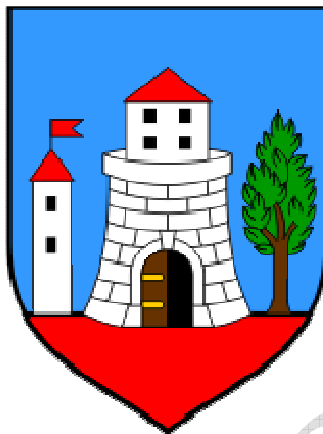


ISTARSKA ŽUPANIJA



OPĆINA VIŠNJAN

STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA

2018.-2025. godine.

Višnjan, 2017.

NAZIV PROJEKTA: Strategija razvoja turizma Općine Višnjan

DATUM: Prosinac, 2017.

NARUČITELJ: Općina Višnjan

IZVOĐAČI: Adria Bonus d. o. o. Poreč

SURADNJA: Sveučilište Josip Juraj Strossmayer iz Osijeka

VODITELJI PROJEKTA: prof. dr. sc. Zdenko Tomčić

SURADNICI NA PROJEKTU: doc. dr. sc. Berislav Bolfek

Prof. dr. sc. Željko Turkalj

mr. sc. Veljko Mirković

Stevo Žufić, dipl.oec

dr. sc. Zoran Jeremić

Krešo Alihodžić, oec

LEKTURA: mag. educ. philol. croat. et meg. educ. hist. Nina Brečević

Sadržaj:

1. UVOD	5
1.1. Cilj.....	6
1.2. Metodologija	7
1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Višnjan	8
2. RESURSI I DJELATNOSTI.....	10
2.1 Lokacija i površina Istarske županije i Općine Višnjan	10
2.2. Demografska slika Općine Višnjan	12
2.3. Prirodni resursi	17
2.3.1 Reljef i klima.....	17
2.3.2. Biljni i životinjski svijet	17
2.3.3 Poljoprivredne površine	18
2.3.4. Vodno bogatstvo	21
2.4. Povijesni i kulturni resursi.....	21
2.5. Infrastruktura	21
2.5.1. Prometnice	22
2.5.2. Vodoopskrba.....	22
2.5.3. Elektroopskrba	23
2.5.4. Telekomunikacijski promet.....	23
2.6. Komunalna djelatnost.....	23
2.6.1. Odvodnja otpadnih voda	23
2.6.2. Gospodarenje otpadom	24
2.7. Društvene djelatnosti.....	24
2.7.1. Obrazovanje	24
2.7.2. Kultura	25
2.7.3. Prirodna baština	26
2.7.4. Sport	28
2.7.5. Zdravstvo	29
2.8. Gospodarstvo.....	29
2.8.1. Turizam i ugostiteljstvo	31
2.8.2. Malo i srednje poduzetništva.....	34
3. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA	35
3.1. Europski sustav	35
3.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. god.....	36
3.3. Master plan Istarske županije 2015 – 2025	38
3.4. Prostorni planovi Županije	40
3.4.1. Županijska razvojna strategija.....	42
3.4.2. Strategija razvoja ruralnog prostora Istre	42
3.5. Prostorni planovi Općine.....	43
3.6. Strategija ukupnog razvoja Općine Višnjan.....	46
4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA	50
4.1. Prikaz stanja	50
4.2. Investicijsko okruženje.....	51
4.3. Korištenje EU fondova.....	51
5. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA	52
6. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE.....	54
6.1. Obilježja turističke ponude destinacije	54

6.1.1. Opis elemenata stanja postojeće ponude – integralni pristup	55
6.1.2 Prikaz ponude (jedan dio)	57
6.2. Obilježja potražnje	60
6.2.1. Obilježja turističke potražnje u destinaciji	60
6.3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Višnjan	61
6.4. SWOT analiza	64
7. TRŽIŠNI ELEMENTI	66
7.1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije	66
7.1.1. Tržišna kretanja i trendovi	67
7.1.2. Neusklađenost ponude i potražnje	68
8. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI	73
8.1. Razvojne mogućnosti	73
8.2. Mogući pravci razvoja	74
8.3. Očekivani efekti	77
9. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI	80
9.1. Vizija – odabrana varijanta	80
9.2. Odabrani model razvoja	81
9.3. Najznačajniji ciljevi razvoja	81
10. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)	84
10.1. Poboljšanje postojećeg stanja	84
10.2. Novi proizvodi (ponuda)	86
11. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING	90
11.1. Destinacijski menadžment Općine	90
11.2. Destinacijski marketing Općine	91
11.2.1. Brendiranje destinacije	92
11.2.2. Sustav upravljanja turizmom	93
12. PLAN PROVEDBE	95
13. IZVORI	101

1. UVOD

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije čiji je punopravni član Hrvatska postala 1. srpnja 2013. godine. S dobro artikuliranom vizijom, prepoznatim strateškim područjima i jasnim planom djelovanja, turizam se treba, inicijalno, uklopiti u postojeće strateške smjernice te, postupno, utjecati na kreiranje budućih nacionalnih i europskih politika. Istodobno, vizija i strateški ciljevi turizma moraju odražavati nacionalne prioritete i biti zasnovani na vlastitim snagama i vrijednostima.

Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i značajno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana. Hrvatski turizam je nakon uspostave državne samostalnosti prošao dvadesetogodišnji proces tranzicije bremenit svim problemima i proturječnostima gospodarskog i društvenog razvitka zemlje. Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Poticanje bržeg gospodarskog rasta temeljenog na integraciji tržišta i institucionalnim reformama, viša stopa zaposlenosti i promicanje održivog razvoja tri su glavna strateška cilja Strategije razvoja turizma do 2020. godine. Sukladno tome, a vodeći istodobno računa o postojećim ograničavajućim činiteljima budućeg turističkog razvoja RH te o globalnim trendovima u turističkoj potražnji, glavni cilj razvoja hrvatskog turizma do 2020. godine je povećanje njegove atraktivnosti i konkurentnosti, što će rezultirati ulaskom u vodećih 20 turističkih destinacija u svijetu po kriteriju konkurentnosti. Istodobno, ostali strateški ciljevi turističkog razvoja RH do 2020. godine su:

- ☐ Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
- ☐ Novo zapošljavanje
- ☐ Investicije
- ☐ Povećanje turističke potrošnje

Prema Master planu razvoja turizma Istarske županije ciljevi razvoja turizma Istre do 2025. godine su :

- Ostvariti 2.5 do 3 milijarde eura novih investicija u turizam
- Podići udio hotela i turističkih naselja na 30% u smještajnoj strukturi
- Podići ukupnu zauzetost kreveta na 30 % , a hoteli i tur. naselja iznad 50 %
- Doseći minimalno 100 eura prosječne potrošnje po noćenju
- Ostvariti ukupan godišnji prihod od turizma u 2025. između 2.5 i 3 milijarde eura

Strategija razvoja turizma destinacije Općine Višnjan daje viziju održivog razvoja destinacije koja je namijenjena prvenstveno lokalnoj upravi i samoupravi, posebice njezinom turističkom i kulturnom sektoru, kao i njezinim ostalim dionicima. Svrha izrade plana razvoja turizma Općine Višnjan je prije svega da poboljša kvalitetu života, osigura gospodarski napredak i blagostanje stanovništva, a osim toga i da posluži kao usuglašena polazna osnova, odnosno poduzetnički okvir razvoja turizma Općine u sljedećih osam godina.

1.1. Cilj

Strategija razvoja turizma Općine Višnjan predstavlja okvirni razvojni dokument, bolje rečeno, daje strateška opredjeljenja razvoja turizma Općine.

Za izradu Strategije razvoja turizma na prostoru Općine Višnjan, cijeli je prostor tretiran kao turistički (ima čitav niz karakteristika) uzimajući u obzir raspoložive resurse, a posebno tržišne trendove.

Pri definiranju Strategije razvoja turizma uzeto je u obzir:

- Potreba određivanja najznačajnijih ciljeva
- Odabir strategije i pravaca razvoja
- Poboljšanje postojeće ponude
- Razvoj nove ponude
- Prognoza ulaganja
- Sustavni pristup upravljanju turističkom destinacijom
- Destinacijski menadžment i marketing.

Na taj način su definirani konkretni, pragmatični i primjenjivi rezultati, i to:

- Koji su pravci razvoja (smještaj, izvan pansionarska ponuda, događaji, infrastruktura, druge djelatnosti itd.),
- Koja je strategija rasta i razvoja (konkretna kvantifikacije),
- Koji su efekti (zaposlenost, prihodi, prihodi u drugim djelatnostima itd.),
- Koja su potrebna ulaganja za realizaciju zacrtane strategije razvoja,
- Koja je dinamika razvoja,
- Koji je način upravljanja destinacijom koji garantira realizaciju planiranog,
- Kako postaviti marketinški koncept,
- Na koji način u turistički proizvod ili pojedinačne programe uključiti šire okruženje, i koje.

Pri definiranju vizije razvoja uzeti su u obzir sljedeći trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje),
- Sve veća očekivanja od cjelokupne destinacije,
- Promjena u potrebama (manje je slobodnog vremena, više se puta godišnje putuje, veći su zahtjevi),
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavanim),
- Osobna sigurnost (sveukupna),
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)

1.2 Metodologija

Metodologijom je utvrđen jedinstveni pristup, određen način izrade i provedbe Strategije razvoja turizma Općine Višnjan.

Cjelokupni proces izrade temelji se na sljedećim načelima:

- Partnerski pristup
- Multidisciplinarnost
- Konzultacijski proces
- Baziranje na relevantnim podacima

- partnerski pristup

Kako bi izrada Strategije razvoja turizma Općine bila transparentnija i kako bi se svi rezultati proizašli iz održanih radionica i dubinskih intervjua mogli što uspješnije podijeliti s ostalim žiteljima Općine, najvećih i najmanjih turističkih subjekata, udruženja obrtnika, kao i svim zainteresiranima, nužno je bilo osigurati odgovarajući način prenošenja informacija. Tako su prilikom da izlože prijedloge, sugestije, mišljenja imali svi zainteresirani. Time se ukazuje na značaj partnerskog pristupa i participacije u planiranju razvoja turizma.

- multidisciplinarnost

Turizam je izrazito multidisciplinarni sektor, stoga je pri planiranju turističkog razvoja bilo potrebno uključiti stručnjake iz različitih područja i djelatnosti kojima je turizam zajednička tema djelovanja.

- konzultacijski proces

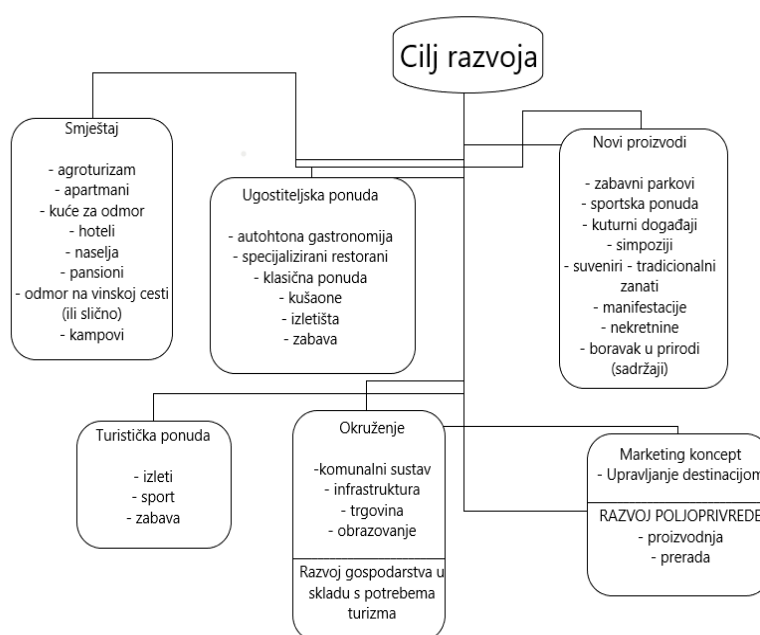
Konzultacijski proces je zahtijevao uključivanje predstavnika svih relevantnih dionika s područja Općine u proces izrade predmetnog plana. Na ovaj je način osiguran multidisciplinarni i partnerski pristup pri izradi Strategije razvoja turizma, te je uspješnije provedena analiza problema, definirati su ciljevi, prioriteti i mjere. U radu radnih skupina sudjelovali su stručnjaci iz raznih institucija, privatnog i civilnog sektora koji su savjetovali, predlagali i usmjeravali izradu Strategije kroz za to namijenjene konstruktivne radionice.

- baziranje na relevantnim podacima

Izrada Strategije razvoja turizma Općine temeljit će se na analizi relevantnih, recentnih i pouzdanih sekundarnih podataka objavljenih u domaćim statističkim i/ili stručnim publikacijama te na podacima koji će se prikupiti i analizirati tijekom izrade predmetnog plana.

1.3. Integralni pristup (koncept) izradi Strategije razvoja turizma Općine Višnjan

Temelj određivanja turističke destinacija nije samo cilj putovanja, već sadržaj u prostoru koji se na turističkom tržištu može plasirati kao cjeloviti proizvod. Sa shemom smo ilustrativno prikazali u kom smislu treba promatrati i koncipirati razvoj turističke destinacije Općine Višnjan, uzevši u obzir sve resurse, potencijale kojima Općina raspolaže, sve u svrhu cjelokupne turističke ponude.



Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i tuoperatorima). Profesionalno i jasno strukturiranje turističkog sustava destinacije kompleksan je i dugotrajan proces. Pritom nije dovoljno raspolagati turističkim atrakcijama, već je potrebno sustavno poticati izgradnju cjelovitog lanca vrijednosti, gdje svi elementi destinacijske ponude moraju biti usklađeni sa zahtjevima tržišta. Sukladno tome, Općina Višnjan kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U tom kontekstu, za Općinu je trenutno najvažnije da se međusobno usklade aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda.

Razvojem turizma želi se ostvariti povećanje ukupnih turističkih primitaka uz poštivanje načela održivog razvoja. Integralno upravljanje kvalitetom naglasak stavlja na potrebu

kontinuiranog poboljšanja kvalitete i integralni pristup, a temelji se na polazištima zadovoljstva turista ponuđenim opipljivim i neopipljivim čimbenicima, među koje prije svega spada gostoljubivost, sigurnost, zaštita okoliša, čistoća i drugo. Isto tako predstavlja napor za postizanje unutarnje i vanjske kvalitete gdje se vanjska kvaliteta odnosi na održivi razvoj turizma s racionalnim korištenjem obnovljivih i neobnovljivih prirodnih i svih drugih resursa i atrakcija.

Turizam je vrlo složeni društveno-ekonomski sustav kojeg ne možemo razumjeti ukoliko ga upravo ne analiziramo i složenim metodama kojima se služi opća teorija sustava i putem koje možemo najbrže doći do novih spoznaja, novih znanja, razbijanja starih klišeja i paradigmi i uspostavljanja novih. Turizam, kao i svaka ekonomska aktivnost, polučuje pozitivne i negativne posljedice.

Održivim razvojem turizma treba maksimizirati koristi od turizma i istovremeno minimizirati štete, te usmjeriti i limitirati turistički razvoj sukladno zahtjevima održivog razvoja turizma. Turizam, kao ekonomska aktivnost, ima specifična obilježja. Turisti putuju, prilaze proizvodu, dolaze u destinaciju. Turizam je kao aktivnost koje se odvija kroz niz različitih subjekata koji pripadaju različitim granama gospodarstva teško kontrolirati. Pri procjeni utjecaja potrebno je posebno voditi računa o čimbeniku sezonalnosti zbog kojeg se veći dio aktivnosti koncentrira u kratkom vremenskom periodu, te stoga mogu polučiti velike štete. U tom kontekstu ističu se ključne problemske točke kada se raspravlja o održivom razvoju turizma na području Općine Višnjan.

Koncepcija održivog razvoja Općine promovira kontrolirani rast i razvoj uz maksimalno očuvanje i racionalno korištenje resursa. Time se ostvaruje dugoročni ekonomski i društveni razvoj. Razvoj koji bi u dužem periodu posljedično znatno narušio ekonomsku, društvenu i ekološku osnovu nije razvoj temeljen na načelima održivosti. Inicijativa za održivi razvoj treba stići iz lokalnih zajednica koje moraju shvatiti da u turizmu ekonomsku korist donosi ekološka odgovornost. Primjena koncepcije moguća je, dakle, isključivo na inicijativu lokalne uprave i samouprave, uz suglasnost ključnih nositelja turističke ponude, ali i gospodarskih subjekata drugih grana gospodarstva, te podršku lokalnog stanovništva.

U mjeri u kojoj je to moguće, Strategija razvoja turizma Općine Višnjan je razumljiv i jednostavan dokument, primjenjiv u osmišljavanju razvoja Općine. Postojeće komparativne prednosti treba iskoristiti na taj način da Općina postane prema utvrđenoj viziji razvoja, „Općina po mjeri čovjeka, infrastrukturno, društveno, povijesno-kulturno, komunalno i ekološki sređena, te integrirana u suvremene europske trendove“.

2. RESURSI I DJELATNOSTI

Resursi i njihove karakteristike značajno opredjeljuju turističku djelatnost, a istovremeno determiniraju kvalitetu života stanovništva. U sljedećem poglavlju navode se lokacija i površina, demografska slika, zaposlenost i nezaposlenost stanovništva, reljef i klima, biljni i životinjski svijet, poljoprivredne površine, vodno bogatstvo, povijesni i kulturni resursi, infrastruktura (prometnice, vodoopskrba, elektroopskrba, plinovod, telekomunikacijski promet, komunalna djelatnost), društvena djelatnost (obrazovanje, kultura, sport), gospodarstvo (turizam i ugostiteljstvo, poljoprivreda, malo i srednje poduzetništvo).

2.1 Lokacija i površina Istarske županije i Općine Višnjan

Istarska županija smještena je na jugozapadnom dijelu Republike Hrvatske, na Istarskom poluotoku. Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 četvornih kilometara. Vrlo malen dio Istre, tek sjeverna strana Miljskoga poluotoka, pripada Republici Italiji. Slovensko primorje s Koparskim zaljevom i dijelom Piranskoga zaljeva do ušća rijeke Dragonje dio je Republike Slovenije. Najveći dio, ili 3.130 četvornih kilometara (90 % površine), pripada Republici Hrvatskoj. Većina hrvatskog dijela poluotoka nalazi se u Istarskoj županiji 2.820 četvornih kilometara, što je 4,98 posto od ukupne površine Republike Hrvatske. Ostali dio administrativno-teritorijalno pripada Primorsko-goranskoj županiji. Površina Općine iznosi 69 km²

Administrativno je Istarska županija podijeljena na 41 teritorijalnu jedinicu lokalne samouprave – na 10 gradova i 31 općinu.

- Gradovi: Buje, Buzet, Labin, Novigrad, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj, Umag i Vodnjan
- Općine: Bale, Barban, Brtonigla, Cerovlje, Višnjan, Funtana, Gračišće, Grožnjan-Grisignana, Kanfanar, Karojba, Kaštelir - Labinci, Kršan, Lanišće, Ližnjan, Lupoglav, Višnjan, Medulin, Motovun, Oprtalj, Pićan, Raša, Sveti Lovreč, Sveta Nedelja, Sveti Petar u Šumi, Svetvinčenat, Tar - Vabriga - Torre - Abrega, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Vrsar i Žminj.

Slika 1. Teritorijalna karta općina i gradova Istarske županije



Izvor: Zavod za prostorno uređenje Istarske županije

U sastavu Općine Višnjan nalaze se sljedeća naselja:

Anžići/Anzici, Bačva/Baccia, Barat/Baratti, Barići/Barici, Baškoti/Bascotti, Benčani/Benciani, Broskvari/Boscovari, Bucalovići/Buzalovici, Bujarići/Buiarici, Cerion/Cerioni, Cvitani/Civitani, Deklevi/Declevi, Diklići/Declici, Fabci/Fabazzi, Farini/Farini, Gambetići/Gambetti, Kočići/Cocci, Kolumbera/Colombari, Korlevići/Corlevici, Košutići/Cossutti, Kurjavići/Curiavici, Legovići/Legovici, Majkusi/Maiacusi, Markovac/Marcovazzi, Milanezi/Milanesi, Praščari/Prascari, Prhati/Percatti, Pršurići/Persurici, Radoši kod Višnjana/Radossi, Radovani/Radovani, Rafaeli/Raffaelli, Rapavel/Rapavelli, Sinožići/Sinosici, Smolići/Smolicci, Srebrnići, Strpačići, Sveti Ivan/San

Giovanni, Štuti/Stutti, Vejaki/Veiacchi, Višnjan/Visignano, Vranići kod Višnjana/Vrancici, Vrhjani/Verchiani, Zoričići/Zoricici, Ženodraga/Senodraga, Žikovići/Zicovici, Žužići/Susici.

Slika 2: Općina Višnjan



Izvor: google.hr

2.2. Demografska slika Općine Višnjan

Demografska povijest Istre pokazuje velike oscilacije u broju stanovnika, što je ponajprije uvjetovano zemljopisnim položajem, miješanim sastavom stanovništva, ratovima i s time povezanim političkim okolnostima u povijesti, a u sadašnje vrijeme najviše gospodarskim razlozima i migracijama po tom osnovu. Nakon Drugog svjetskog rata broj stanovnika Istre smanjio se za 40.609. Od 1971. godine broj stanovnika počinje rasti. Tome su ponajprije uzrok poslijeratne migracije stanovništva zbog gospodarskog razvoja, prije svega. Stanovništvo Istarske županije povećalo se u razdoblju 1948.-2001. za samo 11,3 %, u usporedbi s Hrvatskom gdje je u istom razdoblju zabilježen porast od 26,6 %.

Uzorak naseljenosti IŽ govori o koncentraciji stanovništva u manjem broju gradskih naselja. U deset gradova živi 144.459 stanovnika što je čak 69,3 % stanovništva, a u 31 općina živi 63.981 stanovnik što je 30,7 % stanovništva. Ruralni prostor obilježava izrazito niska gustoća naseljenosti – samo 33 stanovnika/km², dok prosječna gustoća naseljenosti urbanog prostora iznosi 254 stanovnika/km². Prema podacima popisa stanovništva iz 2011. godine Općina Višnjan imala je 2.274 stanovnika (prema popisu iz 2001. godine imala je 2.187 stanovnika),.

Tablica 1. Kontingenti stanovništva Istarske županije/Općina Višnjan

	Sp ol	Ukupn o	0 – 6 godin a	0 - 14 godina	0 - 17 godin a	0 - 19 godina	Žene u fertilnoj dobi		Radno sposobn o stanovni štvo (15 – 64 godine)	60 i više godina	65 i više godin a	75 i više godin a	Pros ječn a star ost	Ind eks star enja	Koefi cijent staro s
Istarska županija	sv.	208.055	13.513	27.816	33.721	37.804	-	-	142.780	51.710	37.459	17.151	43,0	136,8	24,9
	m	101.162	7.005	14.346	17.391	19.449	-	-	71.629	22.109	15.187	6.107	41,4	113,7	21,9
	ž	106.893	6.508	13.470	16.330	18.355	46.734	12.975	71.151	29.601	22.272	11.044	44,5	161,3	27,7
Višnjan - Visignano	sv.	2.274	158	332	406	446	-	-	1.523	563	419	206	42,7	126,2	24,8
	m	1.133	83	170	204	230	-	-	785	253	178	75	41,2	110,0	22,3
	ž	1.141	75	162	202	216	474	114	738	310	241	131	44,3	143,5	27,4

Izvor: Popis stanovništva DZS, 2011.

Iz tablice 1. u Općini Višnjan prema popisu stanovništva iz 2011 godine živi 2.274 stanovnika, od toga 1.133 muškaraca i 1.141 žena.

Tablica 2. Broj stanovnika Općine Višnjan prema starosti i spolu

	Spol	Ukupno	Starost																			
			0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95 i više
Istarska županija																						
Općina Višnjan - Visignano	sv.	2.274	120	101	111	114	122	138	152	174	164	149	204	162	144	89	124	90	70	39	6	1
	m	1.133	65	48	57	60	68	78	75	92	85	81	89	82	75	51	52	36	25	12	1	1
	ž	1.141	55	53	54	54	54	60	77	82	79	68	115	80	69	38	72	54	45	27	5	-

Izvor: Popis stanovništva DZS, 2011.

Iz gornje tablice vidljivo je da je populacija , njih 204, (89 muškaraca i 115 žena) starosne dobi od 50 do 54 god. najbrojnija.

Tablica 3. Osiguranici mirovinskog osiguranja Općine Višnjan prema osnovama osiguranja na dan 31. 1. 2018

Šifra i naziv općine, grada		Radnici kod pravnih osoba			Obrtnici			Poljoprivrednici			Samostalne profesionalne djelatnosti		
		Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
497	Višnjan	184	226	410	47	12	59	9	3	12	1	2	3
Šifra i naziv općine, grada		Radnici kod fizičkih osoba			Osig. zaposleni kod međunarodnih organizacija i u inozemstvu			Osiguranici - produženo osiguranje			UKUPNO		
		Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno	Muškarci	Žene	Ukupno
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
497	Višnjan	63	40	103	0	0	0	1	1	2	305	284	589

Izvor: HZMO Zagreb, siječanj 2018.

Iz tablice 3. ukupno je zaposleno 589 osoba (284 žena i 305 muškaraca). Kod pravnih osoba, ukupno je zaposleno 410 osoba (184 muškaraca i 226 žena). Kod obrtnika je zaposleno ukupno 59 radnika (47 muškaraca i 12 žena) dok se poljoprivredom bavi 12 osoba. U samostalnim profesionalnim djelatnostima kod pravnih osoba zaposleno su tri osobe (2 žene i 1 muškarac), dok je kod fizičkih osoba ukupno zaposleno 103 osobe (63 muškaraca i 40 žena).

Tablica 4. Broj evidentiranih nezaposlenih osoba (po obrazovanju, a imaju prebivalište na području Općine Višnjan (listopad 2017.)

Godina	2017 - evidentirane nezaposlene osobe s prebivalištem u Općini Višnjan											
Mjesec	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Razina												
(0) Bez škole i nezavršena osnovna škola	4	5	4	4	1	1	0	0	0	2	2	3
(1) Završena osnovna škola	6	7	4	2	1	1	2	3	2	4	6	5
(2) Srednja škola	43	39	26	21	12	12	8	11	13	16	22	26
(3) Prvi stupanj fakulteta, stručni studij i viša škola	3	4	4	4	2	1	1	1	2	5	4	4
(4) Fakultet, akademija, magisterij, doktorat	2	3	4	3	2	2	2	1	1	1	1	0
Ukupno	58	58	42	34	18	17	13	16	18	28	35	38

Izvor: HZZ područni ured Pula, prosinac 2017.

Iz tablice 4. vidljivo je da je prvih 4 mjeseca nezaposlenost (najviše njih tj. 43-21 sa srednjom školom) bila najveća. Dolaskom turističke sezone, nezaposlenost je pala na cca. 50 % - 70 % u usporedbi s početkom godine.

Tablica 5. Stanovništvo prema glavnim izvorima sredstava za život i spolu

	Spol	Ukupno ¹⁾	Prihod od stalnog rada	Prihod od povremenog rada	Prihod od poljoprivrede	Starosna mirovina	Ostale mirovine	Prihod od imovine	Socijalne naknade	Ostali prihodi	Povremena potpora drugih	Bez prihoda	Nepoznato
Istarska županija	sv.	208.055	78.035	8.096	1.535	38.550	14.921	1.774	4.946	5.141	4.553	56.469	377
	m	101.162	42.999	4.252	1.090	17.505	5.461	836	1.942	2.397	2.216	25.503	190
	ž	106.893	35.036	3.844	445	21.045	9.460	938	3.004	2.744	2.337	30.966	187
Višnjan Visignano	sv.	2.274	831	93	45	374	135	9	49	53	22	716	-
	m	1.133	497	46	33	186	52	5	14	28	8	295	-
	ž	1.141	334	47	12	188	83	4	35	25	14	421	-

Izvor: Popis stanovništva DZS, 2011.

Od ukupno 2.274 stanovnika, 831 stanovnik ima prihode od stalnoga rada što iznosi 36,5 % u odnosu na cjelokupni broj stanovnika s tim da 716 stanovnika ne prima nikakve prihode tj. 31,4 % stanovnika, a od mirovine živi 374 stanovnika ili 16,44 %.

