** Potpora turizmu – usporedba stavova lokalnog stanovništva Rijeke, Primorsko-goranske županije i Hrvatske



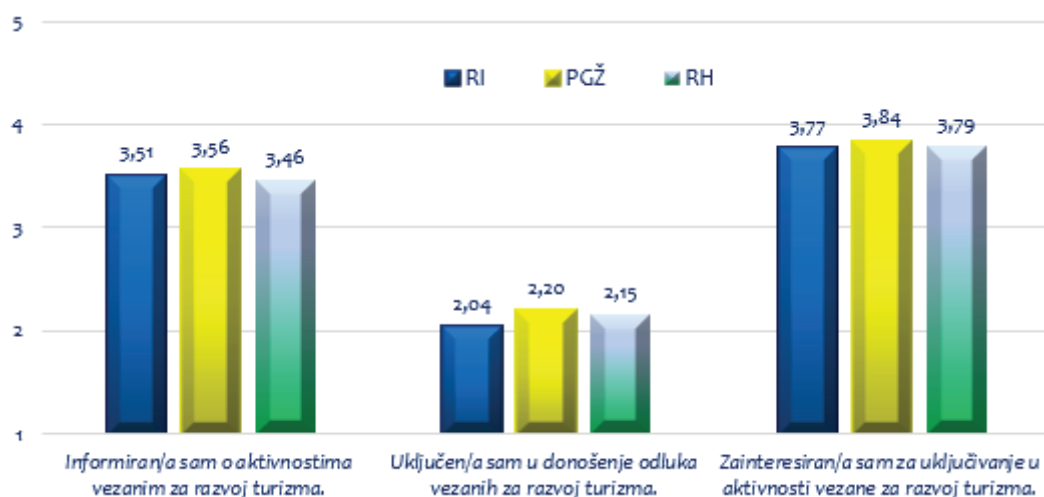
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

**Grafikon 17:** Uključenost i informiranost lokalnog stanovništva



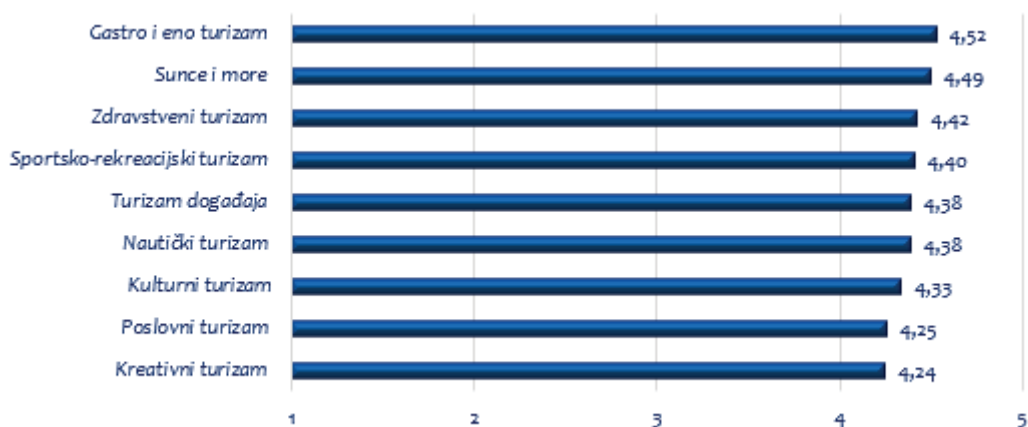
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

iz Grafikona 17 vidljivo je kako se stavovi ispitanika iz Rijeke u prosjeku ne razlikuju od stavova ostalih ispitanika kada je riječ o uključenosti i razini informiranosti o aktivnostima vezanim za razvoj turizma. Naime, rezultati ukazuju na to kako je malen broj ispitanika uključen u procese donošenja odluka

vezanih za razvoj turizma, dok je nešto više onih koji su informirani o takvim aktivnostima. Činjenica da je čak 72,4 % ispitanika iz Rijeke zainteresirano za uključivanje u aktivnosti vezanih za razvoj turizma grada što je dobar pokazatelj koji tek treba valorizirati.

**Grafikon 18:** Ljestvica najvažnijih oblika turizma prema percepciji lokalnog stanovništva Rijeke



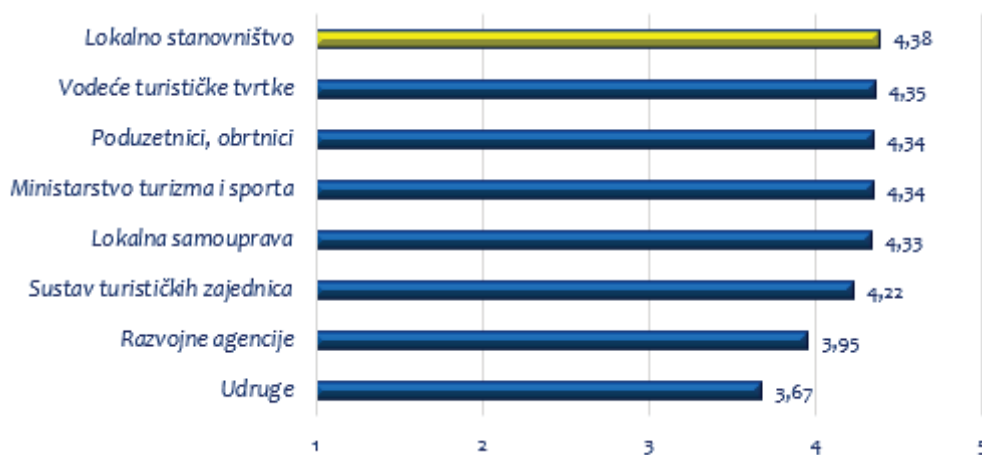
Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti nevažno do 5 – u potpunosti važno.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

Sukladno ispitanicima grada Rijeke, na ljestvici najvažnijih oblika turizma, gastro i eno turizam zauzima prvo mjesto (prosječna ocjena važnosti 4,52), a slijede ga, gotovo po istoj razini važnosti, sunce i more (4,49), zdravstveni (4,42) i sportsko-rekreacijski

turizam (4,40). Među značajnim oblicima turizma za grad Rijeku, ispitanici vide i razvoj turizma događaja, nautičkog, kulturnog, poslovnog te kreativnog turizma (Grafikon 18).

Grafikon 19: Važnost pojedinih dionika za razvoj turizma grada Rijeke



Napomena: Ocjene se kreću od 1 – u potpunosti nevažno do 5 – u potpunosti važno.

Izvor: obrada autora prema rezultatima empirijskih istraživanja provedenih u okviru Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine i Plana razvoja turizma Primorsko-goranske županije do 2030. godine

U nastavku se od ispitanika tražilo da rangiraju stupanj važnosti pojedinih dionika za razvoj turizma grada Rijeke. Ispitanici drže da su svi navedeni dionici izuzetno važni za razvoj turizma u gradu. Sukladno njihovim stavovima, najznačajniji dionik je upravo lokalno stanovništvo (prosječna ocjena važnosti, visokih 4,38), ali i vodeće turističke tvrtke (4,35), poduzetnici i obrtnici te Ministarstvo turizma i sporta (4,34). Evidentno je kako je lokalno stanovništvo

svjesno važnosti svoje uloge u cijelom procesu planiranja i odabiranja razvojnih pravaca turizma u gradu u kojem žive. Jasno je i kako su svjesni važnosti zajedničkog i sinergijskog djelovanja svih dionika turizma u cilju odgovornog upravljanja i osiguranja održivog razvoja turizma koji će gradu i njegovim stanovnicima osigurati daleko više koristi nego troškova.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

## 2.3.SWOT ANALIZA

SWOT analiza identificira ključne aspekte turizma grada kroz snage, slabosti, prilike i prijetnje određene karakteristikama unutarnjeg stanja turizma u destinaciji

i vanjskim utjecajima iz okruženja koji djeluju na formiranje turističke ponude i potražnje.



Izvor: obrada autora prema rezultatima istraživanja provedenih u okviru izrade dokumenta

SWOT analiza grada Rijeke ukazuje na evidentne snage Rijeke kao turističke destinacije i polazište za novi razvojni iskorak. Pri tome se posebno ističu nove investicije i strateški projekti koji su već u fazi realizacije ili njenoj najavi. Slabosti je, gdje je na njih moguće djelovati, potrebno eliminirati, odnosno raditi na njihovu rješavanju.

Globalno okruženje nameće pred turistički sustav brojne izazove, no istovremeno pruža i prilike za razvoj konkurentnog, tržištu prilagođenog i lokalnoj zajednici prihvatljivog razvoja turizma.



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# 3. VIZIJA TURIZMA – RIJEKA 2028.

„Gradski turizam je oblik turizma koji se odvija u urbanim sredinama čije se gospodarstvo temelji na upravi, industriji, trgovini i uslugama te predstavljaju prometna čvorišta. Gradske destinacije nude široku i raznoliku paletu kulturnih, arhitektonskih, tehnoloških, društvenih i prirodnih doživljaja i proizvoda za razonodu i poslovne aktivnosti.“<sup>8</sup>

Na temelju analize sadašnjeg stanja, provedenih istraživanja i prikupljenih stavova, uvažavajući strateške dokumente na razini grada Rijeke, Primorsko-goranske županije i Republike Hrvatske, uvažavajući trendove na turističkom tržištu potražnje vizija grada Rijeke kao turističke destinacije u 2028. godini jest:

**Rijeka, grad s karakterom, sigurna urbana luka koja afirmira različitosti i nasljeđe prošlosti u kreiranju turističkih doživljaja otvorenih za sve, tijekom cijele godine, na moru, uz more, Rječinu i gradskim kvartovima.**

Ključni elementi vizije – argumentacija

Element vizije 2028.	Argumentacija
Grad s karakterom	Rijeka kao grad specifičnog urbaniteta, lokalne kulture uvažavanja, prihvaćanja, tolerancije, otvoreni grad ( <i>Krepat ma ne molat, Forza Fiume, Semper magis ...</i> ).
Urbana luka	Rijeka kao značajna teretna i putnička luka, lokacija najveće marine na Mediteranu (Porto Baroš). U simboličnom smislu: luka različitosti, gastronomska luka, ali i za turizam značajno – sigurna luka, luka kao utočište.
Različitosti	Rijeka kao grad uvažavanja različitih kultura, vjera, opredjeljenja. Rijeka 2028. različitosti ne samo da uvažava, ona ih afirmira kao dio turističkog identiteta grada.
Nasljeđe prošlosti	Rijeka kao grad burne prošlosti koja se ogleda i prezentira u brojnim i različitim elementima turističke ponude grada. Afirmirajući nasljeđe prošlosti kreira se turizam budućnosti Rijeke.
Turistički doživljaji otvoreni za sve, cijele godine	Rijeka će kreirati turističke doživljaje i sadržaje turističke ponude tijekom cijele godine koji će biti usmjereni i dostupni u jednakoj mjeri turistima iz Rijeke i okruženja te lokalnom stanovništvu.
Turistički doživljaji na moru, uz more, Rječinu i gradskim kvartovima	Rijeka 2028. godine nastavlja razvijati turističke sadržaje uz more (marina, šetnice, plaže, lučice, sportski objekti, smještajni objekti...), na moru u kontekstu organiziranja regata, valoriziranja tramontane u zoni Preluk, turistički sadržaji na moru i uz Rječinu. Posebnost Rijeke je razvoj različitih turističkih doživljaja u gradskim kvartovima čime turizam čini dio lokalne zajednice, doprinosi kvaliteti njena života i utječe na smanjenje opterećenosti uskih lokaliteta turističkim aktivnostima i time utječe na rast prihvatnog potencijala destinacije.