2.3. Prirodni resursi

Cilj turističke valorizacije trebala bi biti kvantitativna i kvalitativna procjena vrijednosti svih popisanih prirodnih ili kulturnih resursa, kako bi se na osnovi te ocjene utvrdila njihova potencijalna vrijednost za turizam. Zbog toga ona spada u važnije i zasigurno jedne od najkompleksnijih faza u procesu planiranja i razvoja turizma. Valorizacija prirodnih resursa obuhvaća sustavno razvrstavanje pojedinih resursa u prostoru prema određenim čimbenicima kao što su njihovo rekreativno svojstvo, svojstvo znamenitosti, estetsko i kuriozitetno svojstvo, ali odgojna i gospodarska vrijednost.

2.3.1 Reljef i klima

Prostor Općine Višnjan u svojim prirodnim komponentama sadrži sva glavna obilježja karakteristična za elemente „crvene Istre. Višnjan se nalazi u zapadnom dijelu Istre na području Poreštine. To je prostor između rijeke Mirne na sjeveru i Linskog kanala na jugu.

Višnjan ima dobar prometni položaj. S Porečom ga povezuje 12 km duga regionalna cesta, a od magistralne ceste Pula – Trst udaljen je samo 3 km. 2005. godine je dovršena izgradnja zapadnog kraka Istarskog ipsilona 1,5 km zapadno od mjesta koje je time dobilo bolju vezu s Pulum (centrom zračnog prometa) i Pazinom (centrom željezničkog prometa). Nekada je ovuda prolazila poznata željeznička pruga Parenzana (Poreč – tal. *Parenzo*), tzv. „vinska pruga“ koja je povezivala Trst i Poreč, a bila je veoma važna za gospodarstvo ovog kraja jer su se njome prevozili domaći proizvodi (vino, pršut) do većih gradova na prodaju.

Općina Višnjan zauzima jugoistočni dio istarskog poluotoka, gdje se utjecaj Jadranskog mora očituje iz smjerova od sjeveroistoka do juga, stvarajući mediteransku klimu, koju karakteriziraju topla i sunčana ljeta i blage zime. Klima ima submediteranska obilježja. Najveći utjecaj ima more. Postoje male razlike u temperaturi i količini padalina u odnosu na obalu. Srednja godišnja temperatura iznosi 13,4 °C. Najtopliji mjesec je srpanj sa srednjom temperaturom 22,4 °C, a najhladniji siječanj s 2,9 °C. Godišnja količina padalina kreće se oko 700-800 mm, što je oko 100 mm više nego količina padalina u Poreču, poglavito zbog razlike u nadmorskoj visini. Najčešće oborine su kiše koje su neravnomjerno raspoređene tijekom godine. Snijeg je rijetkost. Vjetrovi su vrlo česta pojava. Najpoznatiji su jugo, bura i maestral, a od ostalih vjetrova pušu tramontana, burin, nevera i levant.

2.3.2. Biljni i životinjski svijet

Biljni svijet predstavlja osnovicu za razvoj ruralnog i eko turizma, ali i ima veliku ulogu u krajobraznom oblikovanju prostora, te estetskom dojmu destinacije. Na području Općine Višnjan isprepliću se raznolike biljne zajednice koje ponajviše doprinose mozaiku ruralnog prostora i njegovoj atraktivnosti, s naglaskom na vazdazeleni šume i mediteranski vrt kao važnu atrakciju u vidu urbanog okoliša. I biljni pokrov ima submediteranska obilježja. Prevladavaju listopadne biljke. Karakteristične su šume hrasta medunca i bijeloga graba. Od ostalih vrsta tu se nalaze: kesten, crni jasen, hrast cer, drijen, svibovina, drača, tršlja, pavitina, brijest, oslad, bršljan i kukurijek. Od zim zelenih vrsta rastu pinj i bor. Ukraša Višnjana

predstavljaju zaštićena šuma pinja na ulazu u mjesto, stoljetni hrast medunac i drvored kestena duž glavnu ulicu. Simbol ovih krajeva je i drvo ladonja. Šume su veoma bogate gljivama, a ima i mnogo divljači što je preduvjet razvoja lovnog turizma.

U životinjskom svijetu na području Općine Višnjan prevladavaju

- srna obična
- zec obični
- fazan – gnjetlovi
- šljuke

Općina u svom dijelu ima 1 lovište, koja osim lokalnog stanovništva koriste i inozemni lovci: Lovište Dubrava - lovne površine 7.186 ha.

Autohtone biljke

Maslina

Maslina, istarski ulika (latinski naziv, *olea europea*) ima plodove tamnozeleno do crne boje od kojih se proizvodi maslinovo ulje te je rado viđeno na stolovima carstva, svakog ugostitelja i kućne trpeze. Zbog izuzetne kvalitete još od rimskog doba sadi se na području južne Istre, a zbog prijevoza u sve zemlje Mediterana, u Fažani je bila veoma poznata tvornica za izradu amfora. Autohtone sorte u fažanskom masliniku: *buža*, *karbonaca* i *leccino*. U Općini Višnjan se posljednjih godina se sve više pažnje poklanja uzgoju maslina kao i pravljenju maslinovog ulja.

Ružmarin

Ružmarin je zimzeleni mediteranski grm čije ime potječe od latinskog naziva, *ros marinus* i znači morska ruža. Uzgaja se kao ukrasni grm, začinska biljka, te za proizvodnju eteričnog ulja.

Lovor

Lovor (latinski naziv, *laurus nobilis*) je zimzeleni mediteranski grm ili drvo visoko do 15 metara. Listovi i cvjetovi lovora od davnina služe kao mirodija te pikantnom aromom obogaćuju okus jela.

2.3.3 Poljoprivredne površine

U Općini Višnjan prema prostornom planu planiraju se poljoprivredne površine osnovne namjene koje se dalje razgraničuju na:

- osobito vrijedna obradiva tla (veće površine pod višegodišnjim kulturama maslinici, vinogradi, voćnjaci),
- vrijedna obradiva tla (polivalentna proizvodnja žitarica, industrijskih kultura, krmnih kultura i drugih jednogodišnjih kultura),

Tablica 6. Prikaz podataka iz ARKOD baze podataka za Općinu Višnjan na dan 31.12.2014 (podaci o ARKOD parcelama)

Naziv naselja	ORANICA	LIVADA	KRŠKI PAŠNJAK	VINOGRAD	MASLINIK	VOĆNE VRSTE	UKUPNO	UKUPNO
	Površina na ARKOD parceli (ha)	Površina ARKOD parcela (ha)	Površina a ARKOD parcela (ha)	Površina ARKOD parcela (ha)	Površina ARKOD parcela (ha)	Površina ARKOD parcela (ha)	Ukupan broj ARKOD parcela	Ukupna površina ARKOD parcela (ha)
Anžići	4,11	0,48	2,10	2,52	0,32	0,00	44	9,53
Babudri	0,99	0,00	0,00	1,37	0,27	0,15	15	2,84
Bačva	3,77	0,00	0,00	19,78	3,85	0,00	37	27,48
Barat	5,17	0,47	2,73	21,03	1,83	0,04	33	33,27
Barići	13,97	2,53	2,84	1,82	0,02	0,17	38	21,35
Baškoti	21,47	2,37	0,00	19,42	0,36	0,00	98	43,96
Benčani	3,21	0,00	2,24	0,29	0,59	0,00	17	6,32
Broskvari	1,59	0,29	0,00	9,80	1,14	0,00	36	12,81
Bucalovići	15,80	1,61	0,00	2,49	0,50	0,00	15	20,40
Bujarići	4,88	0,22	0,00	9,05	0,61	0,00	10	14,76
Cerion	3,15	0,59	5,29	2,75	0,07	0,05	32	11,90
Cvitani	2,82	0,00	2,88	2,68	0,64	0,00	19	9,01
Deklevi	16,38	0,16	0,00	13,44	0,66	0,66	60	31,91
Diklići	0,26	1,85	0,34	0,76	0,00	0,08	10	3,30
Fabci	6,65	3,37	4,65	1,79	0,49	0,88	53	17,82
Farini	5,75	0,37	0,09	2,71	4,27	0,42	49	13,81
Gambetići	0,99	1,96	0,00	0,38	0,95	0,00	16	4,28
Kočići	2,63	0,26	0,32	1,58	1,59	0,00	27	6,89
Kolumbera	5,00	0,50	7,07	4,50	2,70	0,04	48	19,93
Korlevići	1,40	0,00	0,00	20,66	1,01	0,06	46	23,92
Košutići	0,23	4,35	0,00	0,20	3,11	0,00	14	8,51
Kurjavići	12,34	2,92	0,00	5,15	0,00	0,12	49	20,98
Legovići	2,64	2,52	0,00	2,40	0,16	0,00	27	7,72
Majkusi	2,83	2,03	0,35	0,13	0,09	0,00	22	5,82
Mališi	4,76	0,00	3,73	4,88	0,18	0,02	44	13,57
Markovac	8,76	0,70	0,76	21,35	9,89	0,66	118	45,56
Milanezi	21,66	0,00	0,61	4,02	1,11	6,47	20	33,88
Prašćari	14,49	0,72	6,99	3,78	0,98	0,00	32	28,27
Prhati	7,89	1,07	2,74	2,33	0,05	0,17	51	14,46
Prkovići	1,54	5,90	0,00	6,60	0,12	0,00	24	16,74
Pršurići	10,32	2,04	7,31	18,32	11,91	0,14	110	51,23
Radoši kod Višnjana	1,82	1,39	2,17	5,06	0,30	0,00	21	10,75

Radovani	5,85	2,81	0,53	19,00	1,37	0,00	65	30,21
Rafaeli	1,37	0,36	5,69	19,38	2,94	0,09	29	29,83
Rapavel	3,88	0,00	0,00	0,69	0,13	0,00	24	4,69
Ribarići	1,41	1,13	0,00	0,68	0,00	0,00	16	3,22
Sinožići	0,11	0,00	0,00	0,00	0,56	0,00	3	0,67
Smolici	7,23	0,00	0,85	4,14	0,00	0,00	47	12,23
Srebrnići	1,46	0,00	0,00	1,61	0,97	0,00	16	4,05
Strpačići	7,15	0,87	1,16	0,41	2,40	0,21	21	12,81
Sveti Ivan	7,41	6,29	3,75	0,00	1,54	0,00	41	19,38
Štuti	0,27	0,00	0,00	0,37	0,00	0,00	3	0,64
Tićan	5,66	0,75	0,00	1,08	0,20	0,17	21	7,86
Tripari	0,62	0,58	1,01	0,14	0,00	0,00	5	2,35
Vejaki	3,10	0,00	1,77	4,39	0,00	1,10	26	10,55
Višnjan	6,24	0,76	3,39	21,76	12,83	0,00	70	47,80
Vranići kod Višnjana	3,70	1,21	1,11	3,10	0,21	0,00	38	9,59
Vrhjani	3,00	0,90	1,56	0,71	0,00	0,00	18	6,18
Zoričići	3,67	7,62	0,25	1,92	0,70	0,15	43	18,04
Ženodraga	1,96	0,62	0,00	1,42	0,27	0,00	10	4,32
Žikovići	1,71	0,00	0,00	7,29	0,21	0,09	29	10,53
Žužići	9,35	7,52	2,36	2,03	0,33	0,00	46	21,59

Izvor: Prikaz podataka iz ARKOD baze podataka na dan 31.12.2014. (podaci o ARKOD parcelama su prikazani prema vrstama uporabe poljoprivrednog zemljišta i prostornoj komponenti do kategorije naselja u kojem je ista smještena)

Tradicija i dostignut nivo razvoja, klimatske prilike i svojstvena kvaliteta tla utječu i na mogućnosti razvoja poljodjelstva, osobito maslinarstva, vinogradarskih i povrtlarskih kultura. Upravo u smjeru razvoja vinogradarstva i proizvodnje vinskih proizvoda, te maslinarstva i proizvodnje maslinovog ulja u okviru obiteljskih gospodarstva ali i od velikih proizvođača planiran je daljnji razvoj i to u proizvodnji osnovnih poljoprivrednih proizvoda, njihovo prerađivanje u kvalitetne i na tržištu prepoznatljive proizvode. Naime, proizvodnja kvalitetnog vina i maslinovog ulja s tržišno prihvatljivim brendom tih proizvoda, omogućit će profitabilno bavljenje poljoprivrednom proizvodnjom, što će povoljno utjecati na ukupan razvoj. Trenutačna agrarna struktura vrlo je nepovoljna za intenzivan razvoj suvremene i specijalizirane proizvodnje i predstavlja osnovnu zapreku postizanja proizvodnje konkurentne poljoprivrede EU-a. Nedvojbeno, dvije osnovne kulture poljoprivredne proizvodnje na području Općine su vinogradarstvo i maslinarstvo, koje na području Općine imaju dugu tradiciju uzgoja, „zdravo uzgojenih proizvoda“.

Po popisu stanovništva iz 2011. god. površina korištenog poljoprivrednog zemljišta u Općini Višnjan iznosila je 1.269.27 ha, a prednjačile su površine pod oranicama 371.30 ha i vinograda 240.57 ha i maslinika 49.52 ha.

2.3.4. Vodno bogatstvo

Cijelo područje Poreštine tipično je kraško područje u kojemu najvećim dijelom vlada nestašica vode. Izuzetak je jedan od najvažnijih vodotoka u Istri, rijeka Mirna. Mirna s pritocima čini porječje od 536 km². Na karbonatnim stijenama koje dominiraju u Poreštini poniru velike količine vode u dublje dijelove podzemlja. One se ponovno javljaju ili u obliku stalnih izvora ili povremenih vrela. Slatke ili slane vode pojavljuju se i u moru kao vrulje. Mehanizam gibanja vode kroz topive stijene nemoguće je odrediti, jer postoje bezbrojne kombinacije, što je potpuno u skladu s prirodom krša i njegovim svojstvenostima. U dijelu orijentiranom prema rijeci Mirni u Općini Vižinada nalazi se kaptirano i jedno od najvećih izvorišta Istre, izvor Gradole. Područje je bogato brojnim ponikvama s nepropusnim slojem zemlje crvenice od kojih su neke uvijek pune vode – krške lokve. Bujice u slivu rijeke Mirne uzrokovale su velike štete zbog erozije zemljišta. Općina Višnjan nema vlastitih izvora vode.

2.4. Povijesni i kulturni resursi

Pojam kulturnog turizma općenito se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjet kulturnim resursima bez obzira na inicijalnu motivaciju. On je ograničen utoliko što previđa važan element u turizmu, a to je „zabava“, te što isključuje duhovne dimenzije kulture. Kultura ne obilježava samo posjet muzeju ili koncertu, dakle njezinu institucionaliziranom obliku, već ona može biti i nematerijalne prirode. Neki oblici kulture, kao što su muzeji, galerije, festivali, arhitektura, povijesne gradine, umjetničke predstave i lokaliteti baštine, rutinski privlače turiste. Svi ti oblici kulture izrazi su ili sadrže izraz jedne ili više likovnih, popularnih ili folklornih umjetnosti, ili pak izraz jednog ili više lokalnih stilova života – tradicijskog, povijesnog ili modernog.

2.5. Infrastruktura

Aдекватno riješena fizička infrastruktura (prometna, komunalna, itd.) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj bilo kojeg područja, a pogotovo Županije koja je poglavito turistička regija, te koja posjeduje jasno zacrtanu turističku strategiju. Na nivou cjelokupne Istarske županije, stanje u tom segmentu još uvijek nije u potpunosti riješeno; od sanacije svih komunalnih zadataka do efikasnije organizacije infrastrukturnih elemenata. Razvojni potencijal Istarske županije, a samim time i turistička kvaliteta regije, postala bi još konkurentnija kada bi se više ulagalo u modernizaciju prometnica, sanaciju odlagališta otpada te izgradnjom sustava gospodarenja otpadom, u skladu sa standardima EU-a.

Potrebe međunarodne razmjene i ubrzani razvoj gospodarstva, posebno turizma kao jednog od oslonaca razvoja Istarske županije, uvjetuju potrebu za kvalitetnom prometnom infrastrukturom. Stoga se veliki naponi ulažu u međuregionalno povezivanje unutar Hrvatske i uključivanju u širi europski prostor. U tom se smislu najviše razvija cestovni promet koji dobro pokriva unutarnje potrebe i doprinosi skladnijem razvoju priobalnog dijela i unutrašnjosti Istre. Posljednjih godina sve se više ulaže u održavanje i izgradnju lučke infrastrukture, što doprinosi povećanju pomorskog prometa i njegovoj sigurnosti. Zračni promet također ima sve preduvjete za značajniji udio u ukupnoj prometnoj bilanci, posebno u dijelu prijevoza putnika.

Izgradnji prometnog sustava kao dugoročnog procesa i sigurnosti prometa Istarska županija posvećuje veliku pažnju, istovremeno vodeći brigu o zaštiti okoliša i primjeni načela održivog razvitka.

2.5.1. Prometnice

Prometni sustav utemeljen je na mreži postojećih prometnica koje su državnog, županijskog i lokalnog značaja.

Cestovne veze:

Sustav prometnica na regionalnoj razini zastupljen je:

- Državnim cestama: DC75 (D200 – Savudrija – Umag – Novigrad – Poreč – Vrsar - Vrh Lima – Bale – Pula (D 400))

- Županijskim cestama :

Županijska cesta Ž 5040 (D 75 Tar – Labinci – Ž 5042 Višnjan

Županijska cesta Ž 5037 (TN Lanterna – D 75)

Županijska cesta Ž 5041 (Ž 5042 Kufci – Brnobići) D21 – Vižinada

Navedene ceste iznimno su važne za povezivanje prostora Općine sa širim okruženjem.

Sustav na lokalnoj razini od presudne je važnosti za odvijanje života u Općini, a obuhvaća:

a) lokalne (razvrstane) ceste:

L-50050 (Višnjan – Žbandaj),

L-50049 (Ž-5040 – Baškoti – Vižinada)

L-50061 (Brig (u O.Vižinada) – Veljaki – Ž – 50042),

L-50062 (D-21 – Rapavel),

L-50094 (D-21 – Fabci),

L-50095 (D-21 – Majkusi),

L-50188 (Ž-5042 – Prhati),

L-50189 (Radovani – D-21).

b) ostale lokalne (nerazvrstane) ceste

2.5.2. Vodoopskrba

U Općini se ne planiraju novi važniji zahvati u izgradnji vodoopskrbe osim na potpuno lokalnoj razini. Obzirom na dotrajalost nekih poteza planira se rekonstrukcija pojedinih ogranaka. Sustav vodoopskrbe već je prethodno opisan. Prostorom Općine prolaze magistralni cjevovodi koji su od županijskog značenja. To su:

- Iz pravca izvorišta Gradole, uređaja za pročišćavanje i vodospreme „Brdo” u Općini Vižinada, preko Općine Kaštelir-Labinci u Općinu ulazi cjevovod profila 400 mm. U zoni naselja Višnjan i vodospreme Višnjan cjevovod se račva na pravac prema Gradu Poreču profila 200 mm i na pravac prema jugu i Općini Sv. Lovreč profila 300 mm.

U Općinskom sustavu vodoopskrbe postoje dvije vodospreme:

- vodosprema Višnjan 250 m³ vode i
- vodosprema Korlević 150 m³.

U Općinskom sustavu vodoopskrbe postoje i tri prekidne komore:

- prekidna komora Farini 12 m³
- prekidna komora Sinožići 18 m³
- prekidna komora Bratovići 5 m³.

Vodovod skoro u cijelosti pokriva područje Općine.

2.5.3. Elektroopskrba

Ne planiraju se važnije promjene stanja elektroenergetike u Općini. Ona se danas sastoji od dva vida kako je to već bilo rečeno. Možemo je promatrati:

- a) kroz transport električne energije čiji uređaji samo koriste prostor Općine
- b) kroz elektroenergetsku opskrbu Općine.

Područjem Općine, u njenom južnom dijelu, pravcem zapad-istok iz smjera Poreča prema Pazinu prolazi zračni dalekovod ZDV – 110 kV. To je jedini dalekovod ovog karaktera. Područje Općine u potpunosti je pokriveno elektroenergetskim razvodom. Razvod je izvršen zračnim (ZDV) i podzemnim (KDV) vodovima od 10 kV. U Općini je instalirano dvadeset sedam trafostanica TS 10(20)/0,4 kV, dvanaest trafostanica TS 10/0,4 kV i tri trafostanice tipa „tornjić“ 10/0,4 kV. Mrežu razvoda na dalekovodima 10 kV još regulira i šest lokalnih rastavljača. Kapacitete trafostanica (10(20)/0,4 i 10/0,4) u okviru prostora Općine, temeljem planiranih građevnih područja za novu stambenu, gospodarsku i turističku izgradnju, bit će potrebno dodatno proširiti ili pojačanjem postojećih, bilo izgradnjom novih. Rješenje ovim Planom shematskog je karaktera. U svom kvantitativnom izrazu proširenje kapaciteta (kroz nove ili proširenje postojećih kapaciteta i trasa vodova) odredit će se kapaciteti sukladno planovima investitora.

2.5.4. Telekomunikacijski promet

Područje je gotovo potpuno pokriveno fiksnim telefonskim linijama i mobilnom telefonijom, čime je omogućeno i spajanje računala na internetsku mrežu, što je važno za razvoj gospodarstva, posebno turizma ali i kvalitete života stanovnika. Internetska mreža je dostupna na većem području, no ona je nedovoljne kvalitete i brzine. U okviru Općine Višnjan postoji poštanski ured u samom naselju Višnjan. Ne planira se proširivanje ovoga sustava veza.

2.6. Komunalna djelatnost

2.6.1. Odvodnja otpadnih voda

U Općini je izgrađena kanalizacijska mreža samo u dijelu naselja Višnjan. U okviru ovoga sustava postoji uređaj za pročišćavanje „Bio disk 240 ES“ preko kojega otpadne vode idu do ispusta. U naseljima Markovac i Rapavel planiraju se izgraditi sustavi odvodnje otpadnih voda s BIO pročišćavanjem, ispuštanjem pročišćenih voda u podzemlje ili čak njihovo korištenje u poljodjelstvu (sukladno PPUŽ). Treći stupanj pročišćavanja bit će potrebno uspostaviti ako se pokvari kakvoća vode na izvorima. U svom kvantitativnom izrazu, izgradnja kapaciteta odredit će se kad se budu odredili i stvarni kapaciteti sukladno planovima investitora. Obavezno je da turističko-rekreacijska zona Markovac i gospodarske zone imaju

svoje sustave otpadnih voda s BIO pročišćavanjem. Za manja naselja i turističko-znanstvenu zonu Tićan, odabir sustava odvodnje s BIO pročišćavanjem ili sustava temeljenog na septičkim jamama ovisit će o ekonomskoj isplativosti. Na dijelu koji je unutar zona sanitarne zaštite izvorišta Gradole zabranjeno je upuštanje otpadnih voda u tlo, te se preporuča da se otpadne vode prikupljaju u vodonepropusne septičke trokomorne jame ili jednokomorne sabirne jame bez ispuštanja izlaznog efluenta u tlo. Na dijelu Općine koji je izvan zona sanitarne zaštite izvorišta Gradole otpadne vode moraju se prije ispuštanja u okoliš pročišćavati metodom autopurifikacije u septičkim jamama.

2.6.2. Gospodarenje otpadom

Odlagalište komunalnog otpada za Općinu Višnjan nalazi se u Poreču. Odlagalište Košambra se nalazi oko 2,5 km jugoistočno od centra Grada Poreča. U upotrebi je od 1977. godine. Prema računskim procjenama na odlagalištu je odloženo oko 400 000 m³ raznovrsnog otpada. Kako u okolici nije bilo na raspolaganju drugo odlagalište na Košambri su odlagane, odnosno još se uvijek odlažu sve vrste otpada iz domaćinstava, obrta i industrije, uključujući i otpad iz septičkih jama. Iznimku dijelom čini građevni otpad koji se odlaže slobodno, na otvorenom i nekontroliranom odlagalištu, oko 500 m udaljenom od Košambre.

2.7. Društvene djelatnosti

Razvijenost obrazovnog sustava (srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje) temeljna je pretpostavka za kvalitetan razvoj svake Županije. Naglasak ipak treba staviti na unapređenje sustava visokog obrazovanja Istarske županije, na upotrebu najnovijih znanja i tehnologije

Osnovna pretpostavka ka kvalitetnijim kadrovskim rješenjima jest poticanje želje za usavršavanjem te cjeloživotno učenje. Sustav društvenih djelatnosti Općine uključuje sljedeće:

- Predškolski odgoj
- Obrazovanje
- Kultura i sport
- Socijalna zaštita
- Zdravstvena zaštita
- Civilno društvo

Objekti društvenog standarda na području Općine iako skromno dimenzionirajući višeznačnošću i polivalentnošću u korištenju osiguravaju dostatnu razinu društvenog standarda koja će se rastom stanovništva i broja turista morati prilagoditi novom standardu i zahtjevima tržišta.

2.7.1. Obrazovanje

Osnovna škola Jože Šurana Višnjan s područnim školama u Kašteliru i Vižinadi obavlja svoju djelatnost odgoja i obrazovanja učenika na području općina Višnjan, Kaštelir - Labinci i Vižinada. U školskoj 2017./18. godini sa 25 odjeljaka, školu pohađa 390 djece.

U Višnjanu djeluje dječji vrtić i jaslice Radost kojeg je Općina osnovala 2011. godine.

2.7.2. *Kultura*

Kultura je cjelokupno društveno naslijeđe neke grupe ljudi, to jest naučeni obrasci mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i izrazi tih obrazaca u materijalnim objektima. Riječ kultura dolazi iz latinskoga *colere* što je značilo: nastanjivati, uzgajati, štititi i štovati. Na području sela Strpačići, 1 km od Višnjana, pronađene su bakrene naušnice i igle iz brončanog doba. Od 2000. do 1000. g. pr. Kr. naseljavaju se Iliri, a kasnije i Kelti. Ostaci iz tog razdoblja postoje na brežuljku Montemez u blizini Višnjana, čije ime na keltskom znači lijepa uzvisina. Višnjan je bio opasan zidom sve do 18. st. U grad se ulazilo kroz gradska vrata koja su izgrađena u doba Venecije s lavom i otvorenom knjigom. Višnjanom su u prošlosti gospodarili Mlečani, Austrijanci, Francuzi i Talijani. Administrativno je pripadao Motovunu sve do 1847. g. kada postaje samostalna općina.

Primarne atrakcije iznimno su važne za destinaciju i bitne za stvaranje dojma i privlačenje turista. Sve primarne atrakcije nisu jednako važne za potrošače. Atrakcije koje su jedinstvene i neobične, mogu privući turiste iz dalekih zemalja. Oni će putovati iz velikih udaljenosti kako bi doživjeli novo iskustvo, ali neće uložiti napor, novac i vrijeme da vide nešto uobičajeno. *Sekundarne su atrakcije* lokalno značajne. Važne su za turiste i mogu biti vrlo popularne, ali ne utječu na odluku turista o posjetu destinaciji.

Tercijarne atrakcije imaju još manji utjecaj na odluku o putovanju – turisti ih slučajno posjećuju kad već borave u destinaciji. Ista atrakcija može biti primarna, sekundarna i tercijarna, ovisno o motivima putovanja.

U svome djelovanju u idućem petogodišnjem razdoblju Istarska županija će primjenjivati tri strategije: umrežavanje i povezivanje, diversifikaciju resursa te razvoj publike i pozicioniranje kulturnog sektora u javnosti. Razlozi za izbor ovih strategija prvenstveno su vezani uz postojeće društvene okolnosti i status kulture u društvu, prilike za razvijanje kulturnog sektora u suradnji s drugim sektorima i mogućnosti za korištenje sredstava Europske unije te pozitivna iskustva u radu kulturnog sektora.

Društvene okolnosti u kojima se danas donosi Istarska kulturna strategija bitno su promijenjene u odnosu na vrijeme donošenja prve strategije 2009. godine, zbog toga je prilikom definiranja ciljeva ove strategije odlučeno nadovezati se na pozitivna iskustva iz prethodnog razdoblja i pokušati iskoristiti prilike stvorene članstvom u Europskoj uniji. Postavljeno je ukupno pet ciljeva, koji obuhvaćaju široko područje djelovanja, ali su istovremeno vrlo fokusirani s obzirom na željene rezultate i metode rada.

Pet definiranih ciljeva su:

1. Unaprijediti rad ustanova u kulturi i neinstitucionalnog kulturnog sektora
2. Unaprijediti nakladničku djelatnost u Istri
3. Izgraditi novu kulturnu infrastrukturu namijenjenu umjetničkoj produkciji, edukaciji, prezentaciji i čuvanju građe
4. Učinkovitije upravljati kulturnom infrastrukturom, ustanovama, uslugama i projektima
5. Povećati interes javnosti za kulturnu baštinu i suvremenu umjetničku produkciju te produbiti njihovo razumijevanje

Da bi se uopće moglo razmišljati kako kultura može pridonijeti razvitku turizma, sasvim je jasno da ona prvo i prvenstveno mora ojačati svoj položaj u svakodnevnom životu lokalnog stanovništva. Tek kada su njene sastavnice prepoznate kao važne kod domicilnog stanovništva, one mogu biti objektom pozornosti i posjetitelja.

Spomenici i kulturna baština u Općini Višnjan

- Gradina Monte Mez (Nez) – prapovijesni lokalitet
- Gradina Petrovac (Pedrovac) – prapovijesni lokalitet
- Gradina Višnjan (Stari grad) – prapovijesni lokalitet
- Dijan, nestalo naselje, arheološki lokalitet, rimsko razdoblje
- Bačva – Mt. Avra (Montavra) – rimska cesta
- Crkva Sv. Juraj m. XII. st. – Radovani
- Crkva sv. Antuna, opata, XIII – XV st. Obnavljana 1913. – ulaz u stari grad
- Sv. Jelena križarica, XIV. st. – Markovac
- Crkva Svi Sveti – Sv. Marija Magdalena, 1530. – na groblju
- Crkva Sv. Roka XVI st. – preseljena 1929. – Šaline
- Crkva Sv. Matija ap. , XVI - XVIII. st: groblje, Cerion
- Crkva Karmelske Gospe, XVI. st. – Bačva
- Crkva Sv. Jakov apostol 1628 – Bačva – na mjestu starije crkve.
- Crkva Sv. Pantaleon, XVII st. – Tičan – na mjestu starije crkve.
- Općinska lođa (loza) XVII st. rekonstruirana, 1753. – stari trg
- Zvonik venecijanskog stila iz 1772.
- Barokna općinska zgrada, XVII st. – stari trg
- Crkva Sv. Kvirika i Julite, 1830.-1833. – stari trg, na mjestu starije crkve.
- Crkva Sv. Blaž – Barat
- Spomenik Joži Šuranu na Trgu slobode
- Spomen područje Tičan
- Skulptura „Od labure do zvijezda“, *hommage* tehnologiji autora Marijana Paića.
- Premještena iz Krunčići u Višnjan 2001. Donator Vojislav Matić.
- Skulptura i sunčana ura „Sunčev tron“, Trg Antuna Korlevića, autor postolja ure
- Marijana Paića. Skulpturu prate kontroverze od samog početka realizacije.
- Zgrada Zvezdarnice Tičan, prvi primjer „cyber romanike“
- Štuti, Hrast medunac (*Quercus pubescens*) – spomenik prirode

2.7.3. Prirodna baština

Povijest Istre daleka je i bogata, a iza sebe je ostavila vidljive tragove kroz mnoštvo očuvanih arheoloških, kulturno-povijesnih spomenika različitih etničkih kultura i razdoblja. Od pamtivijeka, posebice zbog njezina strateškog značaja (izlaz srednje Europe na Mediteran), Istru su nastojali pokoriti brojni osvajači koji su svoje tragove ostavljali kako po cijelom europskom kontinentu, tako i po Istri. Može se reći da je sva europska povijest „prošetala” po Istri kroz međusoban dodir triju europskih civilizacija. Osim špilja, jama, zaštićenih dijelova prirode, parka prirode, flore i faune, bezbroj slapova, posebnost Istre su i ostaci spomenika,

od koji neki potječu još iz antike, pa preko svih osvajača koji su svoje „postojanje“ na tim prostorima ostavljali kulturološki, a nadasve spomeničkom ostavštinom. U Općini Višnjan imamo 2 kategorije vrednovanja prirodne i kulturne baštine:

a) U kategoriji *Zaštićeni krajolik* zaštićuju se:

1. cijela Općina ;
2. kao “*osobito vrijedan predio*” štite se kultivirane poljodjelske površine sjeverno od naselja Višnjan u okviru vizurnog polja što ga određuju obodne šume u pogledu sa županijske ceste Ž-5040 u dolasku iz pravca Labinaca.

b) U kategoriji *Spomenik prirode* zaštićuje se:

1. kraške jame Golubinke, Jamine, Pavlovica i Strašnica i njihov neposredan okoliš;
2. jedan primjerak hrasta medunca smješten uz županijsku cestu Ž-5042 pored odvojka za lokalitet Tićan.
3. kraške lokve: Bačva (Bačvanka), Deklevi, Markovac (lokva Rupa), Rapavel (lokva Korneda), Sinožići (lokva Paškvanka), Smolići, Višnjan (dvije lokve);
4. izvor Badavca i izvor Fabci i njihov neposredan okoliš;
5. kraški dolci: Funtanela, Ščikovac, Palovac i Jezero

Moramo spomenuti posebnu građevinsku baštinu Istre koju odlikuje:

KAŽUN - Kažun je malo poljsko sklonište napravljeno u suhozidu, od kamena bez ikakvog veziva. Osim kao zaklon koristilo se i za nadgledanje polja i vinograda neposredno prije žetve i berbe. Nalaze se najčešće na južnom i zapadnom dijelu Istre i najpoznatiji su istarski simboli.

ISTARSKA HIŽA - Karakteristične stare istarske hiže građene su od kamena, fugiranih su zidova i krovova prekrivenih crijepom kanalicom. S prednje fasade na kuću je gotovo uvijek nadozidan baladur, stubište kojim se ulazi u stambeni dio kuće. U najvećoj prostoriji, konobi, nalazi se otvoreno ognjišće.

SUHOZIDI - Ljudi su na ovim prostorima kroz povijest obrađivali zemlju. Često su je morali otimati kamenu, kojeg bi skupljali i njime ograđivali svoje parcele. Na čvrstu kamenu podlogu polagala su se veća kamenja na dno, a potom manja prema vrhu. Tako su nastali dugi i skladni suhozid

Prirodna baština (zaštićena područja)

Geološke karakteristike područja formiraju vidljive oblike reljefa na površini Zemlje, kao i u podzemlju (reljef, špilje), koji mogu zadovoljiti motive odmora i oporavka te sportske rekreacije dok pojedini geološki oblikovni, paleontološki i arheološki zanimljivi dijelovi mogu biti proglašeni zaštićenima i predstavljati se kao dijelovi zaštićene prirodne baštine.

Cjelokupno područje Općine Višnjan predstavlja izuzetnu, u značajnoj mjeri očuvanu ambijentalnu vrijednost koja se čuva i štiti sveukupnim planskim rješenjem. Planom su određena područja kulturnih dobara upisanih u registar kulturnih dobara: arheološka baština

- arheološka područja, arheološki lokaliteti,

- povijesne graditeljske cjeline,
- povijesni sklopovi i građevine,
- etnološka baština.

Kulturne ustanove i društva

Tijekom dvadeset posljednjih godina oslanjajući se na bogatu kulturnu baštinu Istra je samo potvrdila da je njen kulturni proizvod ustvari bogatstvo prožimanja kulturnih izričaja multikulturalnosti i reakcija te dinamična scena bogata događajima. Trenutno Istarska županija ima 11 muzeja, šest pučkih učilišta, devet knjižnica, više od 15 galerija te brojne kulturne udruge koje su aktivne i neprestano rade. Učestala je u posljednje vrijeme suradnja između Odjela za kulturu i Odjela za turizam Istarske županije koja se iskazuje na projektu *Parenzana* i koja je u 2012. godini iznjedrila program Istra Inspirit te obogatila turističku ponudu Istre. Odjeli su uvelike surađivali na europskim projektima *Revitas* i *Adria Muse* te otvorili vrata suradnji na mnogim novim akcijama koje su pred njima. Odjel za kulturu nastoji pronaći nova sredstva za programe, povećati sredstva unutar proračuna i rado bi pomogao svojim korisnicima i većim iznosima, no racionalno sagledavanje stvari ukazuje na potrebu iznalaženja novih resursa izvan proračuna. Odjel za kulturu djeluje na tri lokacije (Novigrad, Pula i Labin) stvarajući krug suradnika u tim mjestima. Pri Odjelu djeluje sedam kulturnih vijeća i Vijeće za kulturu.

Mjere zaštite kulturno povijesnih i prostornih vrijednosti Općine, određene su prema zonama zaštite i klasifikaciji povijesnih građevina - kulturnih dobara, koje se zaštićuju na temelju *Zakona*. Mjerama zaštite utvrđuju se režimi i oblici intervencija u pojedinim zonama ili za pojedine građevine

U Općini djeluju sljedeća društva:

- Udruga Vika
- Ženska vokalna skupina Višnjanke
- Kulturno umjetničko društvo Višnjan
- Mažoretkinje
- Agro Višnjan
- Astronomsko društvo Višnjan
- DVD Plamen Višnjan
- Lovačko društvo Dubrava
- Zajednica Talijana dr. Silvio Fortuna
- SIUG
- Savez izviđača

2.7.4. Sport

Na području Općine Višnjan djeluju sljedeći sportski klubovi:

Nogometni klub Višnjan 1957

Stolnoteniski klub Višnjan

Športski klub uzgajivača golubova listonoša Kompas Višnjan

Boćarski klub Višnjan

Lovačka udruga Bear Hunters

Streljačko društvo Kamilovica

2.7.5. Zdravstvo

Sadašnji kapaciteti primarne zdravstvene zaštite u Općini svode se na ambulantnu jedinicu i stomatološku ordinaciju. Obzirom na blizinu dodatnih zdravstvenih sadržaja u susjednom gradu Poreču, postojeći kapaciteti mogu zadovoljiti minimalne potrebe stanovništva. Specijalistički pregledi obavljaju se u Gradu Poreču i specijalističkim ustanovama u Puli, Rijeci i drugim centrima. U Višnjanu postoji ljekarna.

2.8. Gospodarstvo

U samome tekstu analizira se opći društveno-ekonomski razvoj Općine Višnjan koji je dao osnovni pregled u smislu glavnih djelatnosti koje se odvijaju na tome području a to su:

Oslanjajući se na razvojne resurse i potencijale gospodarski razvoj temeljit će se na:

- intenziviranju poljoprivrede, posebno vinogradarstva, maslinarstva i povrtlarskih kultura,
- ugostiteljstvu i turizmu
- industrijsko-servisnim uslugama, obrtničkim i drugim uslugama vezanim uz građevinarstvo
- izletničko-rekreacijskom turizmu
- stvaranju lokalnog partnerstva/lokalne akcijske grupe (LAG)

Istarska županija je u posljednjem desetljeću učinila velike napore u restrukturiranju i podizanju konkurentnosti svog gospodarstva. Realizirana su velika ulaganja u krupnu infrastrukturu poput Istarskog cestovnog ipsilona (na dionici Pula – Umag u punom profilu autoceste), potom u Vodoopskrbni sustav Butoniga i magistralni plinovod Pula – Karlovac. Izgrađen je veći broj suvremeno opremljenih industrijskih kapaciteta, dok je infrastrukturno opremljeno 26 poduzetničkih zona širom Istre u kojima na ukupnoj površini od 1.200 hektara djeluje 190 poduzetnika s preko 2.600 zaposlenih. Na planu turizma i ugostiteljstva učinjen je veliki iskorak s donošenjem Master plana razvoja istarskog turizma.

Napušten je koncept masovnog turizma i poboljšana ukupna kvaliteta turističkog proizvoda Istre. Realizirana su ulaganja u podizanje kategorizacije turističkih smještajnih objekata na tri, četiri i pet zvjezdica uz uvođenje raznih selektivnih oblika turizma (seoski, nautički, sportski, golf, kongresni, kulturni, zdravstveni, lovni, gastronomski i drugi) kojima se Istra promovirala u jednu od najpoželjnijih svjetskih turističkih destinacija. S donošenjem strateškog programa ruralnog razvoja Istre, županija je postavila temelje efikasnijeg upravljanja poljoprivrednim resursima i ribarstvom u uvjetima ekološki održivog razvoja.

Kao rezultat takvog opredjeljenja, potaknut je razvoj visokokvalitetnih autohtonih poljoprivrednih proizvoda poput vina, maslinovog ulja, pršuta, sira, meda, rakija, koji su postali prepoznatljivi brendovi Istre na svjetskom tržištu. Svjesna činjenice da konkurentnost istarskog gospodarstva uvelike ovisi o razvijenosti i kvaliteti ukupnog okruženja, Istarska županija radi na realizaciji projekata, od kojih se mogu izdvojiti izgradnja punog profila autoceste od čvora Kanfanar do Rijeke, zamjenskog bloka Termoelektrane Plomin III snage 500 MW na ugljen, potom nova opća bolnica u Puli, zajednički sustav za gospodarenje otpadom „Kaštijun“ i jedinstveni sveučilišni kampus u Puli. Oko 40 % stanovništva Višnjana

je radno aktivno. Od toga je oko 11 % stanovništva zaposleno u primarnim djelatnostima, najviše u poljoprivredi. Na području Općine ima dosta poljoprivrednih površina, ali se stanovništvo bavi poljoprivredom samo kao dopunskim zanimanjem. Većina stanovništva je zaposlena u tercijarnim djelatnostima (48 %), a dosta je stanovnika zaposleno i u kvartalnim (23 %). Većina stanovništva ne radi u na području općine Višnjan već putuje u veće centre gdje postoji veća mogućnost zapošljavanja, pogotovo sezonskog tipa (razvoj turizma) na zapadnoj obali Istre. Najviše se migrira u Poreč i ostale veće županijske centre.

U gospodarstvu Općine najviše je zastupljena poljoprivreda i to uzgoj maslina, vinove loze i voća te stočarstvo. Značajna je i izrada suvenira od kamena i drva. Osnovana je Agro Višnjan – udruga koja okuplja velik broj poljoprivrednika. Također, dugo godina djeluje Savez uzgajivača koji radi na zaštiti i spašavanju autohtonog istarskog goveda (boškarina) od izumiranja. U Višnjanu je s tom namjerom osnovan prvi geno-park u Hrvatskoj „Boškarin“. Postoje uvjeti i za razvoj lovnog, zdravstvenog i agroturizma. Tu su učinjeni prvi koraci; osnovana je Turistička zajednica i izdani turistički prospekti, označene vinske ceste, biciklističke staze, organizirane izložbe vina, gastro ponuda domaće zdrave hrane i mogućnost bavljenja sportom, astroturizam.

Tablica 7: Struktura aktivnih trgovačkih društava po područjima djelatnosti u općini Višnjan u 2016. godini

Područje djelatnosti		Broj trgovačkih društava	Broj zaposlenih
A	POLJOPRIVREDA, ŠUMARSTVO I RIBARSTVO	1	Z
B	RUDARSTVO I VAĐENJE		
C	PRERAĐIVAČKA INDUSTRIJA	7	139
D	OPSKRBA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM, PLINOM, PAROM I KLIMATIZACIJA	1	Z
E	OPSKRBA VODOM; UKLANJANJE OTPADNIH VODA, ZBRINJAVANJE OTPADA TE DJELATNOSTI SANACIJE OKOLIŠA		
F	GRAĐEVINARSTVO	21	69
G	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIM VOZILA I MOTOCIKALA	12	42
H	PRIJEVOZ I SKLADIŠTENJE	4	9
I	DJELATNOSTI PRUŽANJA SMJEŠTAJA TE PRIPREME I USLUŽIVANJA HRANE	6	22
J	INFORMACIJE I KOMUNIKACIJE	1	Z
K	FINANCIJSKE DJELATNOSTI I DJELATNOSTI OSIGURANJA		
L	POSLOVANJE NEKRETNOSTIMA	12	6
M	STRUČNE, ZNANSTVENE I TEHNIČKE DJELATNOSTI	8	10
N	ADMINISTRATIVNE I POMOĆNE USLUŽNE DJELATNOSTI	4	9
O	JAVNA UPRAVA I OBRANA; OBVEZNO SOCIJALNO OSIGURANJE		
P	OBRAZOVANJE	2	Z
Q	DJELATNOSTI HUMANE MEDICINE I SOCIJALNE SKRBI		
R	UMJETNOST, ZABAVA I REKREACIJA		
S	OSTALE USLUŽNE DJELATNOSTI		

T	DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KAO POSLODAVACA; DJELATNOSTI KUĆANSTAVA KOJA PROIZVODE RAZLIČITU ROBU I OBAVLJAJU RAZLIČITE USLUGE ZA VLASTITE POTREBE		
U	DJELATNOSTI IZVANTERITORIJALNIH ORGANIZACIJA I TIJELA		
Ukupno		79	310

Izvor: DZS 2018 (oznaka Z označava manje od 3 zaposlena)

2.8.1. Turizam i ugostiteljstvo

Na području koje obuhvaća Općina Višnjan domicilno se stanovništvo do ranih sedamdesetih pretežito bavilo poljoprivredom. Tada počinje značajan razvoj turizma na zapadnoj obali Istre, pa se tako i veći broj stanovnika Općine Višnjan zapošljava u novoizgrađenim hotelima, kampovima i restoranima u Poreču, Vrsaru, Taru (Lanterna) i Funtani. Smještajni kapaciteti na području Općine nisu veliki. Radi se isključivo o privatnom smještaju (apartmani i sobe). Naime, trendovi zadnjih godina pokazuju da je ponuda kuća za odmor na ruralnom prostoru sve traženija na emitivnom tržištu Europe i da taj oblik turizma daje sve veće ekonomske efekte vlasnicima kuća ali i okruženju, te da su smještajni kapaciteti u takvom turizmu popunjeni gotovo pola godine s tendencijom da se popunjenost povećava i postižu sve bolji efekti. To je upravo suprotno smještajnim kapacitetima na obali koji su izraženo sezonskog karaktera s intenzivnim popunjenjem 3 do 4 mjeseca. Analizirajući moguće kapacitete takvih objekata na području cijele Općine, može se zaključiti da ovakvi kapaciteti postaju sve ozbiljniji. Slikovito rečeno kao mala turistička naselja s disperziranim objektima po cijelom području i disperzijom vlasništva na veliki broj malih domicilnih i drugih vlasnika i poduzetnika. Situacija na području Općine već sada potvrđuje takve trendove, a slični razvoj pokazuju i druge općine u Istri. Posebno one koje su na vrijeme shvatile prednosti takvoga razvoja turizma.

Turistička zajednica Višnjana glavni je nositelj turističkih i kulturnih događanja na području Općine. U blizini Višnjana nalazi se i krški fenomen ovoga kraja Jama Baredine. Jama je uređena za posjete i turistički je veoma atraktivna. Uz jamu Baredine kao prirodnu znamenitost, postavljena je etno priča – *Traktor Story*, posvećena poljoprivredi.

U okviru predviđenih prioriteta za razvoj turizma klastera, za područje Višnjana osobitu važnost ima :

- Ruralni/Agroturizam
- Vino/Gastronomija
- Pješačenje/Biciklizam
- Astronomija (znanstveni turizam)

Na području Općine postoje 3 biciklističke staze, vinska cesta i cesta maslinova ulja koje svake godine sve više potvrđuju svoju atraktivnost, kao i ponudu vina i maslinova ulja.

Tablica 8: Struktura smještaja u Općini Višnjan

		2017	2016		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Objekt Podvrsta objekta	Broj kreveta	Broj kreveta Usporedba	Broj kreveta Indeks	Broj dodatnih kreveta	Broj dodatnih kreveta Usporedba	Broj dodatnih kreveta Indeks	Broj obveznika	Broj obveznika Usporedba	Broj obveznika Indeks
TZ Općine - Višnjan	Apartman	307	268	114,55	9	7	128,57	49	45	108,89
TZ Općine - Višnjan	Izborna stara obiteljska kuća (vikendica)	35	31	112,90	0	0	0,00	10	9	111,11
TZ Općine - Višnjan	Kuća stanovnika općine	39	39	100,00	0	0	0,00	13	13	100,00
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor	680	549	123,86	10	2	500,00	80	62	129,03
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor (vikendica)	49	41	119,51	2	0	0,00	13	11	118,18
TZ Općine - Višnjan	Objekti u domaćinstvu	97	97	100,00	0	0	0,00	14	14	100,00
TZ Općine - Višnjan	Soba za iznajmljivanje	24	24	100,00	0	0	0,00	3	3	100,00
TZ Općine - Višnjan	Stan stanovnika općine	1	1	100,00	0	0	0,00	1	1	100,00
Ukupno		1152	1050		21	9		183	158	

Izvor: TZ Istarske županije 2018.

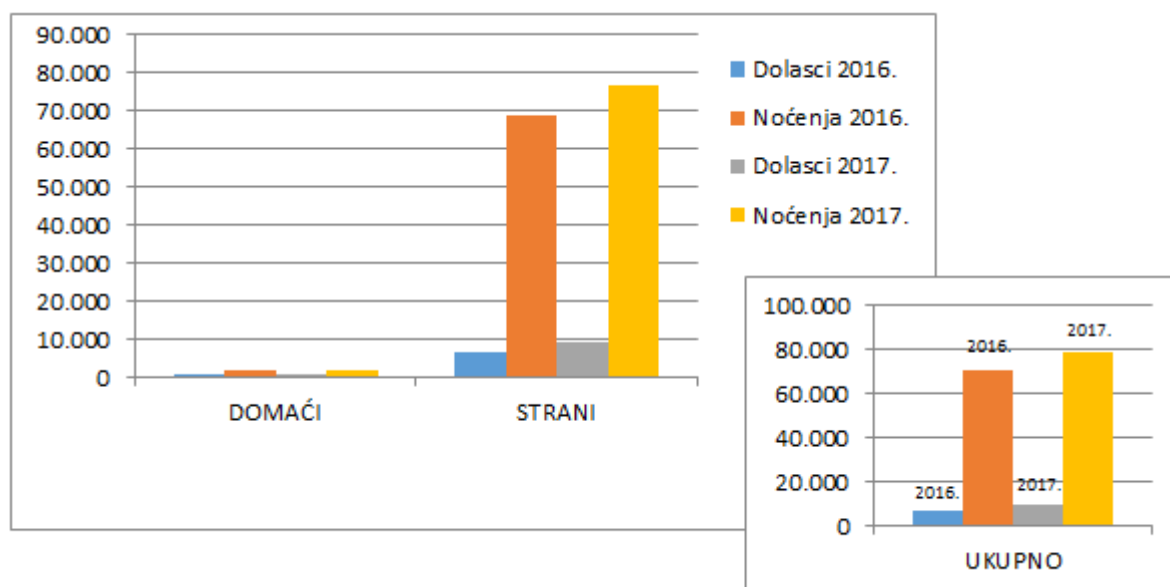
Iz gornje tablice vidljivo je da se broj kreveta najviše povećao u kućama za odmor (23 %), te vikendicama (19 %) i apartmanima (14 %), a isto stanje je i u broju obveznika.

Tablica 9: Broj noćenja i dolazaka u Općini Višnjan 2017. i 2016. god.

		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Turist država prebivališta Domaći/strani	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
TZ Općine - Višnjan	Domaći	1.683	2.101	80,10	353	324	108,95
TZ Općine - Višnjan	Strani	76.890	68.825	111,72	9.259	6.681	138,59
Ukupno		78.573	70.926	110,78	9.612	7.005	137,22

Izvor. TZ Istarske županije 2018.

Gornja tablica nam pokazuje da je 2017. god. u odnosu na 2016. god. broj noćenja porastao za 10 %, a broj dolazaka za 37 %.



Izvor: Obrada autora 2018.

2.8.2. Malo i srednje poduzetništva

Program razvoja dinamičkog gospodarskog okruženja tj. razvoj malog i srednjeg poduzetništva ima prvenstveno za cilj:

- razvoj poduzetničke infrastrukture kroz unapređenje zajedničke komunalne infrastrukture u malim poslovnim zonama kako bi se poduzetnicima i obrtnicima omogućila gradnja samostalnih ili zajedničkih poslovnih objekata pod povoljnijim uvjetima što dovodi do povoljnijih uvjeta poslovanja i veće konkurentnosti na tržištu;
- osiguranje malim i srednjim poduzetnicima povoljnog financiranja kroz subvenciju kamata na poduzetničke kredite da bi se potaknuli novi investicijski ciklusi, odnosno povećala uspješnost realizacije poduzetničkih ideja putem osiguravanja kreditnih potencijala s povoljnijim uvjetima kreditiranja od tržišnih;
- razvoj poduzetničkog potencijala od interesa za cjelokupni gospodarski razvoj Županije, realizacijom projekata i aktivnosti poslovnog savjetovanja osoba prilikom pokretanja vlastitog poslovanja te onih koji su tek pokrenuli vlastito poduzeće ili obrt.

Tradicija obrta vrlo je duga. Obrti su se razvijali prema potrebama pojedinih gospodarskih grana i stanovništva. Temeljna obilježja politike ranijeg sustava prema obrtništvu odnosila su se na ograničavanje razvoja privatnog sektora fiskalnim i drugim nestimulativnim mjerama ekonomske politike. Obrtništvo je bilo na rubu društvenog i gospodarskog interesa. Te se posljedice još osjećaju. Danas se ono treba nametnuti kao snažan gospodarski i financijski čimbenik ukupne gospodarske stabilizacije uz obogaćivanje tržišta raznovrsnim proizvodima i uslugama.

Svojom razvojnom politikom u novom PPUO Općina Višnjan je odlučila pružiti mogućnost razvoja malih i srednjih poduzetnika izgradnjom poduzetničke zone Višnjan – Milanezi kojom će biti moguće povećati produktivnost. Predviđa se da bi se na taj način sve prerađivačke, građevinske, transportne i druge djelatnosti sa prostora Višnjana i okolnih mjesta preselile u specifičnu zonu namjene te oslobodile gradski dio prostora Višnjana. Već sada postoje gospodarske zone: Gambetići i gospodarska zona Radovani.

Dvije najveće tvrtke u Višnjaju su tvrtka S.I.C i BRKO DRVO.

Tvrtka S.I.C. se bavi uvozom, preradom (slana, marinirana, duboko zamrznuta riba iQF i u BLOCKU, očišćena i filetirana sitna plava riba) i distribucijom svježe i smrznute ribe, morskih plodova, kao i proizvodnjom ribljih delikatesa.

Od malih obrat, vrijedno je spomenuti obrt LAVANDA (proizvodnja eteričnih ulja i proizvoda od lavande), proizvodnju maslinovog ulja, domaćih alkoholnih pića, meda te proizvodnju istarskih suvenira.

3. RAZVOJNO - PLANSKA OPREDJELJENJA

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u Republici Hrvatskoj. Direktno i indirektno stvara oko 22 % domaćeg bruto proizvoda, te više od 40 % cjelokupnog izvoza, što ga bez sumnje stavlja među ključne komponente nacionalne ekonomije i vanjskotrgovinske razmjene. Hrvatska ima vrlo atraktivan turistički potencijal, prije svega jedinstvenu prirodnu i kulturno-povijesnu baštinu. U ovom poglavlju tretirani su najvažniji dokumenti s kojima strategija razvoja turizma Općine Višnjan mora korespondirati.

3.1. Europski sustav

Turizam je važan sektor u gospodarstvu Europske unije koji podupire gospodarski rast i zapošljavanje. Međutim, jedan od najvećih izazova s kojim se suočavamo jest ojačati i unaprijediti održivi razvoj turizma u cilju osiguranja dugoročne konkurentnosti sektora. Održivim upravljanjem turizmom nastojimo osigurati prepoznavanje ograničenja i kapaciteta naših turističkih resursa i poticati razvoj turizma kojim se postiže ravnoteža između neposrednih gospodarskih, ekoloških i sociokulturnih koristi te osigurava dugoročna budućnost europskog turizma. Godine 2010. donesena je europska strategija turističkog razvoja „Europa – svjetska destinacija broj 1: Novi politički okvir za turizam u Europi“.

Osnovni ciljevi ove strategije su:

- povećanje konkurentnost kroz poticanje inovacija i distribuciju
- promoviranje održivog, odgovornog i visoko-kvalitetnog turizma
- konsolidiranje europskog turističkog imidža i profila
- povećanje mogućnosti korištenja europskih financijskih instrumenata za turistički razvoj.

Europa je broj jedan turističko odredište u svijetu, s najgušćom i najraznolikijom ponudom turističkih atrakcija. Upravo zbog toga, turistička industrija je postala ključni sektor gospodarstva EU, koji stvara preko 10 % BDP-a EU (direktno ili indirektno) te zapošljava 9,7 milijuna građana. Razvoj Europskog sustava pokazatelja za turizam za održivo upravljanje odredištima jedna je od glavnih inicijativa, čija se provedba u Komunikaciji traži od Komisije. Cilj je Europskog sustava pokazatelja doprinijeti unaprjeđenju održivog upravljanja odredištima na način da se dionicima u turizmu osigura jednostavan i koristan komplet alata. On će dionicima pomoći u mjerenju i praćenju upravljanja procesima održivosti i omogućiti im da razmjenjuju i uspoređuju ostvareni napredak i rezultate u budućnosti.