Vizija turizma Rijeke do 2028. godine usklađena je s vizijom Rijeke iz temeljnog gradskog razvojnog dokumenta – Plan razvoja grada

Rijeke 2021. – 2027. koja glasi:

Rijeka 2030. – pametan, otvoren i otporan grad.

<sup>8</sup> Institut za turizam (2018), Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija; World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

# 4. RAZVOJNE POTREBE I RAZVOJNI POTENCIJALI

Uzevši u obzir analizu stanja u nastavku se izdvajaju razvojne potrebe i potencijali turizma grada Rijeke.

## Osigurati otvaranje grada moru

Očekuje se da će otvaranje grada Rijeke prema moru donijeti značajne koristi, ali i promjene u različitim aspektima života i rada u gradu. Otvaranje moru pridonosi razvoju pomorske industrije, trgovine, turizma i povezanih sektora čime se unaprjeđuje regionalna, ali i nacionalna ekonomska dinamika. Uređenje obale i stvaranje atraktivnih javnih prostora učinit će riječku obalu dostupnom i primamljivom stanovnicima i posjetiteljima. Nadalje, izgradnjom marine stvorit će se nova turistička atrakcija i unaprijediti ukupno iskustvo posjetitelja te će se osigurati i otvaranje novih radnih mjesta. Ukupno gledano, otvaranje prema moru predstavlja priliku za holistički razvoj grada Rijeke, potičući njegovu ekonomsku, turističku, ekološku i kulturnu revitalizaciju. Važno je da se takav razvoj planira i implementira u skladu s načelima održivosti i dugoročnim koristima za zajednicu.

## Odrediti prihvatni kapacitet grada

U cilju osiguranja održivog turizma, koji u prvi plan stavlja lokalnu zajednicu i dugoročnu kvalitetu života na području grada, neophodno je utvrditi prihvatni kapacitet grada. Navedeno podrazumijeva utvrđivanje svih parametara koji će osigurati razvoj turizma po mjeri građana uz očuvanje kulturnih i prirodnih resursa te osiguranje ekonomskog prosperiteta. Na temelju izračuna prihvatnog kapaciteta grada potrebno je izraditi plan upravljanja destinacijom kojim se razvoj turizma Rijeke usmjerava ka održivosti. Time će se osigurati odgovorno upravljanje destinacijom, kontrola utjecaja turizma na prostor, okoliš i glavne atrakcijske elemente grada Rijeke sve u cilju minimalizacije negativnih i maksimalizacije pozitivnih učinaka turizma.

## Osigurati cjelogodišnji turizam

Rijeka u usporedbi s većim obalnim gradovima Hrvatske ima najmanje izraženu sezonalnost. Za očekivati je da će se sezonalnost turističkog prometa dodatno ublažiti s obzirom na razvojne projekte koji se planiraju realizirati na području grada u dogledno vrijeme, a kojim će se doprinijeti cjelogodišnjem poslovanju (Porto Baroš, projekt Exportdrvo, privlačenje međunarodnih hotelskih brendova, rast kvalitete i unaprjeđenje strukture smještajnih kapaciteta, osnaživanje ponude različitih posebnih oblika turizma, razvoj događaja tijekom cijele godine i dr.). Uspostavljenjem ravnoteže sezonskih fluktuacija u turizmu osigurat će se pozitivna poduzetnička klima, povećati perspektiva zapošljavanja i osigurati stabilnost radnih mjesta u turizmu.

## Jačati posebne oblike turizma

Trendovi na turističkom tržištu ukazuju na porast potražnje za posebnim oblicima turizma. Grad Rijeka ima izuzetnu resursnu osnovu koja predstavlja nesevakidašnji potencijal turističkog razvoja. Atraktivni resursi i potencijali ogledaju se kroz kulturnu, industrijsku i maritimnu baštinu, nasljeđe Europske prijestolnice kulture te sportsko-rekreativnu infrastrukturu, kao i kroz nove investicijske i strateške projekte grada Rijeke. Navedeno predstavlja podlogu i potencijal za snažniji razvoj različitih posebnih oblika turizma čiju važnost prepoznaju ključni dionici turizma grada Rijeke (lokalno stanovništvo, poduzetnici u turizmu, javni sektor). Posebno je važno naglasiti kako se turizam grada Rijeke ne može razvijati izolirano već ga je potrebno promišljati u simbiozi i potencijalom njegova atraktivnog okruženja (Gorski kotar, otoci, primorje) što dodatno osnažuje razvoj posebnih oblika turizma.

## Poticati inovacije i digitalna rješenja

U cilju osiguranja konkurentnosti i prepoznatljivosti turizma grada Rijeke neophodno je dodatno razvijati, unaprjeđivati i promovirati status pametnog grada, odnosno pametne destinacije. S ciljem usklađivanja s očekivanjima gostiju, navedeno zahtijeva poticanje inovacija i intenziviranje digitalizacije u cijelom lancu vrijednosti, kao i povećanje djelotvornosti sustava te ulaganja u digitalne tehnologije i rješenja. Plan razvoja grada Rijeke 2021. – 2027. prepoznaje važnost praćenja trendova kao i implementacije novih tehnologija (internet stvari, 3D ispis, umjetna inteligencija, Blockchain tehnologija), unaprjeđenja gradske ICT infrastrukture, razvoja novih i unaprjeđenje postojećih digitalnih usluga, podizanja svijesti te organiziranje edukacija za različite skupine dionika o digitalnim tehnologijama<sup>9</sup> što će se svakako pozitivno odraziti i na inovacije i na implementaciju inovativnih rješenja i u turizmu grada.

### Unaprijediti strukturu i kvalitetu smještajnih kapaciteta

Kroz unaprjeđenje strukture smještajnih kapaciteta i posebice njihove kvalitete osigurat će se visoka dodana vrijednost turističkog proizvoda grada Rijeke, a navedeno će doprinijeti i cjelogodišnjem poslovanju. Uslijed još uvijek neadekvatne strukture smještajnih kapaciteta javlja se potreba dodatnog razvoja posebno hotelskog smještaja te privlačenja međunarodnih lanaca što će rezultirati jačom vidljivošću grada Rijeke na turističkoj karti. Obiteljski smještaj i u gradu Rijeci bilježi značajan porast što nalaže značajnije napore kada je riječ o poticanju unaprjeđenja njegove kvalitete i poticanju dobivanja oznaka kvalitete. Uz navedeno, potrebno je osvijestiti važnost snažnijeg uvažavanja standarda ekološki prihvatljivog i društveno odgovornog poslovanja.

### Unaprijediti ugostiteljsku ponudu hrane i pića

Rijeka ima potrebu unaprjeđivati svoju ugostiteljsku ponudu kako u kvaliteti tako i u brojnosti. Osobito je važno ponuditi suvremenim i vrlo zahtjevnim gostima raznovrsniju ugostiteljsku ponudu. Razvoj visokokvalitetnih turističkih proizvoda podrazumijeva i usporedno razvijanje visokokvalitetne i raznolike ugostiteljske ponude koja će pratiti zahtjeve turista koji konzumiraju proizvode spomenutih specifičnih oblika turizma, čime se osigurava generiranje visoke razine dodane vrijednosti. U tom kontekstu je istovremeno važno poticati ugostiteljske objekte na dobivanje međunarodnih oznaka kvalitete u cilju postizanja najviših standarda u ponudi hrane, pića i usluga. Oznake kvalitete u ugostiteljskoj ponudi hrane i pića imaju izuzetnu važnost u unaprjeđenju ugostiteljskog iskustva, poticanju rasta kvalitete te osiguravanju zadovoljstva, povjerenja i sigurnosti

za goste. Kvalitetna ugostiteljska ponuda pridonosi ugledu destinacije i potiče turiste da istraže lokalnu gastronomsku ponudu.

### Jačati partnerstva i komunikaciju

Jačanje partnerstava kako među javnim i privatnim sektorom tako i unutar privatnog sektora i među javnim institucijama, ima ključnu ulogu u poticanju održivog razvoja turizma. Učestale promjene u turizmu zahtijevaju brze prilagodbe, a upravo partnerska suradnja omogućuje fleksibilnost i brže odgovore na nove trendove i zahtjeve tržišta. Suradnja rezultira inovacijama, razvojem novih turističkih proizvoda i unaprjeđenjem usluga, čime se doprinosi povećanju konkurentnosti. Dodatno, javno-privatno partnerstvo evidentno u Rijeci rezultira investicijama i infrastrukturnim projektima kojima će se unaprijediti njezina ukupna turistička ponuda. Partnerstva bilo koje vrste zahtijevaju učinkovitu i transparentnu komunikaciju jer je takva komunikacija ključna u procesu zajedničkog planiranja, usklađivanja ciljeva i izbjegavanja sukoba interesa.

Snažna partnerstva i učinkovita komunikacija među svim dionicima grada Rijeke predstavljat će kvalitetnu bazu za održivi razvoj turizma koji uvažava lokalnu zajednicu, čuva kulturu, prostor i okoliš te osigurava dugoročne ekonomske koristi.

### Poticati poduzetništvo

U cilju unaprjeđenja poduzetništva i razvoja poduzetničke infrastrukture, Grad Rijeka kontinuirano provodi i unaprjeđuje programe poduzetničkih inkubatora u cilju osiguranja prostorne, edukativne i savjetodavne podrške poduzetnicima početnicima, ali i osigurava stručnu, tehničku, edukativnu i infrastrukturnu podršku i njihovim poduzetnicima u različitim fazama rasta i razvoja.<sup>10</sup> Potrebno je motivirati i poticati poduzetnike u turizmu na korištenje navedenih programa i podrške koju osigurava Grad Rijeka što će rezultirati njihovim osnaživanjem i jačanjem njihovih kompetencija. Posebno je važno povezivanje i umrežavanje turizma s ostalim segmentima gospodarstva kako bi se osigurala dodana vrijednost u svakom dijelu lanca vrijednosti turizma. U tu je svrhu potrebno unaprijediti poslovne uvjete i sustav podrške investitorima kada je riječ o turističkim projektima. Poduzetnici su posebno važni pri osiguranju ponude autohtonih i tradicionalnih proizvoda koji daju značajnu vrijednost i posebnost cjelokupnom turističkom proizvodu grada Rijeke.

### Jačati kompetencije ljudskih potencijala u turizmu

Čovjek je ključan za održiv razvoj turizma. Nepovoljni demografski trendovi i nedostatak kvalificirane radne snage predstavljaju ključne izazove turizma Rijeke.

<sup>9</sup> Plan razvoja grada Rijeke 2021. – 2027. <https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2021/03/Plan-razvoja-Grada-Rijeke-za-razdoblje-2021.-2027..pdf>

<sup>10</sup> Ibid.