Turizam je ključan, jer stvara značajan udio BDP-a EU (preko 5 % u 2013.) te isto tako zapošljava preko 5 % radne snage. Turizam iznimno puno znači za lokalni razvoj te zapošljavanje, pogotovo za daleka područja planina i otoka. Prema preliminarnim podacima organizacije *World Tourism Organization*, u 2016. godini zabilježeno je 1,235 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka u svijetu, što je 3,9 % više u odnosu na 2015. godinu i predstavlja novu (drugu godinu zaredom) rekordnu razinu tog pokazatelja. Prošla godina bila je sedma godina u uzlaznom nizu nakon što je 2009. godine zabilježen pad međunarodnih turističkih dolazaka. Od ukupnog broja međunarodnih turističkih dolazaka, već uobičajeno

najveći dio (50,2 %) zabilježen je u Europi u kojoj je prošlogodišnje povećanje turističkih dolazaka iznosilo 12,2 milijuna dolazaka.

Nakon Europe, prema udjelu u dolascima, slijedi regija Azija i Pacifik (24,5 %) u kojoj je zabilježen gotovo dvostruko veći apsolutni skok dolazaka u odnosu na Europu, tj. zabilježeno je 23,6 milijuna međunarodnih turističkih dolazaka više u odnosu na 2015. godinu. Pritom je najveći rast zabilježen u Sjeveroistočnoj Aziji (11,8 milijuna više).

3.2. Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. god.

Strategija razvoja turizma RH do 2020. polazi od analize ključnih pokazatelja dostignutog razvoja, sagledava razvojna ograničenja i razvojne mogućnosti koje se očitavaju iz relevantnih razvojnih trendova u globalnom okruženju te prepoznaje ključne činitelje uspjeha na koje se hrvatska turistička politika mora usredotočiti u razdoblju do 2020. godine.

Promjene koje su se u međuvremenu dogodile na turističkom tržištu, kako na svjetskoj razini, tako i u relevantnom konkurentskom okružju, kao i niz drugih promjena koje obilježavaju život i rad ljudi na početku 21. stoljeća, nameću potrebu kritičkog propitivanja dobrih i manje dobrih učinaka dosadašnjeg razvoja turizma u nas, kako bi se, na tim osnovama, mogle utvrditi nove razvojne smjernice, strateški razvojni ciljevi, odnosno mjere turističke politike u nastupajućem desetogodišnjem razdoblju. Glavni razvojni cilj Strategije je ulazak Hrvatske u vodećih 20 turistički najkonkurentnijih zemalja svijeta, a naša bi zemlja 2020. godine trebala biti „globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljubivost, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja“. Hrvatski turizam bi u 2020. godini trebalo obilježiti 7 milijardi eura novih investicija, 955 tisuća ležajeva u komercijalnim smještajnim kapacitetima (+7 %), oko 30 tisuća novozaposlenih u turizmu i pratećim djelatnostima, 86 milijuna turističkih noćenja (+43 %) i 14,3 milijarde eura turističke potrošnje.

Strateški ciljevi i zadaci razvoja hrvatskog turizma:

- ☐ Poboljšavanje strukture i kvalitete smještaja
- ☐ Novo zapošljavanje
- ☐ Investicije
- ☐ Povećanje turističke potrošnje

10 ključnih razvojnih usmjerenja Republike Hrvatske do 2020

- Institucionalno dereguliranje
- Turizam na cijelom prostoru
- Partnerstvom do uspjeha
- Hotelijerstvo – ključni pokretač investicijskog ciklusa
- Kultura kvalitete
- Inoviranje tržišnog nastupa
- „Zeleno” kao filozofija djelovanja
- Autentičnost i kreativnost
- Više od sunca i mora
- Hrvatski proizvod za hrvatski turizam

- ***Najvažniji ciljevi (strateške postavke)***

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma (razvojno opredjeljenje)
- Turizam u funkciji razvoja ukupnog prostora (sinergijski efekti)
- Poboljšanje standarda života (individualno i društveno)
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima, te ukupnim društvenim razvojem
- Turistički proizvod će biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja
- Definiranje razvojnog programa i ponude
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici)

Razvoj turističke ponude

Razvoj turističkih proizvoda

- Fokus i poticaji razvoju diferenciranih proizvoda s ciljem ublažavanja sezonalnosti

Brza privatizacija i aktiviranje državne imovine

- *Brownfield* i *greenfield*

Unapređenje smještajne ponude

- Novi kapaciteti većinom u hotelima i resortima 4-5* te malim hotelima, povećanje kvalitete obiteljskog smještaja, podizanje kvalitete kampova

Unapređenje ostale turističke ponude

- Tematski parkovi, centri za posjetitelja, plaže, staze i šetnice, *shopping* ponuda, zabava

Strategija turizma Republike Hrvatske - Razvoj turističkih proizvoda

- *Sunce i more* – repozicioniranje kroz jačanje svih karika lanca vrijednosti i produljenje sezone
- *Nautički turizam* – novih 15.000 vezova, nova regulativa, fokus na ekologiju
- *Zdravstveni turizam* – tržišna specijalizacija, umrežavanje, podizanje kvalitete smještaja
- *Kulturni turizam* – daljnja turistifikacija kulturnih sadržaja, interpretacijski centri, manifestacije
- *Poslovni turizam* – infrastruktura (kongresni centri), upravljanje, zračne linije
- *Golf turizam* – infrastruktura (igrališta) uz najjače destinacije, golf resorti
- *Cikloturizam*
- *Eno i gastroturizam*
- *Ruralni i planinski turizam*
- *Pustolovni i sportski turizam*

Ciljevi razvitka hrvatskog ruralnog prostora

Ciljevi s aspekta sela:

- revitalizacija ruralnog prostora
- osposobljavanje seoskog stanovništva za samostalni razvitak

- cjelovito rješavanje problema ruralnog prostora i sela
- aktivno uključivanje žena u ruralni razvitak
- zaštita, razvitak i očuvanje karakteristika ruralnih područja i sela, njihovih vrednota i identiteta
- razvoj poljodjelstva
- poticanje primarne seljačke proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda

Program ruralnog razvoja Istarske županije ima pet strateških ciljeva koji su međusobno usko povezani.

Cilj 1. - Izgradnja institucionalnog okruženja koje potiče poboljšanje životnih uvjeta u ruralnim područjima i stvaranje uvjeta za povratak i zadržavanje stanovništva u ruralnim područjima

Cilj 2. - Povećanje konkurentnosti glavnih gospodarskih sektora u ruralnim područjima (proizvodnih, prerađivačkih i uslužnih djelatnosti)

Cilj 3. - Održiva uporaba prirodnih resursa, očuvanje i zaštita prirode i okoliša

Cilj 4. - Zaštita i očuvanje kulturnog naslijeđa

Cilj 5. - Trajno poboljšanje učinkovitosti rada komplementarnih – srodnih institucija u funkciji ruralnog razvitka

3.3. Master plan Istarske županije 2015. – 2025.

Izradom glavnog plana razvoja turizma Republike Hrvatske, Istarska županija je pristupila izradi Master plana razvoja turizma 2015. – 2025. g. Master plan turizma Istarske županije je ujedno i glavni strateški, razvojni dokument kojim se usmjerava turistički razvitak u Županiji, a time i gradova i Općina u dužem razdoblju.

Sukladno Master planu, budući razvoj temeljit će se prije svega na podizanju kvalitete postojećih objekata, odnosno na njihovom restrukturiranju, što ne znači da neće biti izgradnje novih objekata. Uz to svaki će se klaster opredijeliti za određene turističke sektore koji će biti dominantni u njegovoj turističkoj ponudi. Uz klasičnu ponudu „sunca i mora“, svaka destinacija odabrat će određeni broj sektora u kojima će se specijalizirati i natjecati sa sličnim destinacijama na Mediteranu. Ovaj model razvoja posebnu pozornost posvećuje zaštiti okoliša i podizanju kvalitete života stanovništva pojedine destinacije. Master plan za pojedine klastere ustvari je program razvoja turizma na tom području i kao takav poslužit će za definiranje osnovnih postavki za izradu prostornih planova jedinica lokalne samouprave. Budući da je turizam u većini gradova i općina Istre najznačajnija ili jedna od najznačajnijih djelatnosti, ovaj će dokument biti izuzetno značajan za izradu prostornih planova.

Istarska županija je 2015. god. donijela Master plana razvoja turizma 2015. – 2025. i Strateški operativni i marketinškog plana istarskog turizma 2015. – 2018. s pragmatičnim rješenjima na području 11 operativnih strategija i povezanih akcijskih planova. Master plan turizma Istarske županije u tržišnoj analizi donosi analizu turističkih klastera Istre i operativne strategije sa polazištima, mjerama i ciljevima u:

- Operativnoj strategiji razvoja proizvoda
- Operativna strategija razvoja smještaja
- Operativna strategija razvoja turističke infrastrukture

- Operativna strategija za EU fondove
- Operativna strategija poboljšanja prometa i dostupnosti
- Operativna strategija politike razvoja i zaštite prostora i kulturnih resursa
- Operativna strategija izgradnje kvalitete u turizmu
- Operativna strategija razvoja ljudskih resursa
- Operativna strategija upravljanja
- Procjena i upravljanje investicijama

Time se osiguravaju i usvajaju:

- Preduvjeti za brži i kvalitetniji razvoj turizma
- Usvajanjem i provedbom osigurati upravljanje turističkom budućnošću
- Ohrabriti investitore u realizaciji svojih planova
- Podloga za definiranje turističkih razvojnih i prostornih planova nižih razina
- Osnova za povlačenje sredstava iz Fondova Europske unije

Master plan razvoja turizma Istre sastoji se od Master planova razvoja za svaki od sedam turističkih klastera:

1. Sjeverozapadna Istra (Umag, Novigrad ,Buje, Brtonigla)
2. Poreč (Tar-Vabriga, Kaštelir-Labinci)
3. Vrsar, Funtana, Sv. Lovreč
4. Rovinj (Bale, Kanfanar)
5. Labin – Rabac (Kršan, Raša, Sv.Nedelja)
6. Središnja Istra (Buzet, Pazin, Cerovlje, Gračišće, Grožnjan, Karojba, Lanišće, Lupoglav, Motovun, Oprtalj, Pićan, Sv. Petar u Šumi, Svetvinčenat, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Žminj)
7. Južna Istra (Pula,Medulin ,Vodnjan, Barban, Ližnjan)

te od Integriranog Master plana razvoja turizma Istre, od kojih svaki obuhvaća sljedeće dokumente:

- Razvojni model turizma
- Plan konkurentnosti
- Mogućnosti i potrebe investiranja
- Marketing plan
- Plan provedbe

Master plan za pojedine klastere ustvari će biti program razvoja turizma na tom području i kao takav poslužit će za definiranje osnovnih postavki za izradu prostornih planova jedinica lokalne samouprave. Budući da je turizam u većini gradova i općina Istre najznačajnija ili jedna od najznačajnijih djelatnosti, ovaj će dokument biti izuzetno značajan za izradu prostornih planova. Provedba Master plana donijet će kvalitetniji život stanovnicima Istre i u tom smislu da nije svejedno živi li se u regiji koja prati svoj razvoj ili u onoj koja se o tome ne brine, posebice kada je riječ o zaštiti okoliša. Master plana jasno kaže da je okoliš element koji se ni pod koju cijenu ne smije žrtvovati u budućem razvoju koji prema tome mora biti održiv i, što posebno naglašavamo, odgovoran.

Radi što kvalitetnije provedbe Master plana razvoja turizma Istre, Istarska županija osnovala je Savjet za turizam, strateško tijelo na regionalnoj razini koje sačinjavaju predstavnici Istarske županije na čelu sa županom, gradonačelnici i načelnici najvećih gradova i općina,

predsjednici uprava najvećih hotelsko-turističkih kompanija Istre, kao i predstavnici TZIŽ, Obrtničke i Gospodarske komore te UHPA-e za područje Istre. Također, osnovana je i IRTA d. o. o. – Istarska razvojna turistička agencija čija je osnovna zadaća, osim prezentiranja i provedbe najvažnijih nalaza MP-a, kvalitetno povezivanje privatnog i javnog sektora, te kreiranje novih turističkih proizvoda i provedba drugih projekata važnih za budući razvoj turizma Istre.

U novom Master planu razvoja turizma Istarske županije, Općina Višnjan ulazi u klaster „SREDIŠNJA ISTRA“ zajedno s ostalim JLS koje se nalaze u unutrašnjosti.

Klaster „Središnja Istra“ obuhvaća područja gradova i općina: Pazin, Cerovlje, Gračišće, Grožnjan, Karojba, Lanišće, Lupoglav, Motovun, Tinjan, Oprtalj, Pićan, Sv. Petar u Šumi, Svetvinčenat, Višnjan, Vižinada i Žminj.

Klasteri su specifični oblici koji predstavljaju spoj grupnih interesa te interesa industrije s jednim, zajedničkim ciljem, a to je postizanje prepoznatljivosti proizvoda i uslugama tržištu. U turističkom smislu, klasteri predstavljaju mikro destinaciju u sklopu jedne turističke regije te imaju svoja specifična obilježja. Istra je podijeljena u sedam klastera, od kojih svaki samostalno čini prepoznatljiv proizvod, diferenciran od ostalih. Međutim, svih sedam klastera djeluju komplementarno, s ciljem provođenja uspješne integrirane strategije razvoja Istre kao turističke destinacije.

Strategija turizma središnje Istre ukratko ističe ciljeve Master plana: povećanje investicija i prihoda od turizma, poboljšanje kvalitete te povećanje kapaciteta smještajnih jedinica, točnije, povećanje udjela hotela i podizanje popunjenosti turističkih kapaciteta do 2025. godine, uvođenje jedinstvenih cestovnih putokaza kroz cijelu Istru, poticanje kulturnog turizma, razvoj nove i poboljšanje postojeće turističke infrastrukture poput odmorišta, vidikovaca i slično te poboljšanje turističke ponude kroz sustav ocjenjivanja svih turističkih proizvoda.

3.4. Prostorni planovi Županije

Prostorni planovi su dokumenti prostornog uređenja kojima se, sukladno članku 53. Zakona o prostornom uređenju (u daljnjem tekstu Zakon, "Narodne novine", br. 153/13.), u svrhu ostvarivanja ciljeva prostornog uređenja, sukladno načelima prostornog uređenja uređuje svrhovita organizacija, korištenje i namjena prostora te uvjeti za uređenje, unaprjeđenje i zaštitu prostora Države, županija, gradova i općina. Na području Istarske županije donijeti su ili su u izradi slijedeće vrste prostornih planova:

- prostorni plan županije,
- prostorni plan područja posebnih obilježja,
- prostorni plan uređenja grada/općine,
- generalni urbanistički plan,
- urbanistički plan uređenja,

Na području Županije na snazi su osim gore navedenim i slijedeći prostorni planovi, donijeti prije stupanja na snagu Zakona 1. 1. 2014. godine:

- detaljni urbanistički planovi,

- provedbeni urbanistički planovi,

Istarska županija je 2015. god. je donijela Izmjene i dopune Prostornog plana Istarske županije. Izmjena i dopuna Prostornog plana Istarske županije izrađuje se i provodi temeljem Zakona o prostornom uređenju i gradnji, a obuhvaća područje Istarske županije u cjelini, u svojim administrativnim granicama temeljenim na podacima Državne geodetske uprave (DGU). Izmjenama i dopunama prostornog plana Istarske županije pristupilo se radi niza izmjena zakona i podzakonskih propisa koji imaju neposredan utjecaj na sustav prostornog uređenja, zbog dostignutog višeg stupnja spoznaja o mogućnostima, ograničenjima i zaštiti prostora Istarske županije, kao i iskazanih potreba gradova i općina za redefiniranjem pojedinih prostorno-planskih odrednica strateškog dokumenta prostornog uređenja. Time se ujedno Prostorni plan usklađuje s usvojenim razvojnim dokumentima na nacionalnoj i županijskoj razini.

Ugostiteljsko-turistička namjena može se planirati u građevinskim područjima naselja, u izdvojenim građevinskim područjima izvan naselja ugostiteljsko-turističke i sportske namjene – golf igrališta i sportski centri određeni ovim Planom. Kriteriji za planiranje ugostiteljsko-turističkih područja, moraju se provoditi u skladu s kvalitativnim značajkama prostora, a osobito sa sljedećim:

- ponudu na turističkom tržištu nužno je prilagoditi Strategiji razvoja turizma RH i Master planu razvoja turizma Istarske županije, posebno vodeći računa o demografskim ograničenjima;
- daljnji razvoj turizma usmjeriti u većem dijelu na izgradnju kvalitetnih dopuna postojeće turističke ponude atraktivnim kulturnim, izletničkim i rekreacijskim sadržajima, kao što su golf igrališta, ronjenje, jedrenje, rafting, jahanje, biciklizam i sl.;
- prilikom investiranja u postojeće ili nove građevine poticati izgradnju viših i visokih kategorija;
- dati prednost poboljšanju infrastrukture i dugoročnoj zaštiti prostora (zaštita prirode, kulturne baštine i ekološka održivost) ;
- gradnju novih građevina ostvariti na predjelima manje prirodne i krajobrazne vrijednosti i uklapati ih u oblike gradnje lokalnog ambijenta, radi očuvanja vrijednosti i identiteta prostora, a izgradnju u dosad neizgrađenim dijelovima obalnog područja (posebno istočna obala) usmjeravati u dubinu prostora, odnosno u unutrašnjost Županije.

Turističko razvojno područje (TRP) – je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja namijenjeno razvoju ugostiteljsko-turističke djelatnosti, fizički i infrastrukturno izdvojeno iz građevinskih cjelina naselja. Unutar TRP-a se u prostornim planovima lokalne razine mogu odrediti zone izgradnje smještajnih građevina, zone izgradnje pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, zone izgradnje servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama.

Turističko područje (TP) - je izdvojeno građevinsko područje izvan naselja ugostiteljsko-turističke namjene limitirano veličinom i smještajnim kapacitetom. Unutar TP-a može se planirati izgradnja pojedinačne zgrade ili kompleksa zgrada, koje čine zatvorene funkcionalne i tehnološke cjeline. TP-ovi se planiraju na lokacijama posebne vrijednosti i u ambijentu koji nije determiniran drugim vrstama izgradnje. TP-ovi prvenstveno trebaju poslužiti za valorizaciju izrazitih krajobraznih i drugih vrijednosti prostora. Njihova veličina se limitira

najmanjom površinom 0,3 ha i najvećom površinom 2 ha, odnosno najvećim kapacitetom 150 postelja i najvećom gustoćom korištenja 120 postelja/ha. (Turistički punkt, određen osnovnim Prostornim planom Istarske županije, kao i njegovim izmjenama i dopunama, ovim se Planom utvrđuje kao Turističko područje-TP).

Turistička zona (TZ) - je dio građevinskog područja naselja ili dio građevinskog područja golf igrališta namijenjen ugostiteljsko-turističkoj djelatnosti. Unutar TZ-a se u prostornim planovima lokalne razine određuju površine za izgradnju smještajnih građevina, površine za izgradnju pratećih ugostiteljsko-turističkih sadržaja, površine za izgradnju servisnih i opskrbnih sadržaja u funkciji turizma, kao i površine namijenjene infrastrukturnim građevinama, a sve unutar jedinstvene prostorno-funkcionalne cjeline sa jedinstvenim upravljanjem

3.4.1. Županijska razvojna strategija

Županijska razvojna strategija Istarske županije do 2020. godine je temeljni i sveobuhvatni strateški dokument koji polazeći od razvojnih resursa i potencijala te ostvarenih postignuća utvrđuje smjernice budućeg gospodarskog i sveukupnog razvoja Istarske županije. Osim što doprinosi uspješnom i učinkovitom usmjeravanju razvoja, Strategija omogućuje i jačanje kapaciteta županijskih institucija i drugih nositelja razvoja za pripremu i provedbu razvojnih intervencija te za bolje korištenje financijskih sredstava i drugih resursa iz EU fondova, državnog ali i vlastitog proračuna, te iz privatnih i drugih izvora. U skladu s time, Strategija predstavlja konzistentan okvir s utvrđenim strateškim ciljevima, prioritetima, mjerama za konkretne razvojne projekte/aktivnosti, s definiranim nositeljima, s mehanizmima provedbe i načinima praćenja i vrednovanja.

Razvojna vizija Županijske razvojne strategije Istarske županije do 2020. godine sastoji se u ostvarivanju Istarske županije kao autonomne, moderne, otvorene i gospodarski konkurentne regije, prepoznatljive kulturne i prirodne baštine, visoke kvalitete života u okvirima uravnoteženog i održivog razvoja.

Strateški okvir postavljen je imajući u vidu četiri glavna cilja:

1. Povećanje gospodarske konkurentnosti;
2. Razvoj ljudskih resursa i visoku kvalitetu života;
3. Jačanje infrastrukture, zaštite okoliša i održivog upravljanja prostorom i resursima;
4. Razvoj, očuvanje i promoviranje istarskog identiteta

3.4.2. Strategija razvoja ruralnog prostora Istre

Ruralni turizam, osobito turizam na seljačkim gospodarstvima, mora se sagledavati kao bitna sastavnica ukupnog, održivog razvitka. To je sukladno dokumentima Europske Unije. U prilog navedenom govori činjenica da Hrvatska posjeduje znatne gospodarske, kulturne i prirodne uvjete za razvoj ruralnog prostora. Uz tradicionalnu proizvodnju i pripremu hrane, naime, ravnopravno treba uključiti i seoski turizam kao dopunsku djelatnost, i to u sklopu obnove sela i cjelokupnog razvitka ruralnog prostora. Time se postiže povezivanje turizma i poljoprivrede kao hrvatskih komparativnih prednosti.

Ciljevi razvitka ruralnog prostora Istarske županije

Ciljevi s aspekta sela:

- revitalizacija ruralnog prostora
- osposobljavanje seoskog stanovništva za samostalni razvitak
- cjelovito rješavanje problema ruralnog prostora i sela
- aktivno uključivanje žena u ruralni razvitak
- zaštita, razvitak i očuvanje karakteristika ruralnih područja i sela, njihovih vrednota i identiteta
- razvoj poljodjelstva
- poticanje primarne seljačke proizvodnje i prerade poljoprivrednih proizvoda
-

Program ruralnog razvoja Istarske županije ima pet strateških ciljeva koji su međusobno usko povezani.

Cilj 1. - Izgradnja institucionalnog okruženja koje potiče poboljšanje životnih uvjeta u ruralnim područjima i stvaranje uvjeta za povratak i zadržavanje stanovništva u ruralnim područjima

Cilj 2. - Povećanje konkurentnosti glavnih gospodarskih sektora u ruralnim područjima (proizvodnih, prerađivačkih i uslužnih djelatnosti)

Cilj 3. - Održiva uporaba prirodnih resursa, očuvanje i zaštita prirode i okoliša

Cilj 4. - Zaštita i očuvanje kulturnog naslijeđa

Cilj 5. - Trajno poboljšanje učinkovitosti rada komplementarnih – srodnih institucija u funkciji ruralnog razvitka

3.5. Prostorni planovi Općine

Izrada prostornog plana užeg područja Općine – urbanističkih planova uređenja određuju se sve neuređeni dijelovi građevinskog područja naselja i za građevinska područja izdvojene namjene. Urbanističkim planovima uređenja obuhvaćeni su i izgrađeni, kao i neizgrađeni uređeni dijelovi građevinskih područja naselja, a obuhvaćeni su s ciljem omogućavanja kvalitetne prostorne organizacije i spajanja na postojeću osnovnu infrastrukturu, u suglasnosti s prijedlogom Prostornog plana Županije.

Oslanjajući se na razvojne resurse i potencijale gospodarski razvoj temeljit će se na:

- intenziviranju poljoprivrede, posebno vinogradarstva, maslinarstva i povrtlarskih kultura,
- ugostiteljstvu i turizmu
- industrijsko-servisnim uslugama, obrtničkim i drugim uslugama vezanim uz građevinarstvo
- izletničko-rekreacijskom turizmu
- stvaranju lokalnog partnerstva / lokalne akcijske grupe (LAG)
- Na području koje obuhvaća Općina Višnjan domicilno se stanovništvo do ranih sedamdesetih pretežito bavilo poljoprivredom. Tada počinje značajan razvoj turizma na zapadnoj obali Istre, pa se tako i veći broj stanovnika Općine Višnjan zapošljava u novoizgrađenim hotelima, kampovima i restoranima u Poreču, Vrsaru. Taru i Funtani. Smještajni kapaciteti na području Općine nisu veliki (cca. 80 soba). Radi se isključivo o privatnom smještaju (apartmani i sobe)

U Općini Višnjan planiraju se sljedeća izdvojena građevinska područja gospodarske namjene.

Na području obuhvata Plana predviđena su sljedeća građevna područja za razvoj gospodarskih djelatnosti;

- (a) gospodarska zona "Višnjan 1",
- (b) gospodarska zona "Višnjan 2",
- (c) gospodarska zona "Milanezi",
- (d) gospodarska zona "Gambetić",
- (e) gospodarska zona "Radovani"

Turističkom zonom se smatra predio za koje se ovim Planom planira izrada detaljnog plana uređenja (DPU-a), a čija se granica obuhvata ne mora nužno poklapati s granicom građevnog područja za turističku namjenu već može obuhvaćati i širi prostor u okviru kojega se mogu smjestiti dodatni športski i rekreacijski sadržaji u prirodnom ambijentu kraja, a koji se mogu graditi izvan građevnoga područja.

Planirane su turističke zone:

a) turističko-znanstvena zona "Tićan" u okviru koje je planirano građevno područje za smještaj i za izgradnju zvjezdarnice, a cijela turistička zona služi znanstvenom i izletničkom turizmu.

b) turistička zona – geno park „, Stancija Boškarin “

U građevinskom području ugostiteljsko turističke namjene Tićan ne omogućava se izgradnja smještajnih građevina ugostiteljsko turističke namjene već isključivo građevina u funkciji kompleksa zvjezdarnice, pri čemu one mogu imati prostorije za prihvata i boravak gostiju – znanstvenika, studenata, učenika i ostalih korisnika.

Smještajni kapaciteti prema prostornom planu

	GRAĐEVINSKO PODRUČJE NASELJA	MAKSIMALNI SMJEŠTAJNI KAPACITET (POSTELJA)
1	Višnjan	150
2	Barat	50
3	Bačva	50
4	Kolumbera	250
5	UKUPNO (1+2+3+4)	500
6	OSTALA GRAĐEVINSKA PODRUČJA NASELJA – UKUPNO	450
7	GRAĐEVINSKA PODRUČJA NASELJA – SVEUKUPNO (5+6)	950

	GRABEVINSKO PODRUČJE	MAKSIMALNI SMJEŠTAJNI KAPACITET (postelja)	MAKSIMALNA POVRŠINA (ha)	GUSTOĆA (postelja/ha)	VRSTA UGOSTITELJSKOG SMJEŠTAJA		
					Hotel (T1)	Turističko naselje (T2)	Kamp (T3)
1	Stancija Božarin – Turistički punkt	150	1,93	78		x	
	UKUPNO	150	1,93	78		X	

Ciljevi Općine Višnjan:

Ciljevi razvoja turizma trebali bi biti usklađeni s globalnim gospodarskim, te društvenim ciljevima Općine. Dugoročni je cilj razvoja turizma na području Općine je prvenstveno blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta. Potrebno je istaknuti da ne postoji subordinacija ciljeva te da su svi navedeni ciljevi jednako važni i da se međusobno uvjetuju. Značajno odstupanje od bilo kojeg cilja nedvojbeno bi bitno poremetilo ravnotežu odnosa. Turistički proizvodi Općine uklapaju se u sustav turističke ponude Istarske županije, koji samo objedinjenom ponudom mogu postići očekivanu razinu konkurentnosti na zahtjevnom turističkom tržištu. Turistički proizvodi se, dakle, nadograđuju s turističkim proizvodima susjednih destinacija izazivajući sinergijski efekt, te zajedno tvoreći integralni turistički proizvod IŽ-a.

Strateški ciljevi Općine Višnjan:

- ubrzati rast gospodarskih aktivnosti u cilju iskorištavanja prednosti i raspoloživih resursa; težiti stvaranju usklađenog modela gospodarskog razvitka te graditi očekivanu razvijenost sveukupne infrastrukture;
- poticati one gospodarske aktivnosti, kojih je posljedica povećana cirkulacija ljudi,
- dobara i usluga;
- povećati efikasnost upravljanja i organiziranosti pojedinih poduzeća;
- težiti rastu investicijskih aktivnosti uz očuvanje ekološki vrijednog područja, a u skladu s donesenim razvojnim planovima i programima;
- stvarati preduvjete za otvaranje novih radnih mjesta, a naročito u malom i srednjem poduzetništvu te obiteljskim gospodarstvima (usmjerenih i prema turističkoj djelatnosti)

Općina Višnjan mora primijeniti model razvoja turizma koji će joj osigurati konkurentne prednosti u tržišnoj utakmici sa destinacijama sličnih obilježja, usmjerenih ka istim ciljnim skupinama. Pored ekonomskih, razvoj turizma donosi brojne promjene i izazove za turističke destinacije. Posebice se navedeno odnosi na fizički utjecaj na okoliš. Turizam je, pored procesa industrijalizacije i urbanizacije, jedan od najznačajnijih izvora pritiska na okoliš. Pritisak ovisi o procijenjenom nosivom kapacitetu, vrsti selektivnog turizma, ekološke osviještenosti i pismenosti nositelja turističke ponude, broja turista koji istovremeno borave u destinaciji, njihovoj ekološkoj pismenosti, itd. Utjecaj se očituje u onečišćenju zraka, tla i vode, korištenju prirodnih resursa, stvaranju otpada, prometne zakrčenosti, prostornih devijacija, itd. Općina Višnjan svjesna je utjecaja i promjena koje donosi turizam, no planom održivog razvoja turizma u dogovoru sa svim relevantnim sudionicima, velika se pažnja mora poklanjati otklanjanju nepovoljnih utjecaja na cjelokupni okoliš.

Kako bi se lokalne zajednice orijentirane turizmu osposobile, obično su potrebne društvene i institucionalne promjene kao preduvjet za raspodjelu moći koja će omogućiti promjene. Lokalno stanovništvo je vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja.

Ključno je pitanje, pri tom, kako lokalna zajednica sudjeluje u razvoju turizma destinacije i to u procesu planiranja i odlučivanja o razvoju, u predlaganju ideja i realizaciji projekata, o ulozi turizma u prostoru i razvoju i u preraspodjeli koristi i troškova razvoja turizma.

3.6. Strategija ukupnog razvoja Općine Višnjan

U ovom Poglavlju izložena je Strategija razvoja Općine koja se sastoji od strateških ciljeva, prioriteta i mjera. Detaljnije, SR-a se sastoji od:

- *Strategije (strateški ciljevi):* će se provoditi kroz prioritete i mjere koje će voditi javni sektor. Ti zadaci omogućavat će rast *poslovnog sektora i civilnog društva*. Poslovni sektor stvara „blagostanje“ u Općini, dok civilno društvo vodi poboljšanoj participacijskoj demokraciji.
- *Prioriteta i mjera:* Prioriteti u skladu sa Strategijom, predstavljaju žarišta aktivnosti koja bi trebalo provoditi ostvarenjem mjera. Osim nabrojanog, SR će se baviti i važnim razvojnim temama Europske unije (tzv. horizontalne EU teme ili principi) koje Europska unija podržava i koji bi trebali biti uključeni u svim segmentima SR-a. Ključne razvojne teme uključuju promociju informacijske tehnologije, održivo upravljanje okolišem i brigu za osiguranjem jednakosti spolova, ljudskih prava i učinkovite demokracije.

•STRATEŠKI CILJ-Visoka kvaliteta života

- PRIORITET: 1. Infrastruktura
- MJERE:
 - 1: Prometna infrastruktura
 2. Parkirališta
 3. Pročišćavanje otpadnih voda
 4. Građevinski i kućni otpad
 5. Uređenje naselja (fasade, površine)
 6. Hortikulturno rješenje
 7. Poticanje korištenja alternativnih izvora energije

• STRATEŠKI CILJ-Visoka kvaliteta života

- PRIORITET: 2. Društvene djelatnosti
- MJERE:

1. Socijalna skrb za starije i nemoćne
2. Valorizacija kulturnih i tradicionalnih vrijednosti (program turist. valorizacija)
3. Društveni život (strategija)
4. Tradicijske vrijednosti, identitet (zaštita)
5. Zdravstvene usluge (viši nivo)
6. Dodatni sadržaji za mještane i turiste
7. Sportski sadržaji i dječja igrališta

• STRATEŠKI CILJ - Visoka kvaliteta života

- PRIORITET: 3. Potpuna zaposlenost i visoki dohoci
- MJERE:
 1. Cjelogodišnje zaposlenje
 2. Cjeloživotno učenje
 3. Poticanje obrazovanja

• STRATEŠKI CILJ - Razvoj gospodarstva

- PRIORITET: 1. Razvoj turizma
- MJERE:
 1. Konceptija razvoja i funkcioniranje turizma (marketing pristup i upravljanje)
 2. Prepoznatljiva turistička destinacija
 3. Turističke manifestacije i atrakcije
 4. Program ugostiteljske ponude (autohtona)
 5. Produženje turističke sezone
 6. Destinacija kvalitete (4 zvjezdice)

• STRATEŠKI CILJ - Razvoj gospodarstva

- PRIORITET: 2. Razvoj poljoprivrede
- MJERE:
 1. Strategija razvoja poljoprivrede
 2. Udruživanje u poljoprivredi
 3. Stimulacija razvoja gospodarskog područja
 4. Potpora poljoprivrednim proizvođačima
 5. Navodnjavanje

• STRATEŠKI CILJ - Razvoj gospodarstva

- PRIORITET: 3. Razvoj malog i srednjeg poduzetništva
- MJERE:

1. Podrška i poticanje poduzetničke inicijative
2. Poticanje razvoja zanata za mještane ali i kao turistička atrakcija
3. Savjetodavno tijelo (neki vid)
4. Poticanje edukacije (edukacija i sufinanciranje)

• STRATEŠKI CILJ - Visoki standard razvoja

- PRIORITET: 1. Održivi i uravnotežen razvoj
- MJERE:
 1. Poštivanje zakonskih odredbi i prostorno planske dokumentacije
 2. Zaštita autohtonih objekata i arhitekture
 3. Zaštita krajobraza i autohtonih biljnih vrsta
 4. Program kvalitete i upravljanje kvalitetom

•STRATEŠKI CILJ - Visoki standard razvoja

- PRIORITET: 2. Prepoznatljiv lokalni identitet
- MJERE:
 1. Odnos kulture i običaja
 2. Hrana i piće
 3. Arhitektura, uređenje naselja i sl.

•STRATEŠKI CILJ - Visoki standard razvoja

- PRIORITET: 3. Dobri odnosi javni, poslovni i civilni sektor
- MJERE:
 1. Javni sektor i informiranost
 2. Razvoj (kontinuiran) partnerskih odnosa
 3. Civilna društva- poticanje razvoja i podrška

•STRATEŠKI CILJ - Visoki standard razvoja

- PRIORITET: 4. Brand
- MJERE:
 1. Program brendiranja
 2. Vizualni identitet

Razvojni projekti

- Izgradnja kanalizacijskih sustava
- Izgradnja vodoopskrbnih sustava
- Izgradnja poduzetničke zone (cesta, UPOV, plinifikacija)
- Izgradnja nerazvrstanih cesta
- Zaobilaznica II dio
- Izgradnja javne rasvjete
- Sanacija ilegalnih odlagališta otpada
- Širokopojasni internet
- Izgradnja reciklažnih dvorišta
- Uređenje društvenog doma
- Izgradnja doma za starije i nemoćne osobe
- Tržnica
- Centar za posjetitelje
- Uređenje trga
- Vatrogasni dom
- Proširenje groblja
- Knjižnica
- Programi u sportu, socijalnoj skrbi
- Izgradnja inkubatora
- Kamp i odmorište
 - Kamp
 - Odmorišta
- Uzletište
- Hotel Kolombera
- Uređenje pješačkih i biciklističkih staza
- Uređenje sportsko rekreacijske zone Pineta
 - pomoćno igralište
 - sprave za vježbanje na otvorenom
 - teniski tereni
 - evidentiranje i zaštita novih povijesnih, tradicijskih i kulturnih vrijednosti
- Poticajne mjere za korištenje OIE
- Studentski centar
- Znanstveni turizam
- Astronomsko društvo Višnjan
- Zvezdarnica Višnjan
- ZEC – Znanstveno edukativni centar
- Visoka poslovna škola Višnjan
- Općina Višnjan – općina Istarskog boškarina
- Poligon sigurne vožnje - Škola sigurne vožnje
- Manifestacije
 - Magdalenjina
 - Dječji festival
 - Astrofest
 - Maškare
 - Cukafest
 - Književne večeri
 - Pod višnjanskin dubon

4. POTICAJNE MJERE, KREDITNE LINIJE, OSTALI IZVORI FINANCIRANJA

Sagledavanje razvoja s aspekta izvora financiranja razvojnih projekata Općine pretpostavlja identifikaciju izvora, opsega, načina te uvjeta osiguranja potrebnih financijskih sredstava. Uzevši u obzir nedostatak financijskih sredstava u Općini, strategija financiranja povezana je s pristupom fondovima Europske unije (uključujući i druge izvore). Cilj je korištenje dostupnih fondova Europske unije za maksimaliziranje učinaka dostupnih fondova Vlade RH i drugih multilateralnih i bilateralnih fondova. Zbog brojnih ograničenja i barijera razina investicijske aktivnosti u hrvatskom turizmu u proteklom razdoblju nije bila zadovoljavajuća. Premalo je bilo *greenfield* investicija novih ulagača, a skromne su bile i investicije postojećih poduzeća. Istodobno, iako se radi o pojavi koja se u pravilu događala izvan turističkih zona, nedovoljno kontrolirana izgradnja stvorila je percepciju o prekomjernoj betonizaciji obale. Posebno valja naglasiti da je gotovo u cijelosti izostalo ulaganje u razvoj turističke infrastrukture i novostvorenih turističkih atrakcija.

4.1. Prikaz stanja

Mogući izvori financijskih sredstava često su jedini fokus planiranja razvoja. To predstavlja opasnost, budući da će Općina morati zadržati kontrolu nad razvojnim procesom i pitanjima, te privlačiti sredstva u projekte koji će podupirati razvojnu strategiju Općine. Za sredstva postoji natjecanje isto kao i natjecanje među donatorima i financijskim organizacijama za „dobrim projektima”. Dobri projekti su prioritetni projekti koji ostvaruju razvoj u pravcu koji je utvrđen strategijom. Prema tome, strategija određuje sredstva, a ne obrnuto.

Kao mogući izvori financiranja razvojnih projekata koriste se:

1. Proračunska sredstva Općine
2. Proračunska sredstva Županije;
3. Krediti, bilo da se radi o kreditnim linijama poslovnih banaka i mogućnosti korištenja sredstava po komercijalnim uvjetima ili nekom obliku poticajnog financiranja poduzetnika, putem Hrvatske banke za obnovu i razvitak i suradnje Ministarstva gospodarstva, Županije i poslovnih banaka temeljem trostranih ugovora o suradnji;
4. Bespovratna sredstva/donacije namijenjena financiranju razvoja;
5. Zajednička ulaganja, prije svega putem direktnih stranih ulaganja ali i ulaganja u temeljni kapital Hrvatske banke za obnovu i razvitak (HBOR) te
6. Samofinanciranje, odnosno mogućnosti, prije svega gospodarskih subjekata, da vlastitim izvorima (sadržanim u neto dobiti i izdvojenim sredstvima amortizacije osnovnih sredstava) financiraju planirana ulaganja.
7. Ostali poticaji koji stimuliraju razvoj i poslovanje

Istarska županija, a tako i Općina Višnjan prepoznala je turizam kao važan element jačanja ukupnog gospodarstva na svom području koji će, u raznim svojim pojavnim oblicima, doprinijeti značajnom i trajnom povećanju blagostanja. Nositelji razvoja turizma su fizičke i pravne osobe koji u procesu realizacije investicijskih projekata trebaju imati podršku i zaštitu javnog sektora kroz određene poticajne mjere kao što su porezne i izvan porezne povlastice,

potpore za otvaranje novih radnih mjesta, potpore za usavršavanja i druge potpore materijalnog i nematerijalnog oblika.

4.2. Investicijsko okruženje

Operacionalizacija razvojnih ciljeva i nove vizije razvoja hrvatskog turizma podrazumijeva i pokretanje konkretnih razvojno-investicijskih projekata međunarodne prepoznatljivosti koji će svojim kvalitativnim značajkama biti u stanju autonomno privlačiti nove segmente turističke potražnje, podizati kvalitetu i/ili raznovrsnost destinacijske ponude, produljivati sezonu te dodatno pridonijeti unapređenju međunarodnog imidža. Uspostavljanje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja u današnjim uvjetima pretpostavlja snažan angažman nositelja javne vlasti, kako u pripremi institucionalnih i drugih uvjeta za pospešivanje konkurentne sposobnosti turizma, tako i u iniciranju velikih razvojno-investicijskih projekata. Strategijom razvoja turizma RH do 2020. pokreću se brojne mjere koje imaju za cilj stvoriti uvjete koji će osigurati dugoročno tržišno održivo poslovanje i investiranje. Uz aktivnosti vezane uz marketing i razvoj proizvoda te razvoj ljudskih potencijala i upravljanje turističkom politikom, stvaranje poticajnog poduzetničkog i investicijskog okruženja zasnovano je na uklanjanju ograničenja poduzetničke i investicijske aktivnosti, smanjenju fiskalne presije, realizaciji sustava poticaja te utvrđivanju novih pravila upravljanja.

4.3. Korištenje EU fondova

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju dionicima u javnom, privatnom i civilnom sektoru hrvatskog turizma otvaraju se velike mogućnosti za korištenje fondova Europske unije u sufinanciranju različitih razvojnih projekata. Na raspolaganju su prije svega strukturni fondovi (Europski fond za regionalni razvoj i Europski socijalni fond), Kohezijski fond te Europski poljoprivredni fond za ruralni razvoj. U tom smislu značenje Strategije razvoja turizma RH do 2020. od ključne je važnosti, budući da je strateška utemeljenost osnovno načelo za definiranje i izradu nacionalnih. Kohezijska politika jedan je od stupova zajedničkih politika EU koja odražava razmjer socioekonomskih razlika unutar EU, ali i politički značaj kohezije za projekt ujedinjene Europe. Pri tome se odrednice kohezijske politike pomiču s početnog naglaska na postizanje ujednačenog razvitka unutar EU prema jačanju globalne konkurentnosti i održivog rasta gospodarstva EU.

Nacionalni strateški referentni okvir Republike Hrvatske kao ključna područja razvoja određuje prometnu infrastrukturu, energetska infrastrukturu, infrastrukturu zaštite okoliša, poticanje konkurentnosti, poticanje ravnomjernog regionalnog razvoja, poticanje zapošljavanja i obrazovanja radne snage za potrebe na tržištu rada te jačanje učinkovitosti sustava državne uprave i pravosuđa. Operativnim programom ravnomjernog regionalnog razvoja u sferi turizma predviđeni su projekti javne i poslovne turističke infrastrukture kao pretpostavke razvoja turizma. Operativnim programom ljudskih potencijala u sklopu prioriteta podrške održivom zapošljavanju i unapređenju ljudskog kapitala aktivnosti u sferi turizma sredstva se usmjeravaju ponajprije na razvoj projekata podizanja kapaciteta obrazovnih institucija.

5. GLOBALNA DRUŠTVENO-EKONOMSKA KRETANJA

Krajem 2008. svjetska ekonomska kriza manifestirala se u Hrvatskoj, prvotno zaustavljanjem gospodarskog rasta, zatim smanjenjem proizvodnje i potrošnje te naposljetku padom BDP-a od 5,8 %.

Prvih par godina (7-8 godina) gospodarstvo u RH, pod utjecajem recesije u Svijetu i Europi, ali i vlastitih negativnosti bilježi kontinuirani pad svi parametra koji obilježavaju gospodarska kretanja. Radi se o dubokim problemima prvenstveno strukturne naravi. Trenutačno promatranje ukazuje na neke pozitivne trendove. Određeni optimizam proizlazi iz činjenice da je RH ušla u EU što bi dugoročno moglo imati pozitivnog utjecaja na društveno-ekonomska kretanja.

Kad prognoziramo kretanja turizma javljaju se određeni pozitivni trendovi i do sada (u ovim recesijskim vremenima), a prognoze su pozitivne i za ubuduće (stopa rasta, tržišna kretanja, naša konkurentnost, investicijska ulaganja).

Nedvojbeno je da se egzaktna prognoza društveno-ekonomskih kretanja nezahvalan posao, međutim smatra se da bi bilo više neodgovorno o tim kretanjima ne voditi računa, nego kod prognoze djelomično pogriješiti. Stoga smo se opredijelili za ovaj rad, prognozirati društveno-ekonomska kretanja i njihov utjecaj na ostvarenje strateških kretanja razvoja turizma.

Kroz tri moguća scenarija pokušali smo predviđati kretanja (društvena i ekonomska), te smo se na kraju opredijelili za jedan od ponuđenih scenarija.

SCENARIJ 1:

(NISKE STOPE RASTA)

- U EU – niske stope rasta (nekoliko godina), a poslije povećana;
- U RH – niske stope rasta (nekoliko god.), a poslije nešto povećana;
- Turizam će imati pozitivnu stopu rasta (3-4 % godišnje);
- U Istarskoj županiji i bližem okruženju:
 - Pretpostavka je da će turizam kontinuirano imati stopu rasta (3-4 % godišnje);
 - Pretpostavka je da će poljoprivreda, trgovina, uslužne djelatnosti, malo i srednje poduzetništvo dijeliti sudbinu globalnih kretanja (niske stope rasta);
 - Bliže okruženje županije u turizmu moglo bi imati nešto povoljnije trendove;
 - U takvom okruženju (uže i šire) moguće je planirati u prvih nekoliko godina stope rasta turizma 3-4 %,

Kao što se iz prikaza vidi, u ovom slučaju predviđamo, tijekom dužeg perioda niske stope rasta.

SCENARIJ 2:

(SREDNJA STOPA RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %,
- RH – dvije godine stopa rasta 3-4 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam, povećanje potražnje 4-5 % i kvalitativno
 - Poljoprivreda, povećanje stope rasta godišnje 2-3 %;
 - Trgovine, usluge, mali i srednji poduzetnici prate globalna kretanja, povećanje 2-3 %

U ovakvom okruženju (šire i uže) moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 4-5 % godišnje. Smatramo da bi ovo mogao biti realni scenarij, pa smo se zato za njega opredijeliti.

SCENARIJ 3:

(VISOKE STOPE RASTA)

- U EU – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U RH – prve dvije godine stopa rasta 3-4 %, a poslije 4-5 %;
- U ŽUPANIJI I BLIŽEM OKRUŽENJU
 - Turizam – povećanje stope rasta 7-9 %
 - Poljoprivreda – povećanje stope rasta 3-5 %;
 - Trgovina, usluga, malo i srednje poduzetništvo – povećanje stope rasta 3-5 %;

U takvom okruženju moguće je planirati stopu rasta u turizmu do 6-8 %.

Kao što smo istakli, naše je opredjeljenje u kreiranju strateških ciljeva za razvoj turizma, vezujemo za scenarij 2. Dapače, kod nekih postavki razvoja opredijelili smo se i za veće stope rasta, i to iz osnovnog razloga što je sadašnja razvijenost turističkog sektora na niskoj razini.

6. OBILJEŽJA POTRAŽNJE I PONUDE

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. U ovom poglavlju govorimo o obilježjima turističke destinacije, ponudom i obilježjima potražnje destinacije – Općine Višnjan.

6.1. Obilježja turističke ponude destinacije

Turistička ponuda predstavlja količinu roba i usluga koje se nude turistima na određenom turističkom tržištu, u određeno vrijeme i po određenoj cijeni.

Osim pokretačkih čimbenika u Općini Višnjan koji djeluju na dolazak turista u turističku destinaciju, za turističko gospodarstvo posebno su značajni čimbenici ponude. U čimbenike ponude ubrajaju se: prirodne karakteristike nekog turističkog mjesta, bogatstvo povijesnog i kulturnog naslijeđa, prometna infrastruktura, raspoloživi objekti za smještaj i prehranu turista, objekti za zabavu, rekreaciju i sport i drugi sadržaji zanimljivi turistima. Na temelju vlastite procjene atraktivnosti, zanimljivosti i podobnosti svakog od navedenih čimbenika, potencijalni se turist opredjeljuje za konkretnu zemlju i mjesto provođenja godišnjeg odmora. Destinacije danas nastoje razviti brojne turističke proizvode kako bi se prilagodile sve izbirljivijem turističkom tržištu. Proizvodi će, između ostaloga, biti uspješniji što više imaju komponenti posebitosti i što se više oslanjaju na specifičnosti destinacije. Upravo će ih ta komponenta izdvojiti od mnoštva sličnih proizvoda koje potrošači mogu jednostavno zamijeniti jedne s drugima. Proizvodi koji se razvijaju moraju biti u funkciji željenog pozicioniranja destinacije kao i u skladu s očekivanjima gostiju.

Da bi Općina Višnjan postala privlačna destinacija potrebno je uvesti promjene na području poboljšanja i proširenja turističke ponude. Proizvodi se trebaju mijenjati u svom sadržaju i dizajnu u različita godišnja doba. Odmorišni proizvod koji se nudi ljeti u druga godišnja doba treba se nadopuniti i mijenjati različitim sadržajima rekreacije i razgledavanja. Promjene koje se dešavaju u prirodi u tim godišnjim dobima (berba maslina, berba grožđa itd.) trebale bi se održavati i u sadržajima boravka u destinaciji. Samim time Općina bi u svoj proizvod uvela mnoge turistima privlačne resurse okoline (poznata izletišta u centralnom dijelu Istre, seljačka gospodarstva, kulturna ponuda i drugo).

Atraktivnost destinacije značajno utječe na privlačenje ljudi u samu destinaciju. Ljudi željni odmora, zabave, raznovidne rekreacije, doživljaja i sl. dolaze u destinacije koje ih ponudom najviše privlače. U atraktivne se čimbenike ubrajaju: klima, reljef, hidrografski elementi (more, rijeke, jezera), šarolikost biljnog i životinjskog svijeta itd. U atraktivne čimbenike destinacije, osim navedenih prirodnih atraktivnosti, ubrajaju se i društvene atraktivnosti. U te atraktivnosti ubrajaju se: kulturna i povijesna baština, različite društvene manifestacije, folklor i sl. Ovi sadržaji upotpunjavaju samostalno, ali češće u kombinaciji s prirodnim atrakcijama, ukupnu privlačnost neke destinacije.

6.1.1. Opis elemenata stanja postojeće ponude – integralni pristup

A/ Lokacija

- Općina je dobro zemljopisno pozicionirana
- Dobar pristup (cestovni, zračni, morski)

B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, jer će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti.
- Kako bi turistička ponuda mogla svojom kvalitetom odgovoriti na izazove razvoja turističkih djelatnosti, potrebno je mlađe stanovništvo animirati, stipendirati, usmjeravati jer trenutno ovaj prostor nema dovoljan broj školovanih turističko-ugostiteljskih i drugih profesionalnih kadrova za domenu turizma.

C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije.
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj ekološkog turizma i mamac su za nove potrošače.
- Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci su relativno dobro uređeni, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih bi trebali biti bolje označeni.
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.

E/ Komunalna infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)
- Prometna i turistička signalizacija nije dobro riješena

G/ Društvene djelatnosti

- Destinacija ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene infrastrukture koju treba više i brže razvijati

- Za kvalitetniji razvoj turizma treba stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, sporta i zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz turističku ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, gastro-enološke ponude, itd.
- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište).
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju s kojim treba biti u korelaciji
- Ukoliko postoji neka gospodarska djelatnost koja nije u skladu sa turističkim razvojem mora se pronaći adekvatna rješenja

I/ Razvojno planska dokumentacija

- Razvojno planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma
- Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje za zahtjevima tržišta

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu s Master planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Istarske županije
- Veću pažnju posvetiti korištenju sredstava EU

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju

L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije

6.1.2 Prikaz ponude (jedan dio)

Manifestacije

Tijekom ljetnog razdoblja u Općini Višnjan se organiziraju razne zabavne manifestacije, koje privlače veliki broj posjetilaca,

- Maškare se tradicionalno organiziraju svake godine u Općini Višnjan
- Dječji festival
- Astrofest Dugogodišnje aktivnosti Astronomskog društva Višnjan i Zvezdarnice Višnjan u promicanju nebeskih pojava, te međunarodnih smotri ljubitelja neba (koje već imaju i tradiciju – Messierov Maraton, AstroFest) kao i posljednje znanstvene radove istraživanja prapovijesnih astronomskih opservatorija, Turistička zajednica Općine Višnjan prepoznala je kao visokovrijedne aktivnosti koje treba dovesti do visokog stupnja prepoznatljivost
- 1. svibnja – praznik se rada u ovom težačkom kraju uvijek slavio i redovito su organizirana druženja uz pjesmu, fažol i vino.
- Višnjanske litnje večeri – primarni je cilj projekta, održavanjem raznih koncerata revitalizacija starogradske jezgre Višnjana, koja je godinama bila zanemarivana iako svojim sadržajima i pozicijom neosporno zaslužuje posebno mjesto u društvenom životu Višnjana i predstavlja kulturno-povijesni dragulj ovoga područja.
- Pučka fešta Mandalenjina
- Dani kruha
- Cuka fest

Tablica 10. Struktura smještaja u Općini Višnjan

		2017	2016		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Objekt Podvrsta objekta	Broj kreveta	Broj kreveta Usporedba	Broj kreveta Indeks	Broj dodatnih kreveta	Broj dodatnih kreveta Usporedba	Broj dodatnih kreveta Indeks	Broj obveznika	Broj obveznika Usporedba	Broj obveznika Indeks
TZ Općine - Višnjan	Apartman	307	268	114,55	9	7	128,57	49	45	108,89
TZ Općine - Višnjan	Izvorna stara obiteljska	35	31	112,90	0	0	0,00	10	9	111,11

	kuća (vikendica)									
TZ Općine - Višnjan	Kuća stanovnika općine	39	39	100,00	0	0	0,00	13	13	100,00
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor	680	549	123,86	10	2	500,00	80	62	129,03
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor (vikendica)	49	41	119,51	2	0	0,00	13	11	118,18
TZ Općine - Višnjan	Objekti u domaćinst vu	97	97	100,00	0	0	0,00	14	14	100,00
TZ Općine - Višnjan	Soba za iznajmljiva nje	24	24	100,00	0	0	0,00	3	3	100,00
TZ Općine - Višnjan	Stan stanovnika općine	1	1	100,00	0	0	0,00	1	1	100,00
Ukupno		1152	1050		21	9		183	158	

Izvor: TZ Istarske županije 2018.

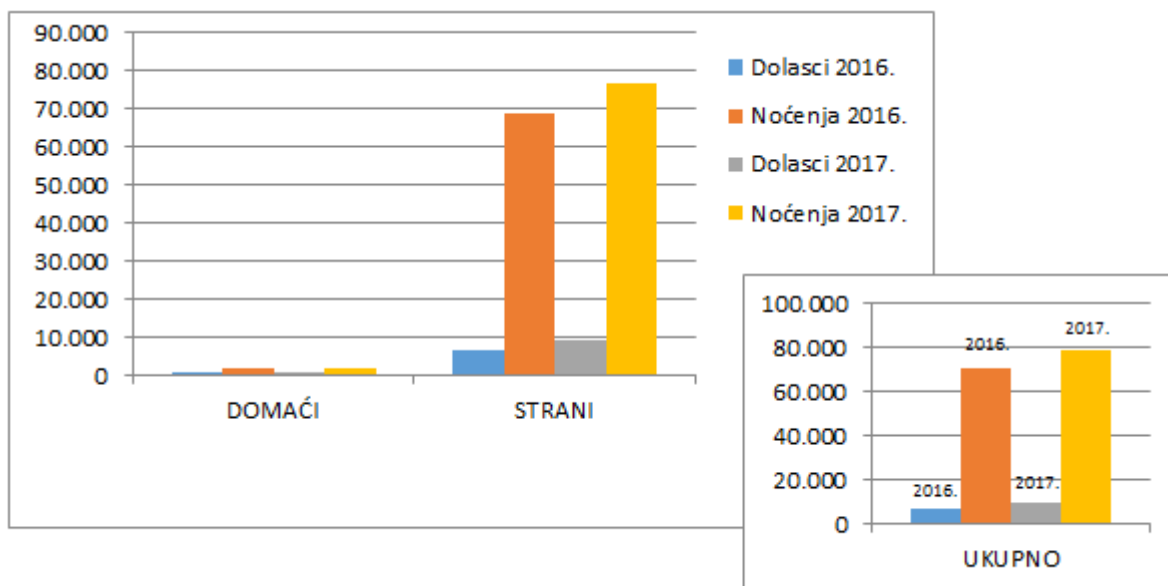
Iz gornje tablice vidljivo je da se broj kreveta najviše povećao u kućama za odmor (23 %), te vikendicama (19 %), i apartmanima (14 %), a isto stanje je i u broju obveznika.