Jačanje kompetencija ljudskih potencijala u turizmu od izuzetne je važnosti budući da ima direktan utjecaj na kvalitetu turističkih usluga, zadovoljstvo gostiju i ekonomsku održivost destinacije. Top of Form

Posebno je važno kontinuirano poticati edukaciju zaposlenih u turizmu, kao i zadržati te privlačiti lokalnu radnu snagu, sve u cilju osiguranja visokokvalitetne usluge. Uvođenje novih tehnologija i trendova u radne procese zahtijeva osposobljenost ljudskih potencijala kako bi se održala konkurentna prednost. Navedeno ukazuje na potrebu unaprjeđenja sustava cjeloživotnog obrazovanja u kontekstu održivog razvoja, zelene i digitalne transformacije.

### Unaprjeđivati prometnu povezanost

Rijeka kao atraktivna urbana turistička destinacija zahtijeva unaprjeđenje prometne povezanosti posebice u kontekstu pomorskog, zračnog i željezničkog prometa, što će dodatno generirati niz ekonomskih i društvenih koristi. U cestovnu se infrastrukturu kontinuirano ulaže, očekuje se realizacija suvremenog autobusnog kolodvora, dok u Hrvatskoj te posljedično i na području Rijeke, razvoj željeznice tek treba uzeti zamaha.

U kontekstu pomorskog prometa, osim za privlačenje kruzera (s naglaskom na mini kruzere), javlja se potreba za povezivanjem Rijeke morskim putem. Navedenim bi Rijeka postala atraktivnija i dostupnija jer bi, svojim bogatim kulturnim životom, dodatno privlačila posjetitelje iz okruženja, ali i olakšala svojim gostima sudjelovanje u raznim događanjima i posjet susjednim destinacijama.

S obzirom na razvojne potencijale novih strateških projekata grada Rijeke, koji će je značajnije pozicionirati na poslovnoj i turističkoj karti, potrebno je intenzivnije korištenje zračne infrastrukture, ali i osiguravanje jednostavnijeg povezivanja s ostalim međunarodnim zračnim lukama u okruženju, čime bi se omogućilo brže povezivanje s europskim i svjetskim destinacijama te olakšala poslovna suradnja i putovanja.

Dobra prometna povezanost učinit će Rijeku konkurentnijom i privlačnijom za investicije i turističke aktivnosti te pospješiti gospodarski i društveni razvoj i učiniti još poželjnijim gradom za život i rad. Osim gospodarskih i društvenih koristi, razvoj i promicanje održivih oblika prijevoza doprinijet će globalnim naporima u borbi protiv klimatskih promjena.

### Unaprjeđivati prometna rješenja u gradu

Unaprjeđivanje prometnih rješenja u gradu Rijeci imat će značajan utjecaj na različite aspekte urbanog života te će doprinijeti ukupnom razvoju grada. Učinkovitiji i brži prijevoz potiče gospodarski rast, olakšava svakodnevne aktivnosti te poboljšava kvalitetu života.

Pametno planirana prometna rješenja mogu smanjiti gužve i zagušenja, čime se poboljšava protočnost prometa i smanjuje emisija štetnih plinova. Integracija modernih tehnologija (pametni semafori, prometne kamere i sustavi za upravljanje prometom) doprinosi unaprjeđenju sigurnosti i ukupnoj učinkovitosti gradske logistike. Dobro promišljena i funkcionalna prometna infrastruktura učiniti će grad Rijeku atraktivnijom destinacijom za turiste, omogućujući im lakši pristup znamenitostima i kulturnim sadržajima u svim njezinim kvartovima.

Osigurati uključenost lokalne zajednice u turističke razvojne procese

Kada je u pitanju razvoj turizma, podrška lokalnog stanovništva je ključna za njegovo upravljanje jer održivost njegova razvoja ovisi upravo o potpori lokalne zajednice. Malo je Riječana uključeno aktivnosti vezane za razvoj turizma grada, no istovremeno velik je broj onih koji su za to zainteresirani što je izuzetno važno valorizirati u budućem razdoblju. U cilju osiguranja visoke razine zadovoljstva stanovništva, a time i podrške razvoju turizma, neophodno je poticati lokalno stanovništvo na aktivnije uključivanje u turističke razvojne procese kao i pratiti njihove stavove i percepcije kada je riječ o učincima koje turizam generira u njihovu gradu. Transparentna komunikacija s lokalnom zajednicom stvara povjerenje i podršku za razvoj turizma te potiče participativno odlučivanje, dok su visoka razina potpore i uključenost lokalnog stanovništva ključni za dugoročnu održivost ne samo turizma nego i gospodarstva, društva i kulture u cjelini.<sup>11</sup>

Evidentno je kako grad Rijeka raspolaže nizom razvojnih potencijala koji su u nedovoljnoj mjeri valorizirani. Navedeno otvara mogućnost za kvalitetni razvojni iskorak, odnosno za značajnije korištenje razvojnih potencijala tako da se realizira održivost turizma i dugoročni boljitak za lokalnu zajednicu kako u ekonomskim tako i društvenim aspektima. Time je moguće realizirati viziju, odnosno razvijati turizam kao integralni dio razvojnog koncepta grada Rijeke osiguravajući visoku kvalitetu života.

<sup>11</sup> Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# 5. CILJEVI I MJERE

Na temeljem provedene analize stanja, sagledavanja stavova ključnih dionika, analize razvojnih potreba i potencijala postavljena su četiri posebna cilja razvoja turizma grada Rijeke do 2028. godine:

1. **Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada,**
2. **Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja,**
3. **Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma,**
4. **Oснаživanje partnerske suradnje.**

U cilju ostvarenja posebnih ciljeva definirane su mjere, a u svrhu praćenja realizacije Plana razvoja turizma grada Rijeke identificirani su ključni pokazatelji ishoda s definiranim ciljanim vrijednostima u 2028. godini.

## 5.1. Posebni cilj 1. Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada

Grad Rijeka razvijat će turizam kao integralni dio razvojnog koncepta grada te će se aktivnostima koje unaprjeđuju korištenje pametnih rješenja unaprijediti uvjeti života i lokalnom stanovništvu i uvjeti boravka turista. Uravnoteženost turizma sa svim

ostalim djelatnostima u gradu i stavovima lokalnog stanovništva zahtijeva upravljanje turizmom u skladu s utvrđenim prihvatnim kapacitetom uz stalno jačanje marketinga destinacije.

Posebni cilj 1. <b>Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada</b>	<b>Mjere</b>		
	1.1. Unaprjeđivati koncept Rijeke kao pametne (engl. <i>smart</i> ) turističke destinacije		
	1.2. Upravljanje turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta grada		
	1.3. Jačati marketing destinacije		
	<b>Pokazatelji ishoda</b>	Početna vrijednost 2022.	Ciljana vrijednost 2028.
	Status Smart Cities Marketplace	DA	DA
Izračun prihvatnog kapaciteta	NE	DA	

### Mjera 1.1. Unaprjeđivati koncept Rijeke kao pametne (engl. *smart*) turističke destinacije

Grad Rijeka je jedan od 196 europskih gradova uključenih u projekt Europske komisije „Smart Cities Marketplaces“ (u projekt su uključeni Rijeka i Hvar kao predstavnici Hrvatske)<sup>12</sup> na temelju ostvarenih rezultata implementacije digitalnih rješenja u području energetske učinkovitosti, obnovljivih izvora energije, novih oblika mobilnosti usmjerenih prema poboljšanju kvalitete života u urbanim sredinama.<sup>13</sup> Višestruko (4 puta) je proglašen najpametnijim velikim gradom u Hrvatskoj (SMART City) prema istraživanju kompozitnog indeksa digitalne spremnosti jedinica

lokalne samouprave (Istraživanje konzultantske tvrtke Apsolon). Pametna rješenja i razvoj ICT sektora (ICT inkubator Hartera, razvoj Startup Rijeka) mora aktivno doprinosti transformaciji Rijeke iz industrijskog grada u prepoznatljivu turističku destinaciju kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada temeljenog na aktivnom međudnosu turizma, industrije, prometa, znanosti, poduzetništva, novih tehnologija.

Digitalna transformacija postavlja preduvjet implementacije SMART rješenja u kvalitativnoj

<sup>12</sup> Smart cities | Smart Cities Marketplace (europa.eu), pristupljeno 14. 1. 2024.

<sup>13</sup> Rijeka | Smart Cities Marketplace (europa.eu), pristupljeno 14. 1. 2024.

preobrazbi turizma grada Rijeke (npr. projekt Hrvatski digitalni turizam, e-visitor) uvažavajući digitalnu tranziciju dionika u multipliciranju turističkog lanca vrijednosti i generiranju nove vrijednosti temeljene na digitalnim platformama te prilagođene sve sofisticiranijim potrebama suvremenih turista. Digitalizacija u turizmu mora doprinijeti bržoj razmjeni podataka i informacija nositelja ponude i turista i njihovoj aktivnoj komunikaciji, digitalnoj transformaciji upravnih i neupravnih postupaka, administrativnom rasterećenju poduzetnika, razvoju e-usluga za upravljanje održivim razvojem destinacije i turističkim tokovima, afirmaciji digitalnog marketinga, transferu znanja, ubrzavanju poslovnih procesa, implementaciji

umjetne inteligencije, novih softverskih rješenja, informacijskih sustava i upravljanju velikim bazama podataka, rudarenju podataka u generiranju poslovnih odluka temeljenih na znanju koje imaju veću mogućnost uspjeha u dinamičnom i sve izazovnijem okruženju. Također mora ubrzati i unaprijediti proces istraživanja tržišta temeljen na aktivnoj implementaciji CRM-a (Customer Relationship Management) i poslovne inteligencije u predviđanju preferencija turista i aktivnosti konkurencije u generiranju i inoviranju modela koncepcije razvoja i upravljanja održivim razvojem u funkciji kvalitativne transformacije turizma grada Rijeke temeljene na afirmaciji posebnih oblika turizma i ponude događaja.

## Mjera 1.2. Upravljanje turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta grada

Sukladno Zakonu o turizmu<sup>14</sup> u narednom periodu Turistička zajednica grada Rijeke treba izraditi Plan upravljanja destinacijom. U cilju osiguranja održivosti turističkog razvoja Rijeke, odnosno njegova razvoja kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada, plan upravljanja destinacijom temeljit će se na pokazateljima održivosti i izračunu prihvatnih kapaciteta uzimajući u obzir i turističke tokove<sup>15</sup> kao i potrebe i interese lokalnog stanovništva. Neophodno je upravljati turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta jer se tako osigurava očuvanje ravnoteže između turističkog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva. Nekontrolirani i prevelik priljev turista može izazvati negativne učinke na lokalnu kulturu, tradiciju i okoliš, stoga je važno postaviti ograničenja koja će očuvati autentičnost destinacije i omogućiti adekvatnu zaštitu kulturne i prirodne baštine grada. Odgovornim upravljanjem turizmom i poticanjem razvoja raznolikih i kvalitetnih turističkih proizvoda i doživljaja, grad

Rijeka sačuvati će autentičnost i privlačiti posjetitelje koji cijene lokalnu kulturu, gastronomiju i tradiciju.

Na temelju identificiranih razvojnih potreba i potencijala turizma grada Rijeke, njime će se integrirano upravljati što implicira razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju, adekvatnu i učinkovitu komunikaciju s ostalim dionicima s ciljem osiguravanja infrastrukture, realizacije zajedničkih projekata kao i razvoja ljudskih potencijala.

Upravljanje turizmom na temelju prihvatnog kapaciteta predstavlja holistički pristup koji balansira ekonomske, socijalne i ekološke aspekte kako bi se postigao održiv turistički razvoj grada Rijeke koji štiti okoliš i donosi koristi svim dionicima destinacije – lokalnom stanovništvu, poduzetnicima, javnom sektoru i turistima.

## Mjera 1.3. Jačati marketing destinacije

U cilju realizacije uspješnog razvoja turizma grada Rijeke i ostvarivanja konkurentne prednosti na globalnom turističkom tržištu, naročito je važno usmjeriti napore prema primjeni koncepcije destinacijskog marketinga. Navedeno potvrđuje i suvremeni razvoj turizma, u smislu njegovih posebnih oblika, čime se ponuda prilagođava specifičnim turističkim potrebama, koje se razvijaju u pravcu kontinuirane potrage za novim, doživljajnim aktivnostima. Svjetska iskustva i najnoviji trendovi upućuju na razvoj selektivne potražnje, a osobito na rastući segment tržišta gradskog turizma, za koji Rijeka ima sve potrebne preduvjete. U kontekstu unaprjeđenja marketinških aktivnosti Rijeke kao turističke destinacije, potrebno je razviti strateški pristup, koji podrazumijeva oblikovanje

i implementaciju marketinške strategije. Prilikom formuliranja iste, potrebno je sagledati trenutno stanje tržišta i okruženja u kojima destinacija djeluje, postaviti specifične i mjerljive ciljeve, definirati profil ciljnog kupca te identificirati moguće strategije i taktike komuniciranja s ciljnim tržištem. U tu svrhu, poseban naglasak trebao bi biti na sljedećim aktivnostima:

- Izrada marketinškog plana turizma grada Rijeke za naredno razdoblje;
- Brendiranje destinacije sukladno jedinstvenim karakteristikama grada Rijeke i trendovima na turističkom tržištu, pri čemu je potrebno posebno identificirati i isticati ključne urbane atrakcije i kulturnu raznolikost;

<sup>14</sup> Zakon o turizmu (NN 156/23)

<sup>15</sup> Ibid.

- Unaprjeđivanje funkcionalno-tehničkih i sadržajno-informativnih elemenata destinacijske web stranice te razvijanje snažne prisutnosti na postojećim i novim društvenim mrežama oblikovanjem ciljanih kampanja;
- Implementacija digitalnih inovacija u kreiranju turističkih doživljaja i komunikaciji s tržištem, a posebice u kontekstu primjene tehnologije virtualne i proširene stvarnosti te mobilnog marketinga.

Jasno definirana strategija pozicioniranja, temeljna na specifičnim obilježjima proizvoda, preduvjet je stvaranja prepoznatljivosti Rijeke kao destinacije koja nudi nezaboravan turistički doživljaj. Vodeći računa o prirodnim i antropogenim mogućnostima ove destinacije i suradnji s lokalnim dionicima, moguće je oblikovati jedinstveni turistički proizvod koji će zadovoljiti trendove na tržištu, osigurati jasnu i prepoznatljivu sliku Rijeke te dugoročno, uspješno pozicioniranje grada na turističkom tržištu.



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

## 5.2. Posebni cilj 2. Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja

Uvažavanje različitosti i otvorenost obilježja su koja karakteriziraju Rijeku kao grad te se navedeno dodatno afirmira kroz realizaciju vizije turizma Rijeke do 2028. godine. Raspoloživi resursi zahtijevaju snažniju valorizaciju i optimizaciju upravljanja destinacijom kako bi se na njihovim temeljima snažnije razvijali posebni oblici turizma, odnosno turistička ponuda i

uopće turistički gospodarski sustav koji je pristupačan svima. Uz uključivanje lokalne zajednice posebno je značajno ulagati u jačanje kompetencija zaposlenih i poduzetnika u turizmu, napose jer dio njih i nema formalno prethodno obrazovanje iz područja turizma, a i uvažavajući stalne nove izazove na koje poduzetnici, odnosno ljudski potencijali moraju odgovoriti.

Posebni cilj 2. <b>Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja</b>	<b>Mjere</b>		
	2.1. Razvijati i inovirati ponudu posebnih oblika turizma		
	2.2. Uključivati lokalnu zajednicu u kreiranje turističkih doživljaja		
	2.3. Snažiti pristupačnost		
	2.4. Kapitalizirati nasljeđe EPK 2020		
	2.5. Jačati kompetencije ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu		
	<b>Pokazatelji ishoda</b>	Početna vrijednost 2022.	Ciljana vrijednost 2028.
	Uspostavljen sustav potpore projektima/programima od strateškog značaja	NE	DA
	Skupine dionika obuhvaćene programima edukacije s ciljem jačanje kompetencija zaposlenih i poduzetnika u turizmu	1	3

### Mjera 2.1. Razvijati i inovirati ponudu posebnih oblika turizma

Inovativna i raznolika turistička ponuda formira se zajedničkim djelovanjem svih dionika uključenih u njezino stvaranje te time osigurava prepoznatljivost i konkurentnost destinacije na turističkom tržištu. U zajedničkim promišljanjima i djelovanjima dionika razvijaju se posebni oblici turizma po kojima je Rijeka 2028. godine prepoznata kao destinacija gradskog turizma s raznolikom ponudom, ali i prepoznatljivo središte sadržajnijeg boravka turista s područja Primorsko-goranske županije. Posjet Rijeci kao urbanom središtu cilj je svakog turista koji boravi u okruženju. Kroz daljnji razvoj posebnih oblika turizma biti će moguće adekvatno valorizirati resursne potencijale grada i njegove okolice: more, Rječinu, kulturnu baštinu, sportsku infrastrukturu i drugo. Raznolika kulturno-povijesna i prirodna baština te različitosti koje pružaju posebni oblici turizma osiguravaju ostvarenje kvalitetnih turističkih doživljaja u destinaciji. U tom smjeru razvoj novih sadržaja te početak ili nastavak u inoviranju postojećih, uz poduzetničke inicijative i kreativne industrije i aktivno uključivanje svih dionika destinacija, stvara turističke proizvode koje organizatori putovanja realiziraju na turističkom tržištu.

U okviru takvog razvoja posebnih oblika turizma Rijeka pronalazi svoje mjesto na konkurentnom turističkom tržištu te odgovara na trendove u turizmu i potražnji na tržištu, a uvijek vođena s ciljem kontinuiranog unaprjeđenja i nadogradnje kvalitete i raznovrsnosti turističkih proizvoda. Najznačajniji posebni oblici turizma koji će se razvijati na području Rijeke su sljedeći:

Nautički turizam će se razviti završetkom projekta izgradnje infrastrukture luke nautičkog turizma porto Baroš – ACI marine Rijeka koja će biti zelena i potpuno digitalizirana te središte tehnologija za budućnost nautičkog turizma. Nova luka nautičkog turizma ostvaruje važan dio turističke ponude destinacije te je uključena u njen gospodarski i turistički razvoj. Posjeti velikih kruzera ostvaruju se na održivim načelima s time da priljev turista ne opterećuje gradsku infrastrukturu te kvalitetu života lokalnog stanovništva.

Poslovni turizam te njegov podoblik kongresni turizam razvijaju se u okviru nove infrastrukture suvremenog multifunkcionalnog prostora Exportdrva za različita događanja (kongresna i sajamska ponuda), ali i drugih značajnih hotelskih kapaciteta s pratećim sadržajima za poslovni turizam. Jačanjem Rijeke

kao luke nautičkog turizma te gospodarskog središta otvaraju se dodatne mogućnosti za razvoj različitih oblika poslovnog turizma. Ovaj oblik turizma podržava cjelogodišnje poslovanje i generira značajnu turističku potrošnju.

Kulturni turizam će se razviti kroz prezentaciju materijalne i nematerijalne baštine s posebnim naglaskom na industrijsku baštinu koja diferencira Rijeku u odnosu na druge urbane turističke destinacije u okruženju. Jačanje prepoznatljivosti kulturnog turizma dodatno je ostvarivo putem kreativnih industrija, alternativne urbane scene te ostvarivanjem kvalitetnih i brojnih kulturnih događaja (npr. izložbi, koncerata, predstava, festivala) te aktivnim uključivanjem kulturnih ustanova u kreiranje turističke ponude. U kulturno-turističkoj ponudi aktivno sudjeluju muzeji na području grada Rijeke. U domeni kulturnog turizma važan dio čini vjerski turizam uz posebnu resursnu osnovu kao što je Svetište Majke Božje Trsatske, ali i drugi sakralni objekti. Trsatski kaštel je prepoznatljiv kao dio kulturno-turističke rute „Putovima Frankopana“ te je putem prezentiranja frankopanske baštine povezan s destinacijama u okruženju. Titula EPK 2020 i u budućem periodu treba doživjeti svoju turističku kapitalizaciju.

Zdravstveni turizam u Rijeci je razvijen kroz ponudu podoblika medicinskog turizma koji se temelji na visokokvalitetnim medicinskim uslugama, stručnom osoblju i ustanovama koje usluge pružaju (osobito je razvijen dentalni turizam).

Sportski turizam razvija se koristeći izgrađenu sportsku infrastrukturu, geografski položaj (blizina emitivnih

tržišta) i klimu koja osigurava kvalitetno održavanje sportskih natjecanja i događaja (bazenski kompleks, sportske dvorane, multifunkcionalni kompleks Stadion Kantrida i dr.). Koristeći prirodne vrijednosti (mora, obale, vjetra) te ponude Riječkog prstena, potiču se sportsko-rekreacijske aktivnosti tijekom cijele godine.

Outdoor turizam se razvija kroz projekt Rijeka outdoor koji se temelji na ciklo i trail ponudi Rijeke i destinacija Riječkog prstena. Blizina skijališta Platak te plažnih prostora Rijeke i okolnih destinacija osnažuje outdoor ponudu Rijeke. Outdoor ponuda će se konstantno nadograđivati putem suradnje s destinacijama i pružateljima usluga izvan Rijeke.

Turizam mladih se kontinuirano razvija jer Rijeka kao sveučilišni centar i urbano središte nudi raznoliku ponudu za mlade od ponude različitih mogućnosti obrazovanja, aktivnosti i događaja, gastro ponude, odabira smještajnih kapaciteta, i dr.

Gastro turizam zahtijeva snažniji razvojni zamah temeljen na autentičnoj gastro i eno ponudi za čije se inovativno kreiranje koriste kratki lanci nabave zaleđa, otoka i obalnog dijela. U takvoj gastro ponudi potiče se lokalna proizvodnja i opskrba, a raznolikost ugostiteljskih objekata te gastro ponude treba biti razvijena u skladu s ukupnom ponudom urbanog središta regije, posebno uzimajući u obzir činjenicu da je Kvarner 2026. godina Europska regija gastronomije (Riječke gastronomske luke). U cilju zadovoljenja potreba suvremenog turističkog tržišta organiziraju se i dalje različita događanja koja uključuju lokalnu gastro i eno ponudu u snažnoj interakciji s lokalnim stanovništvom.