Tablica 11. Broj noćenja i dolazaka u Općini Višnjan 2017. i 2016. god.

		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Turist država prebivališta Domaći/strani	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
TZ Općine - Višnjan	Domaći	1.683	2.101	80,10	353	324	108,95
TZ Općine - Višnjan	Strani	76.890	68.825	111,72	9.259	6.681	138,59
Ukupno		78.573	70.926	110,78	9.612	7.005	137,22

Izvor: TZ Istarske županije 2018.

Gornja tablica nam pokazuje da je 2017 god. u odnosu na 2016 god. broj noćenja porastao za 10 %, a broj dolazaka za 37 %.



Izvor: Obrada autora 2018.

GASTRO PONUDA

Istarska gastronomija vjeran je odraz svih povijesnih, zemljopisnih i klimatskih značajki ovoga prostora. Burna istarska prošlost ostavila je nemalog traga i na gastronomiju. Ispreplele su se razne tradicije u pučku kuhinju kojoj je osnova u prirodi (samoniklo bilje, aromatični začini, sezonsko povrće, plodovi mora...), a uneseni su i utjecaji franačke i njemačke feudalne vlasti, romanskih jela te kuhinje koja je od VII. st. pristizala sa slavenskim stanovništvom. U Općini Višnjan postoje restoranti i konobe koje nude autohtona Istarska jela na bazi, tjestenina, poznatih sireva i proizvoda od mlijeka, kao i autohtona vrhunska vina.

IZLETI

Istra je savršen spoj morskih i kontinentalnih prirodnih ljepota čiji je obilazak omiljena aktivnost turista. Dobar geografski položaj Općine omogućava posjet poznatim kulturološkim mjestima smještenim na zapadnoj i istočnoj obali Istre (Vodnjanska crkva sa zbirkom relikvija i mumificiranim ostacima svetaca, Pula, Otočje Brijuni, Rovinj, Limski kanal, Poreč,) kao i posjeti mjestima u unutrašnjosti Istre koju s pravom zovu „Istarskom Toskanom“ (Motovun, Oprtalj, Pazin, Završje, Buzet, Labin). Osim te kulturološke ponude, Istra nudi i planinarenja na svojim obroncima Ćićarije i Učke, razgled preko 30 dostupnih slapova. Izleti brodom, iz obližnjih mjesta (Poreč, Vrsar, Rovinj) predstavljaju poseban doživljaj s gledišta drugačije perspektive doživljavanja krajolika. Individualnim se gostima pruža mogućnost posjeta i razgleda Postojnske jame, kobilarne Lipica, Škocjanske jame, posjet Trstu, Veneciji itd.

6.2. Obilježja potražnje

Turistička potražnja predstavlja određenu količinu roba i usluga koju su turisti u određenom vremenskom periodu i pod određenim uvjetima spremni kupiti. Sezonalnost turističke potražnje karakterizira ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za turistička putovanja i boravke, a koje se svodi uglavnom na vrijeme godišnjeg odmora, dane vikenda i blagdana. Vremenska ograničenost turističke potražnje jedan je od glavnih uzroka sezonalnosti u turizmu. Potražnja za uslugama u turizmu vremenski je neravnomjerno raspoređena. Problem nastaje kod koncentriranog kretanja turista i odvijanja turističkog prometa u točno utvrđenim vremenskim intervalima koji se iz godine u godinu događaju na približno isti način i u približno istim vremenskim razmacima, pa tako govorimo o ljetnoj i zimskoj sezoni. Neke destinacije imaju vršnu sezonu u trajanju od samo nekoliko tjedana, dok u drugim destinacijama vršna sezona traje i nekoliko mjeseci. Sezonalnost turističke potražnje odražava se na iskorištenost kapaciteta turističke ponude, ali i na zaposlenost. Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste. Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom, kulturnom i spomeničkom baštinom postaje veoma uočljiv.

Tome pogoduju promjene koje se aktivno odvijaju u turizmu, i to:

- prelazak iz masovnog turizma u individualni;
- veća su očekivanja posjetitelja temeljena na iskustvu i znanju;
- jaki dokazi koji potkrepljuju zanimanje za održive vrijednosti u ruralnim sredinama (tradicionalno su izraženi: mir, lijep i očuvan okoliš i originalan karakter mjesta);

6.2.1. Obilježja turističke potražnje u destinaciji

Iako kvantitativni trendovi ukazuju na stabilan rast, ono što se mijenja tijekom posljednja dva desetljeća je struktura putovanja. Promjena trendova na globalnom turističkom tržištu uzrokovana je prvenstveno evolucijom svijesti turističkih potrošača koja je rezultirala pojavom novih vrijednosnih stavova, odnosno promjenom odnosa turista, kako prema sebi samima, tako i prema svijetu koji ih okružuje. Nove turiste, s jedne strane, karakterizira želja za aktivnim sudjelovanjem u životu destinacije. Oni od turističkog putovanja ne očekuju samo odmor, zabavu i rekreaciju nego i stjecanje novih spoznaja, proširivanje horizonata, te duhovni rast i razvoj. S druge strane, novi turisti također pokazuju povećanu razinu brige za zaštitu okoliša i često, iz principijelnih razloga, ne žele putovati u destinacije koje degradiraju svoj okoliš dok su, istodobno, spremni platiti veću cijenu za boravak u onim destinacijama koje percipiraju kao ekološki osviještene. Trendovi potražnje za turizmom posebnih interesa, osobito sve izraženiji interes za kulturni turizam, gastro-enološku ponudu, rekreacijsku ponudu i ostale ponude, kombinirani sa sve većim brojem turista koji preferiraju upoznavati turistički neotkrivena odredišta, stavljaju turistički razvoj Općine u relativno povoljan položaj.

Osnovni motiv dolaska, odmor i relaksacija na moru, upućuje na masovnost turizma. Ostali motivi, kao kulturne znamenitosti i sportske aktivnosti, su neiskorišteni potencijal, te ih valja na primjeren način razvijati i promovirati. Stupanj zadovoljstva pojedinim elementima

ponude jedno je od temeljnih obilježja boravka turista u destinaciji. Motivacija turista pojavljuje se kada oni nastoje zadovoljiti svoje potrebe, a ključna je prilikom planiranja marketinških i ostalih strateških aktivnosti. Svi koji su uključeni u proces planiranja i razvoja turističke ponude moraju znati što potiče ljude na dolazak u neku destinaciju.

6.3. Obilježje turističke potražnje destinacije Općine Višnjan

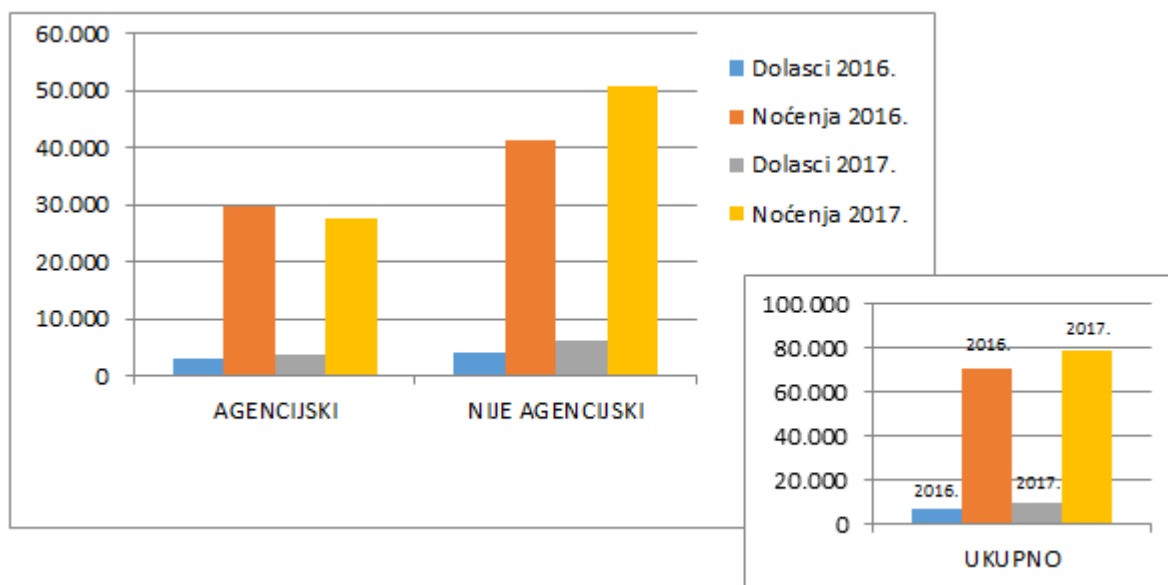
Turistička potražnja određena je količina roba i usluga koju su turisti spremni kupiti u određenom vremenu i pod određenim uvjetima; ukupan broj osoba koje sudjeluju u turističkim kretanjima ili žele uključiti se u turistička kretanja kako bi se koristile različitim turističkim uslugama u mjestima izvan svoje uobičajene sredine u kojoj žive i/ili rade. U teoriji turizma razlikujemo idealnu, potencijalnu, realnu i efektivnu turističku potražnju, ali treba naglasiti da postoje i apsolutni ne potrošači ili apstinenti od turističkih putovanja. Turističku potražnju karakteriziraju: dislociranost od turističke ponude, heterogenost (kompleksnost), elastičnost (primarna i sekundarna), dinamičnost i sezonski karakter.

Tablica 12. Broj dolazaka i noćenja u Općini Višnjan – agencijski i individualni dolasci 2017/2016

		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Turist Agencijski	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
TZ općine - Višnjan	Agencijski	27.680	29.637	93,40	3.640	3.065	118,76
TZ Općine - Višnjan	Nije agencijski	50.893	41.289	123,26	5.972	3.940	151,57
Ukupno		78.573	70.926	110,78	9.612	7.005	137,22

Izvor: TZ Istarske županije 2018.

Iz gornje tablice, noćenja i dolasci, agencijskih i individualnih gostiju, broj noćenja agencijskih gostiju je bio veći u 2016. godini za cca. 7 % u odnosu na 2017. god., no broj ne agencijskih noćenja je bio veći u 2017. god., u odnosu na 2016. god. za 10 %. Broj dolazaka je u 2017. god. bio veći za 18 % (agencijski) te 51 % neagencijski u odnosu na 2016. god.



Izvor: obrada autora 2018.

Tablica 13. Broj dolazaka i noćenja po strukturu smještaja u Općini Višnjan 2017/2016

		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Objekt Podvrsta objekta	Broj noćenja	Broj noćenja Usporedba	Broj noćenja Indeks	Broj dolazaka	Broj dolazaka Usporedba	Broj dolazaka Indeks
TZ Općine - Višnjan	Apartman	21.600	15.854	136,24	3.186	2.294	138,88
TZ Općine - Višnjan	Izborna stara obiteljska kuća (vikendica)	683	482	141,70	27	30	90,00
TZ Općine - Višnjan	Kuća stanovnika općine/grada	1.005	1.265	79,45	76	39	194,87
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor	45.978	38.095	120,69	5.387	3.765	143,08
TZ Općine - Višnjan	Kuća za odmor (vikendica)	518	470	110,21	38	32	118,75
TZ Općine - Višnjan	Objekti u domaćinstvu	7.581	12.914	58,70	759	697	108,90
TZ Općine - Višnjan	Soba za iznajmljivanje	1.103	1.223	90,19	133	142	93,66
TZ Općine - Višnjan	Stan stanovnika općine/grada	105	623	16,85	6	6	100,00
Ukupno		78.573	70.926	110,78	9.612	7.005	137,22

Izvor: TZ Istarske županije 2018.

Iz gornje tablice broj dolazaka i noćenja po strukturi smještaja u Općini Višnjan, vidljivo je da najviše noćenja ostvareno u izvorna stara obiteljska kuća (vikendica) 41 %, slijede apartmani s povećanjem od 36 %, kuće za odmor 20 %, te kuće za odmor (vikendice) 10 % u odnosu na 2016. godinu. Ukupan broj noćenja 78.573 u 2017. godini je za 10 % veći u odnosu na 2016.

god. kada je ostvareno 70.926 noćenja, dok su dolasci 9.612 u 2017. god., prema 7.005 dolazaka u 2016. god., veći za 37 %.

Tablica 14. Broj dolazaka po zemljama u Općini Višnjan 2017/2016

		2017	2016		2017	2016	
Turistička zajednica Naziv	Turist država prebivališt a DZS naziv	Broj noćenj a	Broj noćenja Usporedb a	Broj noćenj a Indeks	Broj dolazak a	Broj dolazaka Usporedb a	Broj dolazak a Indeks
TZ Općine - Višnjan	Njemačka	41.600	30.077	138,31	4.252	2.830	150,25
TZ Općine - Višnjan	Austrija	7.934	9.054	87,63	1.197	767	156,06
TZ Općine - Višnjan	Ujedinjena Kraljevina	4.600	6.261	73,47	587	506	116,01
TZ Općine - Višnjan	Belgija	2.957	3.323	88,99	347	342	101,46
TZ Općine - Višnjan	Nizozemska	2.840	3.322	85,49	380	438	86,76
TZ Općine - Višnjan	Italija	1.771	2.570	68,91	384	364	105,49
TZ Općine - Višnjan	Hrvatska	1.683	2.101	80,10	353	324	108,95
TZ Općine - Višnjan	Srbija	1.604	1.269	126,40	115	35	328,57
TZ Općine - Višnjan	Danska	1.369	756	181,08	173	86	201,16
TZ Općine - Višnjan	Švicarska	1.315	1.857	70,81	158	107	147,66
TZ Općine - Višnjan	Švedska	1.294	1.078	120,04	129	94	137,23
TZ Općine - Višnjan	Poljska	1.162	1.628	71,38	138	131	105,34

TZ Istarske županije 2018.

Iz gornje tabele najviše noćenja ostvarili su gosti iz Njemačke, no u postotku, najveće povećanje imali su gosti iz Danske, Njemačke, Srbije, Švedske. Najveći broj dolaska bilježe gosti iz njemačke, no u postotku, najveći broj povećanja dolazaka bilježe gosti iz Srbije, slijede gosti iz Danske, Austrije, Njemačke, Švicarske itd. Jedino gosti iz Nizozemske bilježe pad dolazaka. Analizirajući ostvaren broj noćenja, usprkos povećanju broja dolazaka, možemo konstatirati da je boravak u odredištu bio kraći.

6.4. SWOT analiza

Postojeće stanje resursa i djelatnosti na području Općine Višnjan može se za ovu priliku sagledati pomoću SWOT analize koja je provedena na temelju prethodne analize resursa. SWOT analiza je dakle kritički osvrt na postojeću situaciju destinacije, a predstavlja i prvi korak pri definiranju postojeće i poželjne pozicije na tržištu.

SNAGE

- Povoljan geostrateški položaj (Europa)
- Postojanje mreže strukovnih institucija za obrazovanje kadrova u turizmu
- Očuvana priroda i nezagađen okoliš (održivi razvoj)
- Vrijedna kulturno-povijesna baština
- Djelomično izgrađena infrastruktura (distribucija električne energije, voda, djelomično gospodarenje otpadom, djelomično riješena odvodnja i pročišćavanje, telekomunikacijski sustav)
- Mreža zdravstvenih institucija (šire ih promatrajući)
- Donekle razvijena ugostiteljsko-turistička djelatnost
- Razvoj visokokvalitetnih poljoprivrednih proizvoda (vino, maslinovo ulje, sir)
- Planska dokumentacija (razvojno plansko opredjeljenje)
- Postojanje tradicijskih manifestacija
- Radišno stanovništvo, usvojena znanja i iskustva

SLABOSTI

- Nedovoljan broj stručnih kadrova za turizam (nema programa koji bi sustavno tretirao ovaj problem)
- Nedovoljno valorizirana kultura povijesne baštine
- Nedovoljno kvalitetan sustav rješenja infrastrukture (promet, gospodarenje otpadom, odvodnja, vodovod)
- Nerazvijena mreža zdravstvenih usluga na području Općine
- Nedovoljno razvijen uslužni sektor (trgovine, servisi, itd.). Potreban je integralni pristup razvoju
- Neusklađenost planske dokumentacije
- Nerazvijen sustav poticaja turizmu
- Nedovoljno (kvalitetna, kvantitativna struktura) ugostiteljsko-turistički sektor
- Loše riješeno urbano uređenje (nema plana organizacije)
- Nije riješen sustav suradnje (Općina, Turistička zajednica, gospodarstvo, ostali dionici)
- Nema plana (sustav organizacije) novih proizvoda, poboljšanje postojećih selektivnih vidova turizma
- Nema izgrađen sustav integralnog razvoja
- Nedovoljno razvijen komunalni sustav
- Neuravnotežen razvoj cijelog područja Općine
- Nedovoljno korištenje poljoprivrednog zemljišta (veza proizvodi za turizam)
- Sezonalni karakter poslovanja u turizmu (naglašeno)
- Nelegalno izgrađeni objekti

MOGUĆNOSTI

- Plan osiguranja stručnih kadrova (dugoročno)
- Bolja valorizacija prirodnih resursa u turističkoj ponudi
- Puno veća i bolja valorizacija kulturno povijesne baštine
- Usklađenje ukupnog razvoja – integralni pristup
- Razvoj infrastrukture
- Sanacija ilegalnih odlagališta otpada
- Program zdravstvenih usluga na području Općine
- Razvoj komunalnog sustava
- Usklađeni razvoj gospodarstva (turizam, poljoprivreda, uslužna djelatnost)
- Produženje turističke sezone (restrukturiranje i repozicioniranje)
- Usklađenje planske dokumentacije
- Realizacija Strategije razvoja turizma Općine Višnjan
- Program uređenja prostora Općine (turistički pristup)
- Postaviti princip organizacije i suradnje vezano na razvoj turizma (integralni pristup)
- Produženje turističke sezone

PRIJETNJE

- Zastoj u razvoju infrastrukture
- Nepovoljna društveno-ekonomska kretanja (RH), niska stopa rasta (utjecaj na razvoj Općina, standard stanovništva, negativni refleks na zaposlene u turizmu)
- Nedostatna radna snaga za ugostiteljsko-turistički sektor
- Devastacija kulturno-povijesne baštine

7. TRŽIŠNI ELEMENTI

U ovom poglavlju dajemo pregled tržišne pozicije turizma, tržišna kretanja, neusklađenost ponude i potražnje kao i mišljenja vezana u poboljšanje gore navedenih poglavlja.

7.1. Tržišna pozicija turizma na prostoru destinacije

Turizam je iznimno složen gospodarski sustav sastavljen od niza fragmenata strukturno različitih gospodarskih grana i djelatnosti u svim sektorima nacionalnog gospodarstva. Turizam se definira kao visoko sofisticiran integralni sustav u okvir nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. Na mnoga suštinska pitanja razvoja turizma odgovor ne leži u okviru samo jedne gospodarske grane, sektora gospodarstva, institucije, politike ili zakona, već traži mnogo složeniji pristup zbog visokog stupnja fragmentiranosti, disperziranosti i kompleksnosti turizma.

Turistička potrošnja predstavlja osnovu svih ekonomskih učinaka turizma jer bez njene realizacije ne bi bilo moguće postići niti jedan ekonomski učinak koji bi proizašao iz razvoja turizma. Turistička potrošnja je ukupna potrošnja roba i usluga koje turist kupuje ili konzumira da bi zadovoljio prvenstveno svoje turističke potrebe, bez obzira na to da li se akt potrošnje dogodio u mjestu stalnog boravka turista, tijekom putovanja ili u turističkoj destinaciji. Nužno je razlikovati domaću i inozemnu turističku potrošnju zbog razlika u ekonomskim učincima koji iz njih proizlaze, ali i zbog razlika u analitičkom (metodološkom) pristupu:

- Domaćom turističkom potrošnjom vrši se preraspodjela stečenog dohotka u okviru nacionalnog prostora koji „migrira“ iz jedne prostorno-administrativne cjeline (npr. županije ili grada) u drugu što ne utječe znatno na BDP zemlje.
- Inozemnom turističkom potrošnjom vrši se prelijevanje dohotka iz turistički emitivne u turistički receptivnu zemlju, na temelju koje se postižu znatni ekonomski učinci, naročito u smislu povećanja BDP-a zemlje
- Inozemna turistička potrošnja predstavlja dio osobnog dohotka pojedinaca stečen izvan granica promatranog gospodarstva, čija agregatna vrijednost čini proširenu potrošnju u zemlji privremenog boravka.

•Ekonomski učinci turizma su promjene koje nastaju u strukturi gospodarstva turistički emitivnih, tranzitornih i turistički receptivnih područja kao posljedica turističkih kretanja i turističke potrošnje, a u konačnici i turističkog razvoja.

•Ekonomске učinke turizma nije moguće izolirano promatrati, jer su u neraskidivoj međuovisnosti s ostalim učincima koji se postižu razvojem turizma: društvenim, kulturološkim, ekološkim (prostornim) i ostalim učincima

7.1.1. Tržišna kretanja i trendovi

Turizam je jedan od najvažnijih pokretača razvoja gospodarstva u svijetu, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Ova Strategija određuje značenje novih trendova u hrvatskom turizmu i razvoja po načelima održivosti. Novi trendovi moraju na temelju intelektualnog kapitala i informacija pretvoriti prirodne preduvjete u konkurentne prednosti temeljene na inovacijama radi multipliciranja profita. „Zeleni hoteli“, „Difuzni hoteli“, kao dobri primjeri novih trendova u turizmu predstavljaju priliku kvalitativnog preoblikovanja hrvatske smještajne ponude radi očuvanja okoliša, privlačenja zahtjevnijih turista, produženja turističke sezone i turističke valorizacije cjelokupnog prostora RH. Imajući u vidu da prilagodba novim trendovima u turizmu „budućnosti“ neće biti nimalo laka s obzirom na sve veću dinamiku promjena, u ovom se poglavlju navode neki od suvremenih i vjerojatnih budućih trendova:

- gospodarski aspekti,
- ekološki aspekti,
- promjene na tržištu ponude,
- promjene na tržištu potražnje,
- ciljni segmenti i pozicioniranje.

Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je potkraj 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek potresa gospodarska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Mijenja se sastav turističke populacije u kojoj raste udio starijih osoba.

Gospodarska perspektiva za tradicionalno industrijske zemlje danas uključuje znatno usporeni rast i stagnirajući raspoloživi dohodak po stanovniku. Nedvojbeno je da će na globalnoj razini konkurencija novih destinacija i novih objekata koji se razvijaju i dalje rasti. Turističko tržište pruža priliku hrvatskoj turističko-ugostiteljskoj ponudi ostvarenje konkurentnosti temeljenoj na inovativnim proizvodima i afirmaciji lokalnih vrijednosti u funkciji diversificiranja od univerzalne globalne ponude. Posljedica sve veće svijesti o tome da ljudski rod i prirodni okoliš dijele zajedničku sudbinu, promoviranje je očuvanja prirodnih bogatstava na mnogim razinama. Pitanje odnosa turizma i zaštite prirode postavlja se danas često u proturječnom značenju, no ipak priroda i njezine ljepote spadaju u red osnovnih turističkih vrednota.

Sve veća ekološka svijest javnosti očituje se u tendenciji izbjegavanja onih destinacija koja su već prešla razinu tolerancije, ne samo prema mišljenju stručnjaka, već i s gledišta potrošača. Stanovnici turističkih područja sve više usvajaju realne strategije za zadržavanje svoje neovisnosti i zaštitu svojeg okoliša. Ekološki održiva strategija primarna je pretpostavka uspjeha čak i najboljih hotela, restorana i drugih turističko-ugostiteljskih objekata. Održivost u sebi sadrži načelo trajnog opstanka prirodnog resursa, dok razvoj označava koncepciju u

sklopu društvene znanosti koja se odnosi na poredak ljudskih resursa. Ako se analiziraju oba pojma zajedno, održivi razvoj se može definirati kao odnos između dinamičkih gospodarskih sustava koje osmišljava čovjek i većih dinamičkih ekoloških sustava koji se sporo mijenjaju i koji moraju biti u ekološkoj ravnoteži. Ako se analizira definiciju da je održivi razvoj „razvoj koji će zadovoljiti potrebe sadašnjeg naraštaja, a da se pritom ne dovedu u pitanje potrebe budućih naraštaja”, može se uočiti tri važna elementa u koncepciji održivog razvoja:

- koncept razvoja – u sebi uključuje kulturološki, društveni i gospodarski opseg razvoja,
- koncept potreba – pri čemu termine „osnovnih” potreba i „kvaliteta” života je potrebno preispitati i točno definirati,
- koncept budućih naraštaja – povezuje buduće generacije s današnjim razvojem uz pretpostavku razvijene ekološke i moralne svijesti današnjeg stanovništva.

Potrebno je, dakle, pomno paziti da se aktivnostima ne ugroze prirodni resursi pa je stoga danas, prijeko potrebno napraviti zaokret u eksploataciji resursa te je potrebno posvetiti veću pažnju učinkovitosti u raspodjeli resursa i preraspodjeli bogatstva.

Trendovi u turizmu:

- Novi motivi (aktivnost i boravak u prirodi, doživljaji, rekreacija, zdravlje)
- Sve veća očekivanja od cijele destinacije
- Promjena u potrebama (manje slobodnog vremena, više puta godišnje putovanja, veći zahtjevi)
- Potražnja za očuvanim ekološkim prostorima (dobro održavani)
- Osobna sigurnost (sveukupna)
- Potražnja za manjim objektima (više individualnosti)
- Potražnja za složenim proizvodom (odmor u tišini, zabava, kupanje, rekreacija)
- Povećanje potražnje za ponudom koja održava elemente održivog razvoja
- Povećanje putovanja turista treće dobi
- Održavanost, opremljenost, urednost destinacije je sve značajniji element potražnje

7.1.2. Neusklađenost ponude i potražnje

Uslijed zasićenosti turista tradicionalnim kupališnim oblikom turizma, devedesetih godina 20. stoljeća dolazi do razvoja različitih selektivnih oblika turističke ponude, a naglasak se stavlja na autentičnost, ekologiju i privlačnost kraja. Turistima manje razvijena i ruralna područja postaju sve zanimljiva za provođenje slobodnog vremena. Broj turista koji traže mir, prirodu, slobodu i lijepe doživljaje svakim danom raste.

Razvoj turizma na očuvanim područjima s bogatom i raznovrsnom florom i faunom postaje veoma zanimljiv. Razmatrajući sve relevantne čimbenike koji utječu na kvalitetu turističke ponude, a nisu u skladu sa potražnjom (manjim ili većim dijelom), dolazimo do sljedećih ocjena

A/ Lokacija i površina 1.Prostornost – geografska komponenta 2.Pristup destinaciji	Uglavnom su zadovoljavajući.
B/ Ljudski resursi 1.Zaposlenost 2.Obrazovna struktura	Problem kadrova , a posebno obrazovna struktura je izražen (stanje nije zadovoljavajuće) što bi u razvoju mogao biti faktor ograničenja.
C/ Prirodni resursi Flora Fauna Poljoprivredno i šumsko zemljište	Nije u svim elementima korištenja i održavanja u skladu sa turističkim standardima. Inače, ove resurse treba daleko intenzivnije koristiti u turističkoj ponudi
D/ Kulturno – povijesna baština Arheološki lokaliteti Povijesne civilne građevine Povijesne sakralne građevine Povijesno gradsko naselje Povijesno seosko naselje Tradicijska graditeljstvo Tradicijska odjeća i obuća Tradicijska prehrana Tradicijski običaji Smotra folklora Edukacijske radionice za izradu originalnih suvenira Likovne izložbe Poticanje tradicijskih zanata Muzeji	Ovi resursi nisu planski održavani i razvijani u turističke svrhe što je veliki hendikep. Ovaj segment zahtjeva interdisciplinarni i planski pristup. Svaki od navedenih elemenata zahtjeva posebnu obradu.
E/ Komunalna infrastruktura Odvodnja otpadnih voda Sustav javne kanalizacije Energetska infrastruktura Pošta i telekomunikacije Groblja	Razvijena infrastruktura je preduvjet razvoja turizma. budući na svim područjima i sadržajima stanje nije zadovoljavajuće to može biti ograničavajući faktor razvoja.
F/ Prometna infrastruktura Cestovna infrastruktura Parkirališne zone Turistička signalizacija Signalizacija uz prometnice Javni prijevoz	Djelomično je riješena, međutim za ozbiljan turistički razvoj nije dovoljno dobra
G/ Društvene djelatnosti Obrazovanje Kultura Tehnička kulture Šport Socijalna skrb Karitativne organizacije Udruge Zdravstvo	Ovo područje donekle udovoljava za potrebe stanovništva, međutim kada se promatra u odnosu na mogući razvoj turizma to nije dovoljno dobro.