## Mjera 2.2. Uključivati lokalnu zajednicu u kreiranje turističkih doživljaja

Suradnja turističke zajednice s ostalim dionicima turističke destinacije, posebice s lokalnim stanovništvom, neophodna je pri stvaranju kvalitetne i specifične turističke ponude. Koncept stvaranja turističkih doživljaja koristi se s ciljem stvaranja jedinstvenih iskustava za posjetitelje, ali istovremeno i za lokalno stanovništvo, posebno ono koje aktivno sudjeluje u tom procesu. Lokalna zajednica ima duboko razumijevanje vlastite kulture, tradicije i povijesti, što omogućuje stvaranje autentičnih turističkih iskustava. S obzirom na to da lokalno stanovništvo vrlo često igra ključnu ulogu u očuvanju kulturne i prirodne baštine, njihovo sudjelovanje u razvojnim procesima smanjuje rizik od negativnih utjecaja turizma.

Lokalno stanovništvo kroz turizam ima priliku ponuditi svoje proizvode i usluge za kojima postoji povećanje potražnje čime se potiče razvoj malih poduzetnika i obrtnika. Stoga, uključivanje lokalne

zajednice u kreiranje turističkih doživljaja ima brojne prednosti koje doprinose održivom turizmu i njegovu pozitivnom utjecaju na zajednicu i turiste. Kroz aktivno sudjelovanje u stvaranju turističkih doživljaja, lokalna zajednica će doprinijeti oblikovanju identiteta destinacije. Turisti sve više cijene i traže osobni kontakt te žele iskusiti lokalne običaje i način života u destinaciji koju posjećuju, stoga će aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u kreiranje turističkih doživljaja unaprijediti i obogatiti iskustvo posjetitelja, čineći ga zanimljivijim i nezaboravnim.

Uključivanje lokalne zajednice u kreiranje turističkih doživljaja pridonosi održivom razvoju turizma, povećava pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo, čuva autentičnost i identitet destinacije te turistima osigurava nove i jedinstvene turističke doživljaje.

### Mjera 2.3. Snažiti pristupačnost

Snaženje pristupačnosti jedan je od prioriteta europskih politika, predstavlja društvenu obavezu i civilizacijski doseg turističkih destinacija 21. stoljeća. Pristupačni turizam omogućuje ljudima sa specifičnim zahtjevima za pristup (uvažavajući mobilnost, vid, sluh i kognitivne dimenzije pristupa) da funkcioniraju neovisno, pravedno i dostojanstveno kroz isporuku univerzalno dizajniranih turističkih proizvoda i usluga. To se odnosi na sve ljude, uključujući one koji putuju s djecom u kolicima, osobe s invaliditetom i starije osobe.<sup>16</sup>

### Mjera 2.4. Kapitalizirati nasljeđe EPK 2020

Nasljeđe koje je Rijeka ostvarila kroz nositeljstvo titule Europske prijestolnice kulture 2020. programa Luka različitosti ostvaruje se i u budućnosti. Rijeka ostvaruje vidljivost kao kulturno središte na razini Hrvatske, ali i na međunarodnoj razini. Titula Europske prijestolnice kulture doprinosi jačanju lokalnih inicijativa kroz sinergijsko djelovanje institucionalnog i izvaninstitucionalnog sektora, ali i kontinuirano potiče međunarodno umrežavanje. Kulturni programi i infrastruktura te kreativne industrije osiguravaju da je kultura sastavnim dijelom turističke ponude grada. Važan dio nasljeđa Europske prijestolnice kulture je obnova zgrada i objekata kulture u Rijeci koji osiguravaju uživanje u kulturnoj ponudi kako lokalnom stanovništvu tako i turistima pa je tako potrebno istaknuti revitalizaciju kompleksa Benčić. Kompleks je postao središtem kulturnog života grada kroz ponude koje pružaju Muzej moderne i suvremene umjetnosti, Muzej grada Rijeke, Gradska knjižnica

Potrebno je poticati i pri procjenjivanju projekata posebno vrednovati elemente koji doprinose snaženju pristupačnosti turističkih sadržaja i ostalih objekata, usluga i infrastrukture na cijelom području grada Rijeke.

Dodatno, važno je snažiti pristupačnost i u kontekstu ljudskih potencijala u turizmu, odnosno omogućiti kvalitetno zapošljavanje u turizmu svim osobama, neovisno o njihovim objektivnim specifičnim zahtjevima.

Rijeka i Dječja kuća. U razvoju turističke ponude važna je uloga muzejske ponude te razvijenost i vidljivost programa i sadržaja koje nude. Nadalje, obnovljeni Brod Galeb koji će biti privezan u riječkoj luci postat će kulturno-turistička atrakcija. Prostor Exportdrva postat će središte različitih događanja kako onih poslovnih tako i onih kulturnih. Uređenje kompleksa Metropolis, zaštićenog secesijskog kompleksa skladišta u zapadnom djelu luke i drugih sadržaja otvaranja Rijeke prema moru omogućit će se poticanje turističkih, društvenih i poduzetničkih inicijativa. Titula Europska prijestolnica kulture 2020. je grad Rijeku trajno zabilježila na mapi Europskih prijestolnica kulture te će time i dalje doprinositi vidljivosti i prepoznatljivosti Rijeke kao kulturnog središta osobito kod kulturom motiviranih turista, ali i onih koji žele dodatno unaprijediti sadržajnost svojeg boravka u Rijeci i okolnim turističkim destinacijama.

### Mjera 2.5. Jačati kompetencije ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu

Konkurentnost turizma kao i gospodarstva u cjelini direktno se vezuje za kvalitetu ljudskih potencijala u pogledu njihovih ključnih kompetencija za obavljanje poslova, ali i dostatnu brojnost usklađenu s potrebama i zahtjevima tržišta rada. Mjera je usmjerena na jačanje kompetencija ljudskih potencijala (različite kategorije zaposlenika) i poduzetnika u turizmu te sektorima i aktivnostima povezanim s turizmom, koji će doprinijeti njegovoj konkurentnosti i održivosti kroz osiguranje kvalitetnih radnih mjesta, povećanje kvalitete života i rada lokalnog stanovništva. S obzirom na velik udio obiteljskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima i potrebi za rastom njihove kvalitete, nužni su edukacijski programi usmjereni i ka nositeljima ovog segmenta ponude.

Novi zahtjevi gostiju, novi trendovi na turističkom tržištu nameću potrebu za kontinuiranim jačanjem

kompetencija sadašnjih i budućih zaposlenika i poduzetnika te njihovo usklađivanje s potrebama suvremenih procesa. Poseban naglasak daje se potpori i provedbi u osmišljavanju novih programa usmjerenih jačanju osnovnih strukovnih znanja i vještina s fokusom na kraće programe prilagođene potrebama poslodavaca, zaposlenika, dionika u turizmu, ali i šire javnosti. Prije svega jačanje kompetencija odnosi se na suvremene trendove u eno-gastronomiji, interpretacije suvremenih kulinarskih tehnika, ali uvažavajući lokalno, autohtono, tradicionalno, autentično i inovativno.

Jačanjem kompetencija ljudskih potencijala i poduzetnika u turizmu pridonijet će se stvaranju novih znanja, vještina i kompetencija kao temeljnim pokretačima promjena u javnom i privatnom sektoru.

<sup>16</sup> Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

## 5.3. Posebni cilj 3. Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma

Održivi cjelogodišnji turizam strateški je cilj hrvatskog turizma, kao i turizma grada Rijeke. Iako dosadašnji pokazatelji turističkog prometa pokazuju da upravo Rijeka ima manje izraženu sezonalnost od usporedivih gradova, sve dalje razvojne aktivnosti usmjeravaju se

ka jačanju investicija i poduzetničkih inicijativa koje će dodatno doprinijeti cjelogodišnjem turističkom poslovanju u Rijeci kao i ostvarenju rasta turističkog prometa u skladu s načelima održivosti i rastu kvalitete svih segmenata turističke ponude.

Posebni cilj 3. <b>Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma</b>	<b>Mjere</b>		
	3.1. Podržavati investicije i poduzetničke inicijative u funkciji razvoja turizma		
	3.2. Promicati razvoj smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem turizmu		
	3.3. Organizirati turističke događaje tijekom cijele godine		
	3.4. Privlačiti oznake kvalitete i međunarodne brendove		
	<b>Pokazatelji ishoda</b>	Početna vrijednost 2022.	Ciljana vrijednost 2028.
	Udio hotela i sličnog smještaja* u ukupnim smještajnim kapacitetima (postelje)	12,79	19
	Broju ugostiteljskih objekata za hranu i piće s međunarodnim oznakama kvalitete	11	22
Događaji s ciljem privlačenja turističke potražnje izvan perioda 1. 6. – 30. 9.	4 godišnje	Min. 1. mjesečno	

\*Prema Državnom zavodu za statistiku ova skupina uključuje: hotele, hotele baštine, apart-hotele, integralne hotele, difuzne hotele, lječilišne hotele, hotele posebnog standarda, turistička naselja, turističke apartmane, pansionere, lječilišne pansionere.

### Mjera 3.1. Podržavati investicije i poduzetničke inicijative u funkciji razvoja turizma

Kako bi se turizam grada Rijeke intenzivnije razvijao potrebno je kontinuirano privlačiti i pružiti podršku novim investicijama i poduzetničkim projektima koji doprinose razvoju novih elemenata turističke ponude i unaprjeđenju postojećih.

Kreiranje pozitivnog poslovnog okruženja utječe na privlačenje investicija i uspješnost poslovanja, a to je i jedan od uvjeta za postizanje konkurentnosti. Pri tome treba voditi računa o tome da poduzetnički projekti u turizmu imaju svoje specifičnosti, poput dugoročnosti povratka investicije i u određenim projektima visokih investicijskih uloga. Podrška investicijama obuhvaća i pružanje informacija o dostupnim sredstvima financiranja za razvoj poslovanja i podizanje

konkurentnosti malih i srednjih poduzetnika te pružanje podrške ulaganjima koja rezultiraju povećanjem produktivnosti i konkurentnosti. Turizam grada Rijeke u narednom periodu očekuje niz investicija i poduzetničkih inicijativa kako bi se stvorio turistički proizvod koji će stvarati višu dodanu vrijednost.

Isto tako, u gradu Rijeci potrebno je podržavati one investicije i poduzetničke inicijative koje rezultiraju novim kvalitetnim radnim mjestima, primjenjuju održive prakse i pametna rješenja. Navedeno će rezultirati unaprjeđenjem kvalitete života, osnaživanjem društvene uključenosti i smanjivanjem socijalnih nejednakosti.