H/ Gospodarstvo Trgovine, servisi, mali proizvodni obrti i druge uslužne djelatnosti Industrijske djelatnosti Poslovna zona Ugostiteljstvo i turizam Poljoprivreda i šumarstvo Poslovna namjena – komunalno-servisna	S obzirom na integralni pristup razvoja turističke destinacije ovom se području mora prići daleko organiziranije i planski. Svaki dio je problem za sebe i traži posebnu obradu.
I/ Razvojno-planska dokumentacija Republika Hrvatska Istarska županija Općina	Dio planske dokumentacije još uvijek nije usklađen međusobno, a također sa potrebama i željama razvoja.
J/ Poticajne mjere Poticaji turističkoj djelatnosti Kreditna sredstva Sredstva EU fondova Ostali poticaji	Za ozbiljan turistički razvoj mora biti razrađen i usklađen sustav poticaja. Sadašnje stanje nije zadovoljavajuće.

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda Hoteli Apartmani Kuće za odmor Sobe za iznajmljivanje Gastronomska ponuda Poljoprivredni proizvodi u turističkoj ponudi Suveniri i stari zanati Zabava Lov Biciklizam Pješaćenje Konjički sport Sportska ponuda Zdravstveni turizam Tranzitni turizam Izletnički turizam Kulturni turizam Manifestacije Plasman poljoprivrednih proizvoda Izleti	Svaki element ovog područja zahtjeva posebnu razradu, ocjenu i program poboljšanja. Generalno je moguće podvući činjenicu da u suštini i kvalitativno skoro niti jedan element nije u skladu sa turističkom potražnjom.
L/ Urbano uređenje Javne površine Održavanje naselja (zgrada i okućnica)	Nije u skladu sa turističkom potražnjom i standardima u turizmu.
M/ Suradnja Lokalna zajednica Turistička zajednica Gospodarstvo Lokalne institucije	Suradnja svih dionika u turističkoj destinaciji mora biti daleko bolja

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja Turistička edukacija stanovništva Promocija novog koncepta razvoja	Višnjan kao suvremena destinacija traži bolji i organiziraniji pristup
--	--

Izvor: Obrada autora, 2018.

Prema tome dolazak turista u destinaciju u velikoj je mjeri određen razinom ukupne atraktivnosti destinacijskog proizvoda. Uz naslijeđene resurse i turističku infrastrukturu i suprastrukturu, na atraktivnost destinacijskog turističkog proizvoda izravno utječe i sustav upravljanja turizmom u destinaciji, a koji se odnosi na povezivanje različitih interesnih skupina (razvojnih dionika) u destinaciji i njihovo sudjelovanje u upravljanju. Privređivanje u turizmu podrazumijeva izgradnju tzv. turističkog lanca vrijednosti na destinacijskoj razini. U njemu, svojim neposrednim aktivnostima, mora sudjelovati velik broj sudionika privatnog (smještajni objekti, objekti hrane i pića, različiti uslužni servisi, institucije financijskog posredovanja, turistički posrednici, trgovine i sl.) i javnog sektora (javni prijevoz, komunalna infrastruktura, čistoća i uredenost mjesta, sigurnost, turističke informacije, kulturne institucije i sl.).

Cjelovit (dubok i širok) turistički lanac vrijednosti omogućava međusobno kombiniranje, variranje, grupiranje i/ili doziranje različitih pojedinačnih (uslužnih) proizvoda različitih proizvođača (ponuđača), s ciljem i na način koji će udovoljavati različitim (posve individualiziranim) osobnim preferencijama potencijalnih korisnika. Promjene na strani potražnje, naime, dovode do potrebe uključivanja sve većeg broja različitih ponuđača u stvaranje destinacijskog lanca vrijednosti, a oni mogu imati različite stavove, a koji puta i konfliktne vizije i ciljeve destinacijskog turističkog razvoja. U takvim je složenim uvjetima upravljanje razvojem turizma u većini turističkih destinacija bitno otežano, zbog nepostojanja svojevrsnog lidera koji bi takav razvoj usmjeravao i koordinirao.

8. RAZVOJNE MOGUĆNOSTI

Razvoj turizma ovisi o ekonomskim i društvenim kretanjima u nacionalnim i međunarodnim okvirima. Stoga njegov razvoj treba biti usklađen s dugoročnom nacionalnom politikom, politikama srodnih područja i sektora, ali i politikama Europske unije. Novi trendovi u turističkoj potražnji i ponudi pokazuju da su nužne promjene prema kvalitetnom turizmu. Tržišni položaj Općine Višnjan moguće je poboljšati samo ako se ponuda i način njezina izlaska na tržište prilagode suvremenim zbivanjima na međunarodnom turističkom tržištu. Do punog izražaja moraju doći inovacije u turističkoj ponudi, novi programi i novi turistički sadržaji jer će oni između ostaloga biti odlučujući činitelji za putovanje u neko turističko odredište.

8.1. Razvojne mogućnosti

Analiza postojećeg stanja turizma Općine Višnjan ukazuje na čitav niz karakteristika, a za ovu priliku ističemo:

- Postojeća turistička ponuda sa svim svojim nedostacima, te poticajima, organiziranjem (upravljanjem destinacijom), marketingom itd., ne omogućava ozbiljniji razvoj turizma i njegov doprinos ukupnom razvoju.
- Nedvojbeno je da postoje značajni resursi, čine se određeni naponi, ulažu se određena sredstva, poticaji i želje za razvojem itd., što otvara značajne mogućnosti razvoju turizma.
- Također treba naglasiti da potražnja, a posebno trendovi u turizmu, daju priliku razvoju turizma na području Općine Višnjan.
- Prema tome, može se zaključiti da su, bez obzira na dosta loše postojeće stanje turizma Općine, mogućnosti razvoja velike

Vizija mogućeg razvoja

Vizija turističke destinacije predstavlja funkcionalnu i inspirativnu sliku turizma u destinaciji u određenom duljem vremenskom razdoblju (npr. za deset godina). Vizija je slika budućnosti kakva se želi. U tom kontekstu, vizija predstavlja ne samo osnovno polazište, već i najkritičniju komponentu turističke politike, s obzirom da se postavlja kao vodilja turističkog razvoja i, kasnije, turističkog upravljanja destinacijom.

Vizija treba ponuditi odgovor na sljedeće pitanje: kakva ćemo destinacija biti, odnosno vizija je polazište za turističko pozicioniranje destinacije i odgovore na pitanja:

- kakav imidž želimo graditi,
- kakve goste/turiste želimo privući,
- kakve proizvode možemo ponuditi,
- kakve sadržaje ponude (glavne i sporedne) valja izgraditi/ponuditi (u smislu izgradnje cjelovitog lanca vrijednosti),
- kakve sadržaje i podršku valja osigurati (od obrazovanja do infrastrukture)
- kako će se koncipirati novi imidž destinacije.

8.2. Mogući pravci razvoja

Privatni smještaj (sobe, apartmani, kuće) je danas je dominantan turistički proizvod Općine, a to će ostati i u budućnosti pod uvjetom da se njegova konkurentska pozicija na tržištu kontinuirano unapređuje kroz sadržajno obogaćivanje i povećanje kvalitete smještajne i uslužne ponude, odnosno produbljivanje destinacijskog lanca vrijednosti. S druge strane, današnja dominantna pozicija proizvoda sunca i mora istodobno je i osnovni razlog izrazite sezonalnosti turističke potražnje i koncentracije turističkog prometa na uski priobalni pojas. Budući da oslanjanje na proizvod „sunce i more“ dugoročno neće pridonijeti znatnijem unapređenju konkurentske pozicije kao turističke destinacije, a time ni povećanju turističke potrošnje niti boljem korištenju razvojnih potencijala.

Općina se u razdoblju do 2025. godine mora pojačano okrenuti razvoju turističkih proizvoda koji će omogućiti ne samo veće korištenje raspoloživih kapaciteta izvan ljetnih mjeseci, nego i aktiviranje svih turističkih potencijala Općine. Polazeći od globalnih trendova na turističkom tržištu i kvalitete resursno atrakcijske osnove, odnosno razvojnih potencijala pojedinih proizvoda, za razvoj turizma do 2025. godine, posebno su važne sljedeće grupe proizvoda: zdravstveni turizam, kulturni turizam, poslovni turizam, cikloturizam (*biking*), eno i gastroturizam, ruralni turizam te pustolovni i sportski turizam. Uz te grupe proizvoda, Općina svoju priliku vidi i u razvoju nekoliko specifičnih grupa proizvoda, pri čemu ponajviše ekoturizma.

Za razvoj pojedinih proizvoda od izuzetne je važnosti osigurati suvremenu i inovativnu komunikaciju s tržištem, što se prije svega odnosi na bitan iskorak u e-marketingu, odnosno unapređenje *online* informacijsko-prodajnih portala ponuđača usluga i destinacija (npr. kontinuirani rad na sadržaju, usmjerenje prema ciljnim potrošačkim segmentima, doživljajan prikaz ponude, optimizacija portala prema tražilicama), intenziviranje mogućnosti online kupnje i/ili rezervacije usluga (npr. smještaja, izleta, karata za događanja) na destinacijskim portalima .

U sljedećem prikazu nalaze se pet varijanti, odnosno mogući pravci razvoja turizma na području Općine Višnjan u periodu od slijedećih osam godina.

Tablica 15. Varijante razvoja – mogući scenarij

OPIS	1. VARIJANTA	2. VARIJANTA	3. VARIJANTA	4. VARIJANTA	5. VARIJANTA
Smještaj	Zatečeno stanje	Prostorni plan	Rast 200 postelja/ god.	Rast 300 postelja / god.	Rast 800 postelja godišnje
Ugostiteljska ponuda	Stihija	Planski	Poboljšanja autohtona	Povećana autohtona	Povećana i autohtona
Turistička ponuda	Loša	Nije planirana	Poboljšana	Povećana poboljšana	Povećana i autohtona
Novi proizvodi (usluge)	Spori razvoj	Nije planiran	Djelomično	Značajno povećani	Značajno povećani
Okruženje	Spori razvoj	Nije detaljno planirano	Usmjeren razvoj	Usklađeno	Usklađeno
Struktura gostiju	Stihija	Nije tretirana	Poboljšana	Planska	Planska
Popunjenost kapaciteta (dana)	65 dana	70 dana	Povećana 80 dana	90 dana	100 dana
Postelje	1.295	2.200	2.900	3.700	4.500
Noćenja	84.175	154.000	232.000	333.000	450.000

Izvor: Obrada autora, 2018.

Prva varijanta

Prva varijanta predstavlja zatečeno stanje u kojem ugostiteljsku ponudu čine već postojeći objekti, bez značajnijeg povećanja broja novih objekata. Turistička ponuda bi se zasnivala na postojećim smještajnim kapacitetima, već postojećoj ponudi izleta, kulture i sporta bez dodatnih poboljšanja, dakle ponuda bi se razvijala sistemom inercije. Prema navedenom modelu ne bi se razvijali novi proizvodi. Prateće bi se društvene i gospodarske djelatnosti sporo razvijale. Struktura gostiju ne bi se bitno mijenjala, a popunjenost kapaciteta iznosila bi tek 65 dana, bez povećanja smještajnih kapaciteta odnosno novih postelja. Broj noćenja u prvom modelu bio bi približno 84.175 .

Druga varijanta

Druga varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 130 postelja godišnje. Ugostiteljska ponuda se ne bi značajnije mijenjala. Turistička bi se ponuda lagano razvijala u skladu sa zahtjevima tržišta. U destinaciji bi došlo do gradnje novih smještajnih kapaciteta,. Društvene i gospodarske djelatnosti doživjele bi usporeni razvoj prateći pri tom razvoj turističke ponude. Struktura gostiju ostala bi ista, uz manje promjene uslijed provedbe

segmentacije i odabira najzanimljivijih tržišta. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 70 dana, a ostvarilo bi se 154.000 noćenja u 2025. godini.

Treća varijanta

Treća varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 200 postelja godišnje, uz ponudu autohtonih specijaliteta u ugostiteljstvu. Ugostiteljski bi objekti bili potaknuti na uvrštavanje tradicionalnih jela u ponudu. S obzirom na nove tendencije u turizmu, gdje se izrazito cijeni autentičnost i potreba doživljaja sredine u koju turisti dolaze, autohtonost u ponudi bila bi izrazito naglašena. Otvorili bi se tako novi objekti prehrane koji bi ponudu bazirali prvenstveno na autohtonim jelima (pršut, kobasice, lokalna tjestenina, tartufi, riblja ponuda i sl.). Postojeće bi se ugostiteljske objekte nastojalo potaknuti na promjenu u ponudi, a to bi se činilo i organiziranjem tradicionalnih manifestacija posvećenih lokalnoj gastronomiji (pučke fešte, prikazi nekadašnjeg života i sl.). Turistička ponuda bila bi zasnovana na različitim novim proizvodima u skladu s tendencijama tržišta i obilježjima destinacije. Posebice bi se razvijao izletnički turizam, prirodi blizak turizam, agroturizam, gastroturizam, sportsko rekreativni i drugi oblici turizma. Postojeća bi ponuda bila dodatno osuvremenjena i nadopunjena novim sadržajima, a rasla bi i ukupna kvaliteta ponude. Okruženje bi se razvijalo dinamično, dakle društvene i gospodarske djelatnosti pratile bi razvoj turizma. Na taj način turizam bi ostvarivao multiplikativnu ulogu koja se od njega i očekuje. Ciljana bi se tržišta polako mijenjala sukladno potražnji. Popunjenost kapaciteta iznosila bi 80 dana godišnje, uz rast postelja od 1.600. Po trećem bi se modelu broj noćenja u 2025. godini popeo na 232.000.

Četvrta varijanta

Četvrta varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 300 postelja godišnje. Ugostiteljska bi ponuda bila usmjerena na kombiniranje više modela, i to upravo modela iz varijante 1, 2 i 3, dakle, uz već postojeću ponudu, razvijala bi se ponuda ugostiteljskih objekata europske kuhinje, visoko specijaliziranih objekata, te objekata s naglašenom ponudom autohtonih specijaliteta. Na takav bi se način zadovoljio veoma širok krug potrošača – turista. Turistička bi se ponuda razvijala u najvećem mogućem opsegu. Tijekom prvih godina došlo bi do sveukupnog razvoja čitave ponude, a tijekom kasnijih godina opadao bi intenzitet investiranja i došlo bi do oplemenjivanja destinacije novim proizvodima. Uz sveukupni razvoj, posebice bi se pažnja posvetila kvaliteti i raznolikosti ponude, atraktivnosti sadržaja te ispunjavanju očekivanja turista. Novi proizvodi, koji bi se po četvrtoj varijanti razvijali u destinaciji, kombinirali bi se s postojećom ponudom. Okruženje u kojem bi se turizam razvijao bilo bi usklađeno s razvojem turizma, dakle, društvene i gospodarske djelatnosti paralelno bi se razvijale s turizmom te bi se međusobno u razvoju nadopunjavale. Četvrti model razvoja predviđa ozbiljniju promjenu strukture gostiju, no ta bi se promjena događala postupno, s razvojem destinacije i kreiranjem novih proizvoda. Posebice bi se razvijala ona tržišta koja bi omogućavala ostvarenje veće potrošnje, što je u skladu s strategijom kvalitativnog razvoja destinacije. Popunjenost smještajnih kapaciteta u ovom modelu iznosila bi 90 dana u godini te bi se tako, uz porast broja novih postelja od 2.400 ostvarilo približno 333.000 noćenja.

Peta varijanta

Peta varijanta pretpostavlja rast smještajnih kapaciteta od 800 postelja godišnje. Turistička bi se ponuda razvijala u najvećem mogućem opsegu. Tijekom prvih godina došlo bi do sveukupnog razvoja čitave ponude, a tijekom kasnijih godina opadao bi intenzitet investiranja

i došlo bi do oplemenjivanja destinacije novim proizvodima. Uz sveukupni razvoj, posebice bi se pažnja posvetila kvaliteti i raznolikosti ponude, atraktivnosti sadržaja te ispunjavanju očekivanja turista. Popunjenost smještajnih kapaciteta u ovom modelu iznosila bi 100 dana u godini te bi se tako, uz porast broja novih postelja od 4.500 , ostvarilo približno 450.000 noćenja.

8.3. Očekivani efekti

Na temelju podataka iz prethodnog poglavlja o mogućim pravcima razvoja turizma na području Općine Višnjan razrađeni su očekivani efekti koji proizlaze iz četvrte varijante, a prikazani su u donjoj tablici kroz strategiju rasta i razvoja do 2025. godine.

Tablica 16. Očekivani efekti

R.B		2016 POSTELJE/ STOLICE/POSTELJE		2025 POSTELJE/ STOLICE/POSTELJE	
		Broj	Učešće	Broj	Učešće
1.	Hoteli			300	6.5
2.	Turistička naselja			300	6.5
3.	Kampovi			1.500	3.4
4.	Privatni smještaj	1.095	85	1.800	40
5.	Agroturizam	80	6	300	6.5
6.	Kuća za odmor	120	9	300	6.5
7.	Ostalo				
8.	Ukupno	1.295	100	4.500	100
9.	Gastronomska ponuda	350		1.500	
10.	Turistička ponuda	Loša		Razvijena	
11.	Novi proizvodi	Loše		Realizirani	
12.	Prateće okruženje	Srednje		Dobro	

Trenutno stanje ponude smještajnih kapaciteta iznosi 4.783 postelja, od čega 500 ponude čine hoteli, od čega 800 ponude imaju turistička naselja (kampovi i apartmani) privatni smještaj s učešćem od 40 %. Planirani porast od 7.717 postelja do 2025. godine raspoređen je tako da hoteli imaju udio od 12 % ponude, turistička naselja 12 % ponude, kampovi 30,4 % privatni

smještaj 27,2 % ponude. Iz gornje je tablice vidljivo da je postojeća ponuda obogaćena novim smještajnim kapacitetima

Ugostiteljska ponuda je s trenutnih 1.500 stolica planirana na 5.000 stolica do 2025. godine, što predstavlja rast od 3.500 stolica.

Planirano je u narednih sedam godina razviti i ponuditi nove proizvode. Ukupno okruženje trenutno nije usklađeno s razvojem turizmom te ga do 2025. godine treba uskladiti, što znači da se društvene i gospodarske djelatnosti paralelno razvijaju s turizmom te se međusobno u razvoju nadopunjuju.

Opredjeljenje za varijantu

Četvrta je varijanta, s obzirom na karakteristike, najprihvatljivija za Općinu Višnjan kao destinaciju na kojoj će se razvijati vrlo naglašeno turizam. Navedenom bi se varijantom ostvarili najveći prihodi po postelji, čime bi se znatno povećala i zaposlenost te bi u tom slučaju multiplikativni efekti na okruženje bili najviši.

Prihodi od turizma na području Općine iskazani su u donjoj tablici u eurima.

Tablica 17. Planirani prihodi od turizma

Opis	2016.	2016. Prihod (eura)	2025.	2025. Prihod (eura)
Noćenja	84.175	3.367.000	450.000	31.500.00
Ugostiteljska ponuda (stolice)	350	350.000	1.500	1.500.000
Turistička ponuda (posjete, izleti)	500	50.000	2.000	200.000
Novi proizvodi (posjete)	100	10.000	500	500.000
Ukupni prihodi		3.777.000		33.250.000

Izvor: Obrada autora, 2018.

Iz tablice je vidljivo da su prikazane samo dvije godine – 2016. godina kao početno stanje i 2025. godina kao ciljna godina u kojoj bi trebalo ostvariti planske ciljeve. Zatim, u opisu su navedene pojedine vrste ponude koja je iskazana u apsolutnom iznosu i financijskom iznosu.

Tako procjena za 2016. godinu iznosi 84.175 noćenja s prihodom od 3.367.000 eura, a plan za 2025. godinu predviđa 450.000 noćenja s prihodom od 33.250.000 eura. Nadalje, ugostiteljska ponuda sa sadašnjih 3500 stolica i prihodom od 1.500.000 eura penje se na 1.500 stolica s prihodom od 1.500.000 eura. Turistička ponuda koja se sastoji od posjeta i izleta procijenjena je na 500 turista s prihodom od 50.000 eura za 2016. godinu, a planirani broj je 500 turista s prihodom od 50.000 eura u 2025. godini. Razvoj novih proizvoda planiran je za narednih sedam godina, te bi na temelju tih proizvoda bilo moguće ostvariti ukupno 500 posjeta s prihodom od 50.000 eura.

Ukupni prihodi od turizma na području Općine procijenjeni su za 2016. godinu na razini od 3.777.000 eura, dok očekivani ukupni prihodi za 2025. godinu iznose 33.250.000 eura.

RADNA VERZIJA

9. RAZVOJNA STRATEGIJA I CILJEVI

Svaka turistička destinacija koja ima ozbiljnije ambicije na turističkom tržištu mora komunicirati bazični sustav iskustava kojeg je u stanju pružiti potencijalnim korisnicima, bilo da je riječ o krajnjim potrošačima (turistima i/ili posjetiteljima), ili je riječ o turističkim posrednicima (putničkim agencijama i turoperatorima). Sukladno tome, Općina Višnjan kao turistička destinacija može dugoročno uspjeti tek ako iza samog geografsko-političkog pojma stoji sustav dobro osmišljenih turističkih iskustava i/ili doživljaja upakiranih u profesionalno oblikovane turističke proizvode. U ovom poglavlju govorimo o viziji Općine – odabrane varijante, o odabranom modelu razvoja, najznačajnijim ciljevima razvoja, te dajemo strategiju rasta i razvoja, kao i prognozu ulaganja u infrastrukturu.

9.1. Vizija – odabrana varijanta

Proces „destinacijskog vizioniranja“ u kojem sudjeluju različite interesne skupine u destinaciji vrlo je težak. Postizanje rezultata, odnosno zajedničko donošenje razvojne vizije turističke destinacije koju lokalna zajednica razumije i prihvaća, u koju vjeruje i koja ju inspirira, još je puno teže. Za brojne turističke destinacije u Hrvatskoj ovo su novi procesi. Dodatno, pod pritiskom gorućih egzistencijalnih problema (npr. generiranje novih radnih mjesta, povećanje životnog standarda, rješavanje komunalne infrastrukture i sl.) diskusije o „turističkoj viziji“ i proces njezina donošenja mogu se činiti nevažnima. Razgovori na ovu temu nerijetko su izloženi riziku nezainteresiranosti od strane donosioca odluka, odnosno postaju forumi za iznošenje raznih pritužbi..

Polazeći od značajki turizma na području Općine, provedenih istraživanja i posebice, rezultata tematskih prezentacija i radionica o viziji turističke destinacije, temeljne vrijednosti lokalne zajednice na kojima se bazira turistička vizija ovog područja u nastupajućem razdoblju do 2025. godine, na bazi četvrte varijante, moguće je sažeti na sljedeći način:

- ◆ Prepoznatljiva destinacija (autohtono – RURALNI TURIZAM – turizam na ruralnom prostoru)
- ◆ Usklađeni razvoj poljoprivrede i turizma (proizvodi i usluge)
- ◆ Destinacija dinamičnog turističkog razvoja (smještaj, ostala ponuda, poljoprivredni proizvodi)
- ◆ Cjelogodišnje poslovanje
- ◆ Ponuda raznolikih sadržaja i događaja prilagođenim ciljanim skupinama (ljubitelji prirode, aktivni odmor, rekreativci, gurmani, vikendaši, lovci, biciklisti, umjetnici)
- ◆ Cijela Općina će „disati“ turistički po uzoru na razvijene ruralne regije Italije, Francuske i Slovenije
- ◆ Održivi i uravnotežen razvoj
- ◆ Odgovorno društveno ponašanje (ljudi, prostor)
- ◆ Struktura smještajnih kapaciteta (hoteli, naselja, ruralni kamp, smještaj na seoskim domaćinstvima)
- ◆ Sportski centar (polivalentan)
- ◆ Kampus „Tićan“
- ◆ Tematski parkovi
- ◆ Sačuvati autohtona, seoska obilježja (arhitektura, poljoprivreda, životinje)

Vizija Općine Višnjan kao turističke destinacije nužno je, dakle, odraz temeljnih vrijednosti lokalne zajednice: potrebe za prepoznatljivošću destinacije, za dinamičnim turističkim razvojem i produženja sezone, ponudom raznolikih sadržaja i događaja, te odgovornim društvenim ponašanjem. Ove vrijednosti već oblikuju i oblikovat će buduću turističku aktivnost u Općini, u smislu da će se priklanjati takvim oblicima turizma koji će omogućiti generiranje koristi za široki sloj domaćih ljudi, koji će koristiti prostorne, prirodne i kulturne resurse poštujući principe održivosti te koji će valorizirati tradicijsko i povijesno naslijeđe potičući integraciju ovog područja u širi europski kontekst. Viziju turističkog razvoja destinacije moguće je ostvariti ukoliko se poštuju osnovna načela razvoja i ukoliko se postave konkretni ciljevi tog razvoja. Vizija Općine polazi od primarne potrebe podizanja kvalitete života lokalne zajednice, očuvanje tradicije i naslijeđenih kulturno-povijesnih vrijednost te potrebu oblikovanja proizvoda koji će posjetiteljima pružiti ugodan i inspirativan doživljaj.

9.2. Odabrani model razvoja

Na temelju prethodnog poglavlja („Razvojne mogućnosti“) u kojem su navedene i opisane različite varijante razvoja turizma na prostoru Općine, u nastavku se navodi odabrani model.

Model razvoja turizma na području Općine podrazumijeva sljedeće aktivnosti koje proizlaze iz četvrte varijante:

- Smještajni kapaciteti – godišnji rast od 800 smještajnih jedinica,
- Ugostiteljska ponuda – specijalizacija i autohtonost,
- Turistička ponuda – intenziviran razvoj (jako naglašena),
- Novi proizvodi – intenzivan razvoj,
- Okruženje – usklađeni razvoj (to znači intenzivan),
- Struktura gostiju ciljanog tržišta (marketing),
- Popunjenost kapaciteta 100 dana godišnje.

Odabrani model razvoja turizma na području Općine ima sljedeće karakteristike:

- Rast popunjenosti kapaciteta od 15 % godišnje (cilj je ostvarenje godišnjeg popunjavanja kapaciteta 100 dana),
- Rast osobne potrošnje 8-10 % godišnje,
- Rast turističkog prometa 15 % godišnje,
- Zaposlenost (izravna i neizravna) na godišnjoj razini 50-100 novih radnih mjesta,
- Naglašena uloga turizma u razvoju ruralnog prostora, posebno poljoprivrede

9.3. Najznačajniji ciljevi razvoja

Polazeći od identificiranih strateških prednosti i nedostataka turističkog sektora Općine te postavljene vizije Općine kao turističke destinacije, potrebno je specificirati ključne ciljeve kojima se osigurava okvir za razvoj i za kontinuirano povećanje konkurentne sposobnosti turističkog sektora Općine te njezinih pojedinih dijelova.

Najznačajniji su ciljevi pri razvoju turizma na prostoru Općine:

- Dinamičan, kvalitetan i organiziran razvoj turizma na cijelom prostoru Općine (razvojno opredjeljenje),
- Turizam u funkciji razvoja cijelog prostora (sinergijski efekti),
- Poboljšanje standarda života (individualnog i društvenog),
- Formiranje turističke ponude na osnovama održivog razvoja i ekologije,
- Usklađeni razvoj turizma s poljoprivrednim i ostalim djelatnostima te ukupnim društvenim razvojem,
- Turistički će proizvod biti formiran na bazi autohtonosti i tradicije područja,
- Definiranje razvojnog programa i ponude,
- Poboljšanje postojeće ponude, kreiranje nove ponude,
- Sustavno podizanje znanja (globalno) i pojedinačno (djelatnici).