### Mjera 3.2. Promicati razvoj smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem poslovanju

Kako bi se osigurala adekvatna struktura i kvaliteta smještajnih kapaciteta, kao i usmjerenja prema cjelogodišnjem poslovanju, potrebno je promicati

rast i kvalitativno unaprjeđenje visoko kvalitetnog smještaja, ali i unaprjeđenje kvalitete u svim smještajnim kapacitetima. Posebno se ukazuje na

značaj hotelskog smještaja kao oblika smještaja koji najznačajnije doprinosi cjelogodišnjem poslovanju. Isto tako potrebno je provoditi aktivnosti koje daju mogućnosti malim iznajmljivačima u segmentu obiteljskog smještaja za transformaciju u poduzetnike (hotelski smještaj) uvažavajući pri tome različitost tržišnih i organizacijskih mogućnosti (integralni hoteli) Unaprjeđenjem strukture smještajnih kapaciteta stvorit će se pozitivan utjecaj i povećavati tendencije prema cjelogodišnjem poslovanju čime se osigurava novo stalno zapošljavanje i kreiranje proizvoda i usluga visoke dodane vrijednosti, otvaraju mogućnosti plasmana lokalnih proizvoda, značajno pozitivno djeluje na ekonomsku održivost turističkog sustava i

potiče razvoj Rijeke kao turističke destinacije.

U kontekstu usmjerenja prema kvaliteti, održivosti i cjelogodišnjem poslovanju potrebno je unaprjeđivati kvalitetu svih smještajnih kapaciteta, dodatno jačati njihovu strukturu kako bi se osigurali bolji uvjeti za cjelogodišnje poslovanje i osiguranje turističke ponude visoke dodane vrijednosti. Strukturirani razvoj u smjeru smještajnih kapaciteta primjerenih cjelogodišnjem turizmu i njihovoj kvaliteti dodatno doprinosi stvaranju poticajnog poslovnog okruženja, ali i certificiranju smještajnih kapaciteta lokalnim, regionalnim i međunarodnim oznakama kvalitete.

### Mjera 3.3. Organizirati turističke događaje tijekom cijele godine

Suvremeni turizam prerasta u industriju događaja, doživljava prilagođenih ostvarenju unikatnih turističkih doživljaja. Rijeka u svojem turističkom razvoju mora kvantitativno povećati i kvalitativno unaprijediti ponudu turističkih događaja. Broj događaja potrebno je povećati i ravnomjernije rasporediti tijekom čitave godine u cilju cjelogodišnjeg poslovanja (primjer atraktivnih događaja izvan glavne sezone su Riječki karneval). Također se turistički događaji moraju organizirati na različitim lokacijama kako bi se turistički afirmirali gradski kvartovi i time gradio turizam u simbiozi s lokalnom zajednicom.

Turistički događaji moraju prerasti u nadgradnju posebnih oblika turizma (kulturni, sportski, gastronomski, outdoor, poslovni ...). U inoviranju i kvalitativnom diversificiranju događaja posebnu važnost imaju kulturni događaji temeljeni na autohtonim vrijednostima (kultura, tradicija, tradicijska glazba, lokalna enogastronomija...) kojima će se oživjeti bogata prošlost i diversificirati se od uniformne, stereotipne, globalizirane ponude događaja, ali s

druge strane i događaji koji imaju izraziti međunarodni doseg i pridonose pozicioniranju Rijeke na kulturnoj karti Europe i Mediterana. U osmišljavanju događaja potrebno je kontinuirano unaprjeđivati višekratne događaje (događaji koji se održavaju svake godine). U inoviranju događaja potrebno je aktivno uključivati domicilno stanovništvo kao promotora lokalne kulture koje mora živjeti s događajem (primjer Riječki karneval), ali i turiste kao aktivne sukreatore sadržaja događaja (kreativni turizam).

Turistički događaji moraju prerasti u ključni motiv dolaska turista (primjer Riječki karneval, Fiumanka), ali i u dodatni sadržaj turističke ponude i razlog posjeta turista koji borave u neposrednom okruženju grada.

Turistički događaji mogu postati ključni promotor i zamašnjak turističkog poslovanja tijekom cijele godine te je potrebno planski osmišljavati i nadopunjavati kalendar događaja u koordinaciji s ponudom događaja susjednih destinacija.

### Mjera 3.4. Privlačiti oznake kvalitete i međunarodne brendove

Uzimajući u obzir brze promjene na turističkom tržištu, posebice vezano za sve zahtjevniju turističku potražnju, nužno je poduzimati mjere koje će privući turističku potražnju oznakama kvalitete, posebno s naglaskom na međunarodne oznake kvalitete.

Od velikog je značaja za turizam grada Rijeke poduprijeti oznake kvalitete i međunarodne oznake izvrsnosti u svim segmentima turističkog sustava: objekti za smještaj, objekti za hranu i piće, odabrani proizvodi i usluge, atrakcijski elementi, obrazovne ustanove i programi.

Dodatno, treba nastaviti s implementacijom lokalnih oznaka kvalitete, kao što su Kvarner family (obiteljski smještaj), Kvarner Gourmet i Kvarner Food (ugostiteljski objekti), Kvarner Wines.

Na razini grada Rijeke pokrenut je 2022. godine projekt Riječke gastronomske luke s ciljem povezivanja ugostiteljskih objekata u zajedničku priču s marketinškim potencijalom, izgradnje gastronomskog brenda u sklopu brenda grada Rijeke, podrške u profiliranju ugostiteljskih objekata s ciljem dizanja ukupne kvalitete i prepoznatljivosti ponude destinacije te edukacija za ugostitelje o novim trendovima u ugostiteljskoj ponudi.

Kontinuiranim jačanjem kvalitete osigurat će se dugoročna prepoznatljivost turizma grada Rijeke čemu poseban doprinos trebaju dati međunarodne oznake kvalitete. Time se dodatno snaži vidljivost na međunarodnom tržištu, pri čemu je iznimna važnost u privlačenju međunarodnih hotelskih brendova.





Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

## 5.4. Posebni cilj 4. Osnaživanje partnerske suradnje

Pretpostavka za uspješan razvoj gradskog turizma je osiguranje suradnje svih dionika na razini destinacije uz sinergiju sektorskih politika. Pri tome je neophodno uključivanje svih dionika, uključujući lokalno stanovništvo, u donošenje ključnih odluka

u turizmu grada Rijeke. Kompetitivnost turističkog tržišta nameće potrebu unaprjeđivanja menadžmenta destinacije i upravljanje temeljeno na planovima i prikupljenim kvantitativnim i kvalitativnim podatcima.

Posebni cilj 4. <b>Osnaživanje partnerske suradnje</b>	<b>Mjere</b>		
	4.1. Poticati sinergiju sektorskih politika i dionika		
	4.2. Jačati participativno odlučivanje u turizmu		
	4.3. Unaprjeđivati menadžment destinacije		
	<b>Pokazatelji ishoda</b>	Početna vrijednost 2022.	Ciljana vrijednost 2028.
	Izrađen Plan upravljanja destinacijom	NE	DA
Sustavno praćenje stavova dionika (minimalno svake dvije godine)	NE	DA	

### Mjera 4.1. Poticati sinergiju sektorskih politika i dionika

Turizam kao složena ekonomska i društvena aktivnosti ima snažnu interakciju s različitim sektorskim politikama, a njegova organizacija i u konačnici kvaliteta s aspekta turista ovisi o kvaliteti ukupnog funkcionalnog sustava grada.

Kao što turizam utječe na grad, isto tako i odluke, aktivnosti i projekti koji se odvijaju u gradu u okviru različitih sektorskih politika utječu i na turizam, odnosno na kreiranje poticajnih uvjeta za njegov daljnji razvoj. Stoga je za dugoročno održivi i kvalitetan turizam potrebno poticati sinergiju sektorskih politika (upravljanje prostorom, pomorskim dobrom, komunalna infrastruktura, kulturna politika, prometna rješenja, sport i obrazovanje, digitalizacija, zelene

politike...).

Osim usklađenosti sektorskih politika za razvoj turizma, izuzetno je važna suradnja različitih dionika na razini destinacije kako iz područja javnog tako i privatnog sektora. Upravo je usklađivanje različitih interesa i prioriteta različitih dionika jedan od najvećih izazova upravljanja gradom kao turističkom destinacijom.

Slijedom navedenog, uspješnost upravljanja turizmom ne može biti prepuštena isključivo turističkom menadžmentu, već je nužna stalna suradnja i usklađenost.

### Mjera 4.2. Jačanje participativnog odlučivanja u turizmu

Turističke politike trebaju donijeti boljitak lokalnoj zajednici što je moguće jedino primjenom participativnog odlučivanja u turizmu, otvaranja mogućnosti svim javnim i poslovnim sustavima i lokalnom stanovništvu da u adekvatnoj mjeri sudjeluju u donošenju odluka u turizmu. Daljnji značajan korak djelovanja usmjeren je na problematiku poticanja umrežavanja s naglaskom na sve horizontalne i vertikalne oblike umreženja između sudionika na strani ponude.

Suvremene tehnologije na relativno jednostavan i efikasan način omogućuju kolanje informacija,

postupke prikupljanja mišljenja i generiranje zaključaka koji su u najširem društvenom i gospodarskom interesu grada. Ovakav pristup treba prevenirati potencijalne otpore pojedinih skupina ili u najeklatantnijem slučaju otpor lokalnog stanovništva, odnosno otvara se mogućnost pravodobnog informiranja s jedne strane, ali i komuniciranja stavova pojedinih skupina i lokalne zajednice u cjelini.

U cilju prikupljanja stavova ključnih dionika o razvoju turizma i njegovim aspektima potrebno je uspostaviti sustavno prikupljanje njihovih stavova, analizu istih i provedbu korektivnih aktivnosti/mjera.

### Mjera 4.3. Unaprjeđivati menadžment destinacije

U uvjetima globalnog turističkog tržišta, sve snažnije konkurencije i razvoja turističke ponude pojedinih destinacija te stalnog rasta i promjena zahtjeva turista, neophodno je kontinuirano unaprjeđivati menadžment destinacije – grada Rijeke. Posebno je značajan u uvjetima permanentnih kriza s kojima se susrećemo, a koje su teško predvidive i traže efikasan krizni menadžment destinacije u posebnim okolnostima.

Budući da se turizam u Rijeci sagledava kao sastavni dio razvojnog koncepta grada uz naglašene prednosti koje treba donijeti lokalnom stanovništvu, općem društvenom i ekonomskom razvoju menadžment destinacije treba odgovoriti na izazove unaprjeđujući svoj način rada uvažavajući u što većoj mjeri načelo participativnosti. Turistička zajednica okosnica je menadžmenta destinacije, no složenost tržišnih uvjeta i formiranja konkurentnog turističkog proizvoda grada zahtijeva intenzivnu i stalnu suradnju, prije svega s gradskom upravom i ključnim nositeljima turističke ponude, ali i širim krugom dionika koji svatko na svoj način doprinose funkcioniranju grada i kreiranju uvjeta za turističke aktivnosti.

Strategija održivog turizma do 2030. godine za Republiku Hrvatsku u okviru četvrtog strateškog cilja „Otporni turizam“ definira prioritetno područje 4.2. „Unaprjeđenje sustava turističkih zajednica“ u kojem se naglašava (izdvojeno): „Fokus se odnosi na unaprjeđenje sustava turističkih zajednica i transformaciju u destinacijske menadžment organizacije (DMO), izmjenu propisa s ciljem reorganizacije sustava TZ na principu DMO i integralnog upravljanja destinacijom, unaprjeđenje sustava upravljanja kvalitetom, kao i sustava izvještavanja te pristupa turističkim podacima i izradu strategije pametnog i održivog turizma na razini destinacija... Svjetska turistička organizacija (UNWTO) destinacijski menadžment definira kao menadžment koordinacije svih onih elemenata koji čine destinaciju (atrakcije, dodatni sadržaji, suprastruktura, pristup, promocija i cijena). Takav sveobuhvatni strateški pristup destinacijskog menadžmenta treba ići u smjeru uspješnog povezivanja svih navedenih elemenata. Nastavno na to, jačat će se i uloga lokalne zajednice u procesu donošenja odluka, kroz članstvo u tijelima turističke zajednice, a isto tako i kroz predstavnička tijela građana. Značajnija uloga turističkih zajednica treba osigurati održivi razvoj osiguravanjem uvjeta da se resursi koriste na održivi način, odnosno da se očuva autentičnost, ekološki i resursni integritet prostora. Potiče se razvoj IT alata za upravljanje destinacijom kao i jačanje digitalizacije u marketingu i promociji.“

Prema Zakonu o turizmu<sup>17</sup> koji je stupio na snagu 1. siječnja 2024. godine uloga turističke zajednice u upravljanju destinacijom je planiranje i provedba mjera turističke politike, razvoj destinacije i praćenje ostvarenih ciljeva. Obveze turističke zajednice u upravljanju destinacijom su: integrirano upravljanje destinacijom na temelju plana upravljanja destinacijom, upravljanje turističkim tokovima, suradnja s jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave u unaprjeđenju razvoja destinacije, suradnja s tijelom državne uprave nadležnim za turizam u razvoju turističke politike, podrška drugim tijelima državne uprave u poslovima od značaja za razvoj destinacije, druge obveze i zadaće propisane zakonom kojim se uređuje sustav turističkih zajednica.

<sup>17</sup> Zakon o turizmu (NN 156/23)



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke



Izvor: Turistička zajednica grada Rijeke

# ZAKLJUČAK

Planom razvoja turizma Rijeke do 2028. godine na temelju sveobuhvatne analize i stavova dionika turističkog sustava definirana je vizija turizma Rijeke. U svrhu realizacije vizije, a u okviru nadležnosti i mogućnosti djelovanja definirana su četiri posebna cilja i pripadajuće mjere koje je potrebno implementirati.

Sa svrhom praćenja realizacije Plana definirani su pokazatelji ishoda za svaki pojedini cilj.

Plan je donesen s ciljem razvoja turizma grada Rijeke u skladu s raspoloživim resursima, uz istovremeno uvažavanje kako zahtjeva i preferencija turista tako i stavova svih ključnih dionika turističkog sustava, a posebno lokalnog stanovništva koji su u glavnom fokusu. Njegova implementacija treba dakle imati pozitivne i društvene i ekonomske utjecaje te pozitivno djelovati na razvoj gospodarstva, uvjeta života i rada ljudi i konkurentnosti turističkog proizvoda grada Rijeke na načelima održivosti.

Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke





Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# SAŽETAK

Plan razvoja turizma Rijeke do 2028. godine (u daljem tekstu Plan) izrađen je u svrhu formiranja planske osnove za razvoj turizma na području grada Rijeke, uvažavajući tržišne trendove, lokalne specifičnosti i razvojne mogućnosti u danom periodu.

U postupku izrade Plana uvaženi su relevantni planski dokumenti na gradskoj, županijskoj i nacionalnoj razini. Dodatno, uvaženi su dokumenti koji definiraju relevantne europske politike od značaja za donošenje ciljeva i mjera razvoja turizma na destinacijskoj razini.

Na temelju analize sadašnjeg stanja, provedenih istraživanja i prikupljenih stavova, uvažavajući strateške dokumente na razini grada Rijeke, Primorsko-goranske županije i Republike Hrvatske, uvažavajući trendove na turističkom tržištu potražnje vizija grada Rijeke kao turističke destinacije u 2028. godini, a pri tome usklađena s vizijom Rijeke iz temeljnog gradskog razvojnog dokumenta – Plan razvoja grada Rijeke 2021. – 2027. jest:

Rijeka, grad s karakterom, sigurna urbana luka koja afirmira različitosti i nasljeđe prošlosti u kreiranju turističkih doživljaja otvorenih za sve, tijekom cijele godine, na moru, uz more, Rječinu i gradskim kvartovima.

Za period do 2028. godine definirana su četiri posebna cilja razvoja turizma grada Rijeke:

1. Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada,
2. Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja,
3. Jačanje održivog cjelogodišnjeg turizma,
4. Osnježivanje partnerske suradnje.

U cilju ostvarenja posebnih ciljeva definirane su mjere, a u svrhu praćenja realizacije Plana razvoja turizma grada Rijeke identificirani su ključni pokazatelji ishoda s definiranim ciljanim vrijednostima u 2028. godini.

Svi utvrđeni posebni ciljevi i mjere također trebaju doprinijeti dosizanju ciljeva održivog razvoja iz Agende UN 2030.

Plan je donesen s ciljem razvoja turizma grada Rijeke u skladu s raspoloživim resursima, uz istovremeno uvažavanje kako zahtjeva i preferencija turista tako i stavova svih ključnih dionika turističkog sustava, a posebno lokalnog stanovništva koji su u glavnom fokusu. Njegova implementacija treba dakle imati pozitivne i društvene i ekonomske utjecaje te pozitivno djelovati na razvoj gospodarstva, uvjeta života i rada ljudi i konkurentnosti turističkog proizvoda grada Rijeke na načelima održivosti.



Izvor: Turistička zajednica  
grada Rijeke

# Prilog 1. Prikaz posebnih ciljeva i pokazatelja ishoda Plana razvoja turizma Rijeke do 2028. godine

Posebni cilj	Pokazatelj ishoda	Jedinica mjere	Izvor podataka za praćenje	Učestalost prikupljanja podataka	Godina početne vrijednosti	Početna vrijednost	Ciljana vrijednost	Doprinos ciljevima održivog razvoja (SDG)
1. Razvijanje turizma kao integralnog dijela razvojnog koncepta grada	Status <i>Smart Cities Marketplace</i>	DA/NE	<a href="https://smart-cities-marketplace.europa.eu/">https://smart-cities-marketplace.europa.eu/</a>	godišnje	2022.	DA	DA	1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 11, 13
	Izračun prihvatnog kapaciteta	DA/NE	TZGRI	godišnje	2022.	NE	DA	
2. Isticanje različitosti i otvorenosti u kreiranju turističkih doživljaja	Uspostavljen sustav potpore projektima/programima od strateškog značaja	DA/NE	TZGRI	godišnje	2022.	NE	DA	1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 16
	Skupine dionika obuhvaćene programima edukacije s ciljem jačanje kompetencija zaposlenih i poduzetnika u turizmu	apsolutni pokazatelj	TZGRI	godišnje	2022.	1	3	
3. Jačanje održivog cjelodišnjeg turizma	Udio hotela i sličnog smještaja* u ukupnim smještajnim kapacitetima (postelje)	%	DZS	godišnje	2022.	12,79 %	19 %	
	Broj ugostiteljskih objekata za hranu i piće s međunarodnim oznakama kvalitete	apsolutni pokazatelj	TZGRI	godišnje	2022.	11	22	1, 3, 8, 9, 10, 11, 12
	Događaji s ciljem privlačenja turističke potražnje izvan perioda 1.6.-30.9.	apsolutni pokazatelj	TZGRI	godišnje	2022.	4 godišnje	min. 1 mjesečno	
4. Osnježavanje partnerske suradnje	Izrađen Plan upravljanja destinacijom	DA/NE	TZGRI	godišnje	2022.	NE	DA	
	Sustavno praćenje stavova dionika (min. svake dvije godine)	DA/NE	TZGRI	svake dvije godine	2022.	NE	DA	11, 17



# LITERATURA I IZVORI

Adriatic Croatia International Club za djelatnost marina d.d. (ACI): Porto Baroš - najveća investicija u hrvatski nautički turizam ikada. Dostupno na: <https://aci-marinas.com/hr/porto-baros-najveca-investicija-u-hrvatski-nauticki-turizam-ikada/> Datum pristupa [6.11.2023.]

Apsolon d.o.o. (2020) Analiza digitalne spremnosti hrvatskih gradova 2020. Dostupno na: <https://apsolon.com/publikacije/analiza-digitalne-spremnosti-hrvatskih-gradova-2020/> Datum pristupa [18.1.2024.]

Booking.com (2023) Review Score pretraga za gradove Rijeka, Zagreb, Split, Zadar i Pula na dan 24.9.2023. Dostupno na: <https://www.booking.com/>

Darcy, S., i Dickson, T. J. (2009) A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.

Državni zavod za statistiku (2022) Dolasci i noćenja stranih turista u naseljima primorskih gradova i općina prema zemlji prebivališta. Dostupno na: [https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px\\_path=Turizam\\_\\_Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%c4%87inama&px\\_tableid=BS\\_T3.px&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=c236670a-3925-4c20-8aba-2c9ef63ad83e](https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam__Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%c4%87inama&px_tableid=BS_T3.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=c236670a-3925-4c20-8aba-2c9ef63ad83e) Datum pristupa [15.11.2023.]

Državni zavod za statistiku (2022) Dolasci i noćenja turista u naseljima primorskih gradova i općina. Dostupno na: [https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px\\_path=Turizam\\_\\_Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%c4%87inama&px\\_tableid=BS\\_T3.px&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006](https://web.dzs.hr/PXWeb/Selection.aspx?px_path=Turizam__Turizam%20u%20primorskim%20gradovima%20i%20op%c4%87inama&px_tableid=BS_T3.px&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=c07064e1-48ef-4605-bb6c-5fa734a04006) Datum pristupa [15.11.2023.]

Državni zavod za statistiku (2022) Podaci dobiveni na zahtjev: Broj postelja za grad Rijeku prema vrstama smještajnih objekata 2019-2022.; Broj postelja za grad Rijeku prema vrstama i kategorijama smještajnih objekata 2022.; Dolasci i noćenja turista prema dobnim skupinama, 2022., grad Rijeka; Dolasci i noćenja turista prema vrstama smještajnih objekata, 2022., grad Rijeka; Dolasci i noćenja turista prema zemlji prebivališta, 2019-2022., grad Rijeka; Dolasci i noćenja turista u gradu Rijeka, individualno, 2019.-2022.; Dolasci i noćenja turista u gradu Rijeka, organizirano, 2019.-2022.

Državni zavod za statistiku (2022) Smještajni kapaciteti, dolasci i noćenja turista, Republika Hrvatska, HR\_NUTS 2021. - HR NUTS 2, županije, gradovi i općine po mjesecima. Dostupno na: [https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px\\_tableid=BS\\_TU18.px&px\\_path=Turizam\\_\\_Dolasci%20i%20no%c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%c5%a1tajnim%20objektima&px\\_language=hr&px\\_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6b-f38a](https://web.dzs.hr/PXWeb/Table.aspx?layout=tableViewLayout1&px_tableid=BS_TU18.px&px_path=Turizam__Dolasci%20i%20no%c4%87enja%20turista%20u%20komercijalnim%20smje%c5%a1tajnim%20objektima&px_language=hr&px_db=Turizam&rxid=95101524-a4a4-4f4d-abcd-cd9d0e6b-f38a) Datum pristupa [27.12.2023.]

European Commission (2015) A Digital Single Market Strategy for Europe. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192> Datum pristupa [25.11.2023.]

European Commission (2018) A New European Agenda for Culture. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0267> Datum pristupa [13.1.2024.]

European Commission (2019) The European Green Deal. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0002.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0002.02/DOC_1&format=PDF) Datum pristupa [16.11.2023.]

European Commission (2020) A new Circular Economy Action Plan. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0017.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0017.02/DOC_1&format=PDF) Datum pristupa [14.12.2023.]

European Commission (2020) EU Biodiversity Strategy for 2030. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:a-3c806a6-9ab3-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0001.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:a-3c806a6-9ab3-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF) Datum pristupa [8.1.2024.]

European Commission (2020) European industrial strategy. Dostupno na: [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_en) Datum pristupa [1.12.2023.]

European Commission (2020) European Skills Agenda. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1223&langId=en> Datum pristupa [24.1.2024.]

European Commission (2021) Forging a climate-resilient Europe - the new EU Strategy on Adaptation to Climate Change. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021DC0082> Datum pristupa [5.12.2023.]

European Commission (2021) The European Pillar of Social Rights Action Plan. Dostupno na: <https://op.europa.eu/webpub/empl/european-pillar-of-social-rights/downloads/KE0921008ENN.pdf> Datum pristupa [17.1.2024.]

European Commission (2022) REPowerEU Plan. Dostupno na: [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:f-c930f14-d7ae-11ec-a95f-01aa75ed71a1.0001.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:f-c930f14-d7ae-11ec-a95f-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF) Datum pristupa [15.1.2024.]

European Commission (2022) Transition Pathway for Tourism. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/49498> Datum pristupa [19.11.2023.]

European Commission (2023) The EU Pact for Skills - Skills Partnership for the Tourism Ecosystem. Dostupno na: [https://pact-for-skills.ec.europa.eu/document/download/a2e557ec-f5e4-422a-a7d9-d3ba3277a3ba\\_en?filename=Pact%20for%20Skills%20Tourism%20Baseline%20-%20update%202023%2020230302.pdf](https://pact-for-skills.ec.europa.eu/document/download/a2e557ec-f5e4-422a-a7d9-d3ba3277a3ba_en?filename=Pact%20for%20Skills%20Tourism%20Baseline%20-%20update%202023%2020230302.pdf) Datum pristupa [12.12.2023.]

European Commission, Commission of the European Communities (2007) Agenda for a sustainable and competitive European tourism. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0621> Datum pristupa [8.12.2023.]

European Commission: Smart Cities Marketplace - Rijeka. Dostupno na: <https://smart-cities-marketplace.ec.europa.eu/city/rijeka> Datum pristupa [11.1.2024.]

European Commission: Smart Cities Marketplaces. Dostupno na: <https://smart-cities-marketplace.ec.europa.eu/projects-and-sites/cities/> Datum pristupa [11.1.2024.]

European Council, European Parliament (2022) General Union Environment Action Programme to 2030. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022D0591> Datum pristupa [11.12.2023.]

Frankopani.eu: Interpretacijski centri. Dostupno na: <https://frankopani.eu/interpretacijski-centri/> Datum pristupa [19.11.2023.]

Grad Rijeka (2021) Plan razvoja grada Rijeke za razdoblje 2021. – 2027. godine. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/wp-content/uploads/2021/03/Plan-razvoja-Grada-Rijeke-za-razdoblje-2021.-2027..pdf> Datum pristupa [21.11.2023.]

Grad Rijeka, „Revitalizacija kompleksa Benčić – Cigleni i T-objekt”. Dostupno na: [https://www.rijeka.hr/gradska-uprava/eu-projekti/aktualni-projekti/revitalizacija\\_kompleksa\\_bencic\\_cigleni\\_i\\_t\\_objekt/](https://www.rijeka.hr/gradska-uprava/eu-projekti/aktualni-projekti/revitalizacija_kompleksa_bencic_cigleni_i_t_objekt/) Datum pristupa [20.12.2023.]

Grad Rijeka, Brod Galeb. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/teme-za-gradane/kultura-2/kulturna-bastina/kapitalni-programi-zastite-ocuvanja-kulturnih-dobara/brod-galeb/> Datum pristupa [9.1.2024.]

Grad Rijeka, Dječja kuća. Dostupno na: <https://djecjakuca.hr/o-nama/o-nama/> Datum pristupa [5.1.2024.]

Grad Rijeka, Fiumanka. Dostupno na: <https://fiumanka.eu/> Datum pristupa [16.11.2023.]

Grad Rijeka, Gradska knjižnica Rijeka. Dostupno na: <https://gkr.hr/> Datum pristupa [5.1.2024.]

Grad Rijeka, Kantrida- stjenoviti stadion. Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/kantrida-stjenoviti-stadion/> Datum pristupa [24.10.2023.]

Grad Rijeka, Kompleks Metropolis. Dostupno na: <https://www.rijekaheritage.org/hr/kj/metropolis> Datum pristupa [22.12.2023.]

Grad Rijeka, Muzej grada Rijeke. Dostupno na: <https://www.muzej-rijeka.hr/o-muzeju/> Datum pristupa [6.1.2024.]

Grad Rijeka, Muzej moderne i suvremene umjetnosti. Dostupno na: <https://mmsu.hr/> Datum pristupa [11.1.2024.]

Grad Rijeka, Odsjek za gospodarstvo, poduzetništvo i turizam grada Rijeke (2023) Podaci dobiveni na zahtjev: Broj poduzetnika u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te putničkih agencija; Ostvareni prihodi u poduzećima u djelatnosti pružanja smještaja, pripreme i usluživanja hrane te djelatnosti putničkih agencija

Grad Rijeka, Riječke gastronomske luke. Dostupno na: <https://www.rijeka.hr/predstavljen-novi-gastronomski-projekt-rijecke-gastronomске-luke/> Datum pristupa [24.11.2023.]

Grad Rijeka, Riječki karneval. Dostupno na: <https://visitrijeka.hr/rijeci-karneval/> Datum pristupa [13.12.2023.]

Grad Rijeka, Svetište Majke Božje Trsatske. Dostupno na: <https://www.trsat-svetiste.com.hr/> Datum pristupa [20.12.2023.]

Grad Rijeka, Udruženje obrtnika Rijeka (2023) Podaci dobiveni na zahtjev: Statistika aktivnih obrtnika 2019. i 2022.

Hrvatska turistička zajednica (2023) Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma. Dostupno na: [https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-08/SMOPHT\\_2023-2027\\_sazetak.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-08/SMOPHT_2023-2027_sazetak.pdf) Datum pristupa [3.11.2023.]

Hrvatski sabor: NN 13/2021. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021\\_02\\_13\\_230.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html) Datum pristupa [7.12.2023.]

Hrvatski sabor: NN 156/2023. Zakon o turizmu. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023\\_12\\_156\\_2382.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_12_156_2382.html) Datum pristupa [15.12.2023.]

Institut za turizam (2018) Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevoda UNWTO-ovih definicija. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA\\_2018\\_c-dokumenti/180926\\_unwto\\_definicije.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf) Datum pristupa [14.1.2024.]

International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism (IGCAT): Kvarner joins the World Regions of Gastronomy Platform. Dostupno na: <https://igcat.org/kvarner-joins-the-world-regions-of-gastronomy-platform/> Datum pristupa [16.12.2023.]

Ministarstvo turizma i sporta (2023) Nacionalni plan održivog turizma do 2027. godine. Dostupno na: [https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023\\_dokumenti/Nacionalni%20plan%20razvoja%20odr%C5%BEivog%20turizma%20do%202027.%20godine%20i%20Akcijski%20plan%20do%202025.%20godine.pdf](https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/Nacionalni%20plan%20razvoja%20odr%C5%BEivog%20turizma%20do%202027.%20godine%20i%20Akcijski%20plan%20do%202025.%20godine.pdf) Datum pristupa [22.10.2023.]

Ministarstvo turizma i sporta: Hrvatski digitalni turizam. Dostupno na: <https://mints.gov.hr/eturizam/> Datum pristupa [14.1.2024.]

Ministarstvo turizma i sporta: Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411> Datum pristupa [4.11.2023.]

Primorsko-goranska županija (2021) Plan Razvoja Primorsko – goranske županije za razdoblje 2022-2027. godine – Nacrtr prijedloga. Dostupno na: <https://www2.pgz.hr/doc/dokumenti/savjetovanje-s-javnosc/2021/razvoj%20PGZ/Nacrtr%20prijedloga%20Plana%20razvoja%20PG%C5%BD%202022.-2027.pdf> Datum pristupa [11.11.2023.]

Primorsko-goranska županija (2022) Plan razvoja turizma Primorsko – goranske županije do 2030. godine. Dostupno na: <http://www.kvarner.hr/docs/kvarner2011HR/documents/2652/1.0/Original.pdf> Datum pristupa [11.11.2023.]

Rijeka 2020.eu: Kulturni program. Dostupno na: <https://rijeka2020.eu/o-epk-projekt/program/> Datum pristupa [5.11.2023.]

Studentski.hr: Studentski smještaj. Dostupno na: <https://studentski.hr/studenti/vijesti/znate-li-u-kojim-se-studentskim-gradovima-nalaze-najbolji-studentski-domovi> Datum pristupa [29.11.2023.]

Turistička zajednica Kvarnera (2023) Turistički promet po subregijama i JLS. Dostupno na: <http://www.kvarner.hr/docs/kvarner2011HR/documents/2615/1.0/Original.pdf> Datum pristupa [6.12.2023.]

Turistička zajednica Kvarnera: Kvarner Region. Dostupno na: <http://visit.kvarner.hr/#about> Datum pristupa [27.11.2023.]

United Nations (2015) The 2030 Agenda for Sustainable Development. Dostupno na: <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> Datum pristupa [13.12.2023.]

United Nations (2017) New Urban Agenda. Dostupno na: <https://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-English.pdf> Datum pristupa [28.11.2023.]

Vlada Republike Hrvatske (2021) Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021-2026. Dostupno na: <https://planoporavka.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Plan%20oporavka%20i%20otpornosti,%20srpanj%202021..pdf> Datum pristupa [12.10.2023.]

World Tourism Organization (1999) Global Code of Ethics for Tourism. Dostupno na: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf) Datum pristupa [9.11.2023.]

World Tourism Organization (UNWTO), Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences i NHL Stenden University of Applied Sciences (2018) 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>

World Tourism Organization: Zurab Pololikashvili, Secretary-General of the UN Tourism. Dostupno na: <https://www.unwto.org/management/zurab-pololikashvili> Datum pristupa [29.10.2023.]