U donjoj tablici prikazani su prioriteti u razvoju turizma (strategija rasta i razvoja) na prostoru Općine.

Tablica 18. Strategija rasta i razvoja (u eurima)

Ponuda	Ukupna vrijednost ulaganja	Ulaganja u nove proizvode	Ulaganja u poboljšanje ponude
Hoteli	30.000.000	30.000.000	
Privatni smještaj	73.100.000	72.000.000	1.100.000
Turističko naselje	17.000.000	12.000.000	
Kamp	15.000.000	15.000.000	
Ostalo	10.500.000	10.000.000	500.000
Ukupno smještaj	140.600.000	139.000.000	1.600.000
Ugostiteljska ponuda (stolice)	23.500.000	22.500.000	1.000.000
Turistička ponuda	2.500.000	2.000.000	500.000
Novi proizvodi	10.500.000	10.000.000	500.000
Okruženje prateće	11.000.000	10.000.000	1.000.000
Ukupno	47.500.000	44.500.000	3.000.000

Izvor: Obrada autora, 2018.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2025. godine iznosi 47.500.000 eura, uz napomenu da je ulaganje u novu ponudu na razini 44.500.000 eura. Budući da je planirani prihod od turizma potrebno ostvariti do 2025. godine, uz već spomenute prioritete u prethodnoj tablici, u sljedećoj su tablici navedena ulaganja u turističku i komunalnu infrastrukturu.

Tablica 19. Prognoza ulaganja u infrastrukturu (komunalna i turistička)

Sadržaji	Vrijednost u (000 €)	Javni sektor	Privatni sektor
Prometnice			
Parking			
Otpadne vode			
Krupni otpad			
Vodovod			
Rasvjeta			
Zdravstvene usluge			
Obrazovne institucije			
Turističke zajednice			
Komunalne usluge			
Signalizacija			
Zajedničke manifestacije			

Izvor: Obrada autora, 2018.

Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom djelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga je u gornjoj tablici osmišljen sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike. Vidljivo je da se veći dio projekata treba financirati zajednički od strane javnog i privatnog sektora, dok se manji dio projekata treba financirati samo od strane javnog sektora kao što su prometnice te zdravstvene usluge i obrazovne institucije.

Ukupno planirano ulaganje u turističko-ugostiteljske sadržaje do 2025. godine iznosieura, uz napomenu da je ulaganje u novu ponudu na razini eura. Struktura ulaganja u novu ponudu koja do sada nije postojala odnosi se prvenstveno na nove proizvode eura, zatim ugostiteljsku ponudu sa eura, na turističku ponudu sa eura .

Budući da je planirani prihod od turizma potrebno ostvariti do 2025. godine, uz već spomenute prioritete u prethodnoj tablici. U tablici 29. navedena su ulaganja u turističku i komunalnu infrastrukturu.

10. POBOLJŠANJE PONUDE I NOVI PROIZVODI (integralni pristup)

S obzirom na ocjenu turističke ponude koja ne udovoljava potražnji, potrebno je mijenjati postojeću, a isto tako treba intenzivno, sustavno i organizirano razvijati novu ponudu jer na taj način Općina Višnjan može nastati prepoznatljiva turistička destinacija. Da bi proizvod u konačnici bio uspješan i da bi gosti bili zadovoljni svojim posjetom i boravkom različiti gospodarski subjekti, poduzetnici, javna poduzeća, stanovništvo i drugi dionici svojim djelovanjem utječu na njega. Stoga stvaranje konkurentnih i zanimljivih proizvoda s jedne strane počiva na resursima destinacija a s druge strane na spremnosti i aktivnosti svih dionika u destinaciji da taj proizvod stvaraju, čine kvalitetnim i plasiraju na tržištu.

10.1. Poboljšanje postojećeg stanja

Sve čimbenike koji čine ili utječu na sadašnju turističku ponudu koja, smatra se, nije zadovoljavajuća, treba mijenjati tako da se stanje značajno poboljša. Da bi u tome bili uspješni potrebna je prije svega dobra suradnja i koordinacija kao i razumijevanje složenosti i slojevitosti turističkog proizvoda. Turistička zajednica može inicirati i poticati razvoj proizvoda, turističke agencije će ga nuditi na tržištu ali razumijevanje i prihvaćanje turizma kao razvojne opcije treba biti dio cjelokupne zajednice u Općini.

A/ Lokacija i površina

Bez obzira na relativno zadovoljavajuće stanje, potrebno je o ovim elementu stalno voditi računa i organizirano ga održavati i mijenjati.

B/ Ljudski resursi

- Ljudskim se resursima treba davati sve veće značenje, je će oni u budućnosti biti odlučujuća konkurentna snaga u turističkoj djelatnosti
S obzirom na stanje neophodno je planski prići rješavanju nezadovoljavajućeg stanja.

C/ Prirodni resursi

- Raznolikost prirodnih resursa kao i geografski položaj danas su veliki potencijal za razvoj turizma destinacije.
- Bogatstvo flore i faune, ekološki čista destinacija, plodno su tlo za razvoj turizma i mamac su za nove potrošače.
- Održivi razvoj mora biti stalno nit vodilja razvoja.

D/ Kulturna i povijesna baština

- Veliki dio resursa kulturno-povijesne baštine danas su neiskorišteni u pravoj mjeri ili ih se uopće ne prezentira u turističkoj ponudi. Površine na kojima se spomenici i arheološki ostaci nalaze neuređene su, vlasnički odnosi zemljišta na kojima su spomenici ostali su neriješeni, a putovi koji vode do njih zapušteni su.
- Izvorni ostaci (lokaliteti s povijesnom i kulturnom ostavštinom) premalo su do sada promovirani, potrebno je bolje određivanju važnosti baštine na odabranim lokalitetima u javnosti.
- Promidžba tradicijskih elemenata (nošnje, gastronomije i običaja) događa se većinom na lokalnom tržištu.

E/ Komunalna infrastruktura

- Posljednjih godina uočava se pomak u izgradnji infrastrukture i jednom dijelu modernizacije, međutim to je nedovoljno kvalitetno i dinamično, stoga treba osmisliti sustavni i organizirani pristup rješavanju ove problematike.

F/ Prometna infrastruktura

- Pristup destinaciji treba stalno poboljšavati, posebno u nekim dijelovima Općine
- Postojeća prometna infrastruktura mora biti kvalitetnije riješena s obzirom na potrebe stanovništva, a posebno turizma, pogotovo rješenje prometa u mirovanju (parkirališnih mjesta)

G/ Društvene djelatnosti

- *Destinacija* ima dobru osnovu za razvoj društvenih djelatnosti *na kojima treba surađivati sa svim dionicima društvenog života Općine*
- Postoji osnovni sustav društvenih djelatnosti kao i mreža društvene *infrastrukture koju treba bolje valorizirati*
- Za kvalitetniji razvoj turizma treba više stimulirati razvoj pojedinih segmenata, posebno obrazovanja, kulture, športa i zdravstva.

H/ Gospodarstvo

- Dosadašnji gospodarski razvoj bio je u stagnaciji ili tek s manjim pozitivnim pomacima.
- Gospodarstvo je najviše vezano uz turistička ponudu koja nije dostatno razvijena, te bi se više pažnje trebalo dati razvoju poljoprivrede, te postojećoj turističkoj ponudi destinacije
- Lokalni proizvođači ne nalaze u turističkom tržištu dovoljan poticaj za dinamičniji razvoj (malo tržište)
- Dinamičniji razvoj turizma neminovno će doprinijeti ukupnom gospodarskom razvoju.

I/ Razvojno - planska dokumentacija

Razvojno planska dokumentacija – često je ograničavajući faktor razvoja turizma. Mora postojati razumijevanje za brže promjene i usklađenje sa zahtjevima tržišta

J/ Poticajne mjere

- Postojeći sustav poticaja (ukupan) nije bio dovoljan za turističku djelatnost, a posebno ne u odnosu na razvoj. Stoga ga je potrebno značajno mijenjati. Bilo bi neophodno poticaje za poslovanje i razvoj promatrati sustavno. Naime, poticaji mogu biti različiti (financijski, porezi i davanja, oslobođenje od nekih naknada i ostalo)
- Posvetiti veću pažnju na pripremi, poticanju, provođenju i praćenju programa i mjera razvitka turizma i ugostiteljstva u skladu s Master planom razvoja turizma i Marketinškim planom turizma Istarske županije.

K/ Ugostiteljsko-turistička ponuda

- Ugostiteljska ponuda (gastronomija) nije zadovoljavajuća, jer se bazira na jednostavnijim ponudama od onih koje tradicionalno obilježavaju područje
- Kraće poslovanje ugostiteljskih objekata ne pridonosi namjeri destinacije o produženju turističke sezone
- Dosadašnji smještajni kapaciteti (apartmani, kuće za odmor i sobe za iznajmljivanje) su u mogućnosti prihvatiti i ugostiti veći broj turista, no kvaliteta ponude nije uvijek zadovoljavajuća
- Ugostiteljsko-turistička ponuda bi se trebala orijentirati na produljenje sezone
- Pomanjkanje inovativnih i kvalitetnijih sadržaja boravka gostiju.

L/ Urbano uređenje

- Odlučujuće je značajno za turistički doživljaj uređenje javnih površina i održavanje naselja. Dosad se ovom segmentu nije pridavala dovoljna važnost, što bi se u budućnosti moralo promijeniti.

M/ Suradnja

- Suradnja svih sudionika u turističkoj destinaciji neophodna je jer samo na taj način turistička destinacija formira zapravo jedinstveni turistički proizvod.
- Dobri mehanizmi komuniciranja ključni su za povezivanje različitih interesa kako bi se ostvarilo zajedničko djelovanje.

N/ Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja

- Utjecaj je lokalne zajednice velik na području osvješćivanja o turističkoj kulturi, promociji i koncepciji razvoja destinacije.

10.2. Novi proizvodi (ponuda)

Izrazita segmentacija tržišta, *nove* vrijednosti i rastuća sofisticiranost kupaca stvarat će potrebu za sve većom raznolikosti sadržaja, aktivnosti i usluga u destinaciji, širenje oblika smještajne ponude i rast *kombiniranih* odmora „sunca i mora“ s drugim turističkim proizvodima.

1.Organiziranje umjetničkih kolonija

- umjetnost, kao oblik rekreacije ili profesionalizam, zahtijeva ambijent koji će motivirati na stvaranje, a područja u okolini (ruralni dijelovi Općine) pružaju uvijete za ovakav turizam.

2. Cikloturizam – postojeće rute, staze i stazice trebalo bi urediti i izgraditi nove jer su idealan način za organiziranje bicikljada ili turističkih vožnja biciklom, npr. za obitelji.

3. Pustolovni i avanturistički sportovi

- zbog zasićenosti tržišta komercijalnim oblicima turističke ponude, sve je više trend neistraženi i pustolovni turizam i vraćanje prirodi kroz istraživački odmor.

4. Lovni turizam – predjeli bogati divljim životinjama (srne, zečevi, fazani) oduvijek su privlačili lovce iz cijeloga svijeta, a u ovim dijelovima naglašeno je obilje flore i faune što je preduvjet razvoja lovnog turizma.

5. Gastronomska ponuda

- gastronomija je, kao dio kulturološkog identiteta, oduvijek privlačila ljubitelje dobrog zalogaja i kapljice. Tradicionalna kuhinja bogat je izvor gastronomske ponude za sve sladokusce, prezentirajući prvenstveno svoje najtipičnije specijalitete.

6. ZOO PARK

- iskoristiti bogatstvo domaćih životinja na ruralnom prostoru, kao dio turističke ponude. Ne radi se o klasičnom ZOO vrtu nego bi životinjski svijet trebao da bude sa ovih prostora uže i šire.

7. Formiranje cesta za branje gljiva ,cesta sira, cesta maslinova ulja, vinska cesta, meda i sl.

- očuvana priroda, kojim područje raspolaže, specifičnost raslinja (šuma) pogoduje gljivarstvu, pa bi se i ta prednost trebala bolje valorizirati
- čista voda i zdrava ispaša domaćih životinja preduvjet su za dobivanje kvalitetnog mlijeka i mliječnih prerađevina.
- Cesta maslinova ulja i vinske ceste bolje popularizirati

8. Trekking, trčanje u prirodi

- konfiguracija terena nudi idealne uvijete za razvoj ove ponude

9. Carting pista

- brzina i opasnost privlače kako mlađe goste tako i starije, a pista za karting odličan je izbor razonode za sve one koji vole brzinu i zabavu.

10. Ljetni kampovi za dječje kolonije

- Izgradnja novih ili uređenjem postojećih objekata na atraktivnim lokacijama može se u ponudu uvrstiti sadržajni oblik edukativno-zabavnog karaktera za djecu, učenike i studente u područjima koja su vezana uz centar grada, ali se nalaze u dijelovima bogate vegetacijske raznolikosti.

11. Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda (turistička valorizacija)

- današnji trendovi u poljoprivredi i proizvodnji sve više vode ka umjetno uzgojenim proizvodima te je tako ovo područje, kao protuteža ovakvoj modificiranoj ponudi, odličan rezervat prirodne ishrane.

12. Izleti

- treba napraviti program koji će tretirati mogućnosti na području Općine, ali i izvan područja Općine

13. Merchanding – izrada manjih tipičnih suvenira

- svaki kraj ima svoje posebnosti i povijest koju na tržište možemo plasirati kroz oblikom manje ili veće suvenire koji će široj javnosti prezentirati tradicionalni duh kraja ili će ostati jedna lijepa uspomena na posjećenu destinaciju.

14. Zabava

- otvaranje novih i uređenje postojećih;
- mlađi i stariji gosti, da bi upotpunili svoj odmor, najčešće vole izvor zabave potražiti i u noćnom veselom životu, tako da su disko klubovi, kockarnice i sl. idealni punktovi gdje se svi mogu zabaviti i potrošiti novce.

15. Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica

- gastronomija kao jedan od najvažnijih čimbenika u turističkoj ponudi i promidžbi često je najbolja reklama za kulturu i tradiciju određenog kraja pa bi stoga otvaranje novih restorana trebalo biti prioritet u izgradnji novih ili uređenju postojećih ugostiteljskih objekata u tradicionalnom ruhu ili u kombinaciji starog i novog

16. Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina, uslužnih djelatnosti

- gost želi i voli potrošiti novce. Otvaranjem luksuznih butika, frizerskih salona, salona za pedikure i manikure, ponuda ne samo da se obogaćuje, već pruža osjećaj ekskluzivne i potpune usluge.

17. Otvaranje turističkih agencija

- otvaranje agencije koja će biti izvor informacija gostu preduvjet je zdravog razvoja turizma, kao i otvaranje ureda koji će svojom aktivnošću pratiti druge razvojne trendove i destinacije te na temelju iskustva pronaći idealna rješenja za razvoj vlastitog turizma. Turistička signalizacija.

18. Kulturni turizam

- kulturni turizam – etnografske zbirke, prezentacija starih obrta, prikaz običaja kraja ima značajnu ulogu u ukupnoj turističkoj ponudi stoga je potrebno vrlo ozbiljno programirati i osmišljavati ovaj vid ponude.

19. Poslovni turizam

- u ovaj vid ponude moguće je uključiti programe seminara, savjetovanja, kongresa, susrete poslovnih ljudi, manji sajmovi, razne prezentacije itd.

20. Događaji i manifestacije

- nema dileme da su događaji i manifestacije jedan od najznačajnijih elemenata ponude. IŽ nudi veliku i raznoliku ponudu događaja i manifestacija koje svakom godinom postaju sve popularnije a time povećavaju i dolazak i boravak gostiju na ovom području

21. Golf-izgradnja terena sa popratnim sadržajem

- Golf je jedan od najpopularnijih sportova u današnje vrijeme, a igrači golfa slove kao jedni od najboljih konzumenata usluga koje pruža turistička destinacija.

22. Sportski turizam

- sportski turizam predstavljaju svi oblici aktivnog ili pasivnog uključivanja u sportsku aktivnost, na individualnoj ili organiziranoj osnovi u komercijalne ili nekomercijalne svrhe, koji uslovljavaju putovanje izvan uobičajenog mjesta boravka, oblik turističkih kretanja u kojima je sport glavni motiv. Sportski turizam svrstavamo u tzv. specifične oblike turizma koji se zasnivaju na motivaciji za putovanjem, odnosno ono što je važno za njihovo razlikovanje jeste „motivacija za putovanjem i sadržaj boravka u određenoj turističkoj destinaciji.“ Tako sportski turizam definiramo kao „turizam u kojem je sport glavni motiv putovanja i boravka turista u turističkom odredištu.“

23. Ljetni kampovi za dječje kolonije

Osim svoje prirodne i kulturološke raznolikosti, Općina Višnjan je poznata po svojoj zvjezdarnici koja redovito ugošćuje djecu i odrasle razne dobi i nudi program edukacije.

11. DESTINACIJSKI MENADŽMENT I MARKETING

11.1. Destinacijski menadžment Općine

Destinacijski menadžment (u širem smislu) podrazumijeva uključivanja različitih sektora, grupa dionika i partnera – poput državnih agencija, lokalnih zajednica, poslovnih klubova i udruženja – koji zajedničkim radom, svaki iz svoje perspektive, realiziraju zajedničke ciljeve pojedine destinacije. Sveobuhvatni destinacijski menadžment podrazumijeva profesionalno planiranje, implementaciju, redovno revidiranje i ocjenjivanje provedenih aktivnosti. Destinacijski menadžment Općine Višnjan podrazumijeva uključivanje svih struktura koje formalno ili neformalno upravljaju destinacijom (lokalna uprava i samouprava, tijela turističke zajednice, hotelijeri, restorateri, turističko posredovanje, iznajmljivači, gospodarstvenici, interesne skupine i drugi) i konkretno se predlaže formiranje odbora, koordinatora, TZ-a.

Prilikom upravljanja turističkom destinacijom, od temeljne je važnosti znati uvažavati i upravljati jedinstvenim prirodnim resursima, kulturnim atributima i interesima zajednice. Stoga, jedan od ciljeva efikasnog sustava destinacijskog menadžmenta je i postizanje održivog turizma visoke razine kvalitete i konkurentnosti na međunarodnom planu, što je ostvarivo uz uvažavanje prednosti tradicionalnih i autohtonih proizvoda i djelatnosti koji egzistiraju na prostoru turističke destinacije.

Turizam mora omogućiti ostvarivanje pozitivnih efekata danas, ali i stvoriti perspektivno nasljeđe budućim generacijama (princip održivog razvoja). Efektivnost (raditi prave stvari) i efikasnost (raditi na pravi način) procesa planiranja, razvoja i marketinga određene destinacije zasniva se na istraživanjima i percipiranju potreba turista. Upravljati turizmom (i turističkom destinacijom) na nivou mjesta, regije ili šire geografske cjeline podrazumijeva usredotočenost na više čimbenika, odgovarajuću sustavnost u redoslijedu poteza, s ciljem utvrđivanja odgovarajuće menadžerske strategije i politike, koje će pridonijeti ostvarenju postavljenih ciljeva svake konkretne turističke destinacije.

Za efikasan destinacijski menadžment najvažnije je :

- partnerstvo javnog i privatnog sektora
- fleksibilnost u upravljanju
- planiranje, organiziranje, kadroviranje, vođenje i kontroling

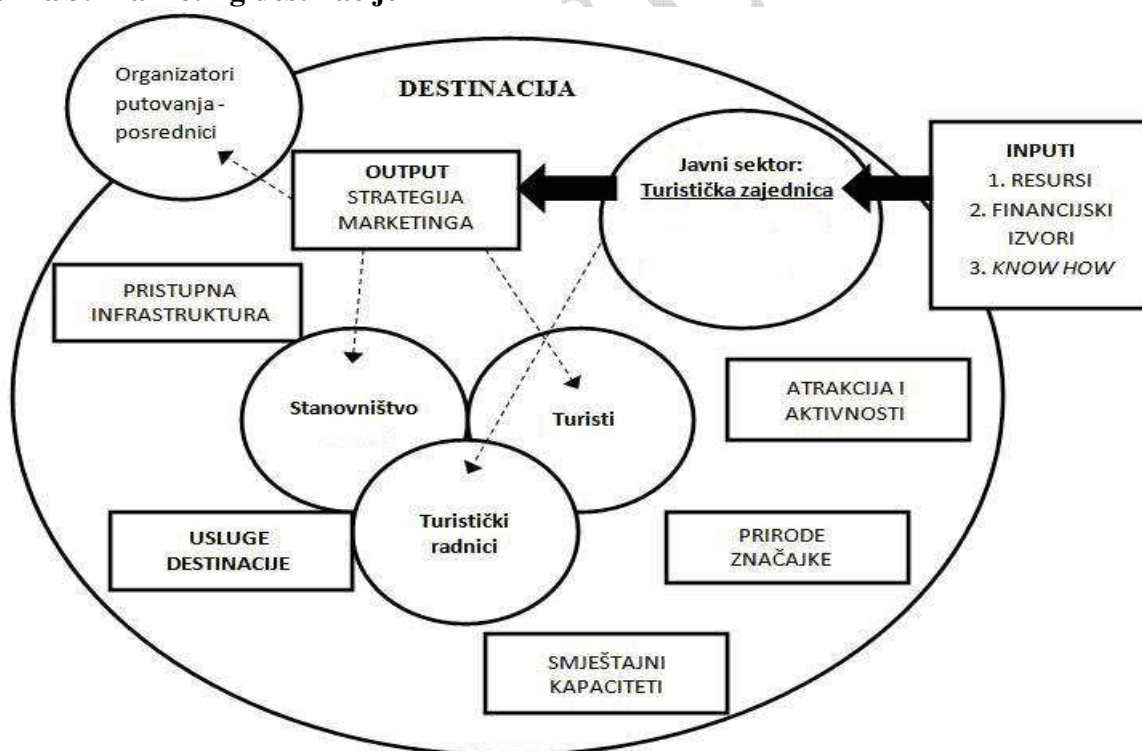
Aktivnom participacijom lokalne samouprave u sustavu upravljanja turističkom destinacijom, stvaraju se pretpostavke za postizanje održivog razvoja samog turističkog gospodarstva. Konstantnom participacijom lokalne samouprave gradi se ukupna uspješnost poslovanja nositelja turističke ponude, što će rezultirati kvalitativnim i kvantitativnim poboljšanjima razine pružanja turističkih proizvoda i usluga iste.

11.2. Destinacijski marketing Općine

Kako bi se turistička destinacija ubrzano razvijala i postizala uspjeh u privlačenju turista u uvjetima jačanja konkurencije, promjena u navikama turista i stvaranja novih destinacija na globalnom turističkom tržištu, treba se prilagođavati zahtjevima potrošača te prema njima usmjeriti marketinške aktivnosti. Marketinške aktivnosti, uz jednostavan pristup destinaciji, financijsku pristupačnost, zanimljive aktivnosti, pejzaž, kulturu i klimu, predstavljaju ključan element koji stimulira dolazak turista u turističku destinaciju.

Marketing u destinaciji treba pogotovo dobro „obraditi“ turističke zanimljivosti – atrakcije na način da destinacijske specifične karakteristike dođu što više do izražaja potencijalnim turistima. Marketing, osim toga, mora učiniti destinaciju atraktivnijom od drugih sličnih destinacija. Marketingom, a posebice unutar marketinga promocijom potrebno je izgraditi imidž destinacije. Da bi se navedeno moglo postići, potrebno je sustavno odnosno cjelokupno usklađeno, što je prikazano u slici.

Slika 3. Marketing destinacije



Slika prikazuje cjeloviti pregled turističke destinacije sa sudionicima koji su dužni razvijati samu destinaciju u smjeru zacrtanog cilja. Svaka destinacija, pa tako i ova, ima jedinstveni spoj karakteristika koje utječu na turiste, ali i lokalno stanovništvo. Destinacija raspolaže mnoštvom resursa koji su grupirani u više cijelina. Ukupni resursi obuhvaćaju prometnu infrastrukturu, usluge u destinaciji, smještajne kapacitete, prirodne značajke, turističke atrakcije i aktivnosti. Uz resurse, na raspolaganju menadžmentu destinacije moraju stajati i

odgovarajuća financijska sredstva te potrebna suradnja sa stručnjacima iz područja turizma i marketinga.

Marketinški plan destinacije Višnjan

- Izrada krovnog vizualnog identiteta destinacije
- Izrada promotivnih materijala destinacije i linije proizvoda destinacije
- Suvenir s vizualnim identitetom: suvenira - majica, čaša, kapa, privjesaka, vrećica, kabanica
- Tradicionalni suvenir
- Promotivni materijali: brošure, katalozi, *pocket guide*, tiskanje brošura, plakata, razglednica;
- Organiziranje sponzoriranih posjeta destinaciji u partnerstvu s turističkim agencijama;
- Poticanje javno-privatnih partnerstava u stvaranju pojedinih proizvoda destinacije
- Poboljšanje znanja u turizmu i uslužnim djelatnostima,
- *E-mail* liste obavijesti potencijalnim dionicima destinacije.
- Web oglašavanje – paketi aranžmana – prema broju posjete ili pak prema korisnicima – kulturni odmor, avanturistički odmor,
- Internet korišten u marketinške svrhe: rezervacija smještaj preko interneta, informacije o ponudi destinacije kao i ponudi okolnih destinacije, ponuda „krojena“ po željama različitih skupina dobne skupine i psihografičke (avanturizam, romantika, opuštanje itd.)
- Novo uređenje *web* stranice – treba odražavati teme destinacije, izgled, privlačnosti destinacije te prijedloge za odmor ili jednodnevni posjet temeljene na lokalnim specifičnostima - ugostiteljstva, lokalnog jela i pića, festivala, prirode – šetnja i biciklizma, kulturnih događanja, sportskih aktivnosti itd.;
- Razviti bolju upotrebu novih tehnologija i interneta, *on-line* medija za promotivne svrhe;
- Predstavljanje destinacije na lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim turističkim sajmovima.

11.2.1. Brendiranje destinacije

Kako lokaciju pretvoriti u destinaciju? Odgovor leži u *brendiranju* turističke destinacije, a to podrazumijeva shvaćanje da je važno baš sve što vidimo, čujemo, pročitamo, znamo ili osjećamo o nekoj turističkoj destinaciji.

Kako bi se postiglo stvarno uspješno *brendiranje* turističke destinacije, *brend* mora postati živ za sve posjetitelje i turiste koji dolaze na destinaciju. Bez obzira što neko mjesto, otok ili grad ima moderne hotele, kongresne kapacitete, jedinstvenu kulturnu baštinu, prirodne atrakcije, zabavne sadržaje ili neke druge oblike turističkih sadržaja kojima nastoje privući pozornost i povećati vlastitu vrijednost, budući uspjeh privlačnosti za turiste ovisi o njihovoj mogućnosti kreiranja jedinstvenog identiteta i diferencijacije u odnosu na konkurenciju. Na tržištu na kojem je potrebno uvjeriti turiste da posjete destinaciju, turistima treba ponuditi jedinstveno iskustvo, a oni će tada odluku o izboru destinacije donijeti temeljem osjećaja i stanja svijesti, a ne temeljem cijene.

Bez obzira koliko je destinacija poznata, koliko je bogata njena kultura i njene prirodne ljepote, najvažnije mjerilo destinacije je kako ju posjetitelji dožive, kako su tretirani i kako su se osjećali prilikom boravka na određenom mjestu. Važni su popularnost i prepoznatljivost, a Istra, pa i Općina Višnjan to imaju. Ključ njihovog uspjeha je u spoju lokacije, aktivnosti, sadržaja, kao i emocija koje ljude vežu uz ta mjesta. Kontinuiranim radom na održavanju kvalitete i autentičnosti, ove su destinacije postale posjećene, poznate i iznimno profitabilne. Proces izgradnje turističkog *brenda* je dugotrajan i zahtjevan, ali i višestruko isplativ.

Svaki je *brend* potrebno pratiti i unaprjeđivati, a praćenje uspješnosti *brenda* na tržištu omogućuje donošenje ocjene o aktualizaciji i potencijalnoj potrebi za redizajnom. Za uspješno i jedinstveno *brendiranje* destinacije važno je znati tko su nositelji turističke ponude, koja je njihova uloga, koje su atraktivnosti destinacije i po čemu se destinacija može razlikovati od konkurencije.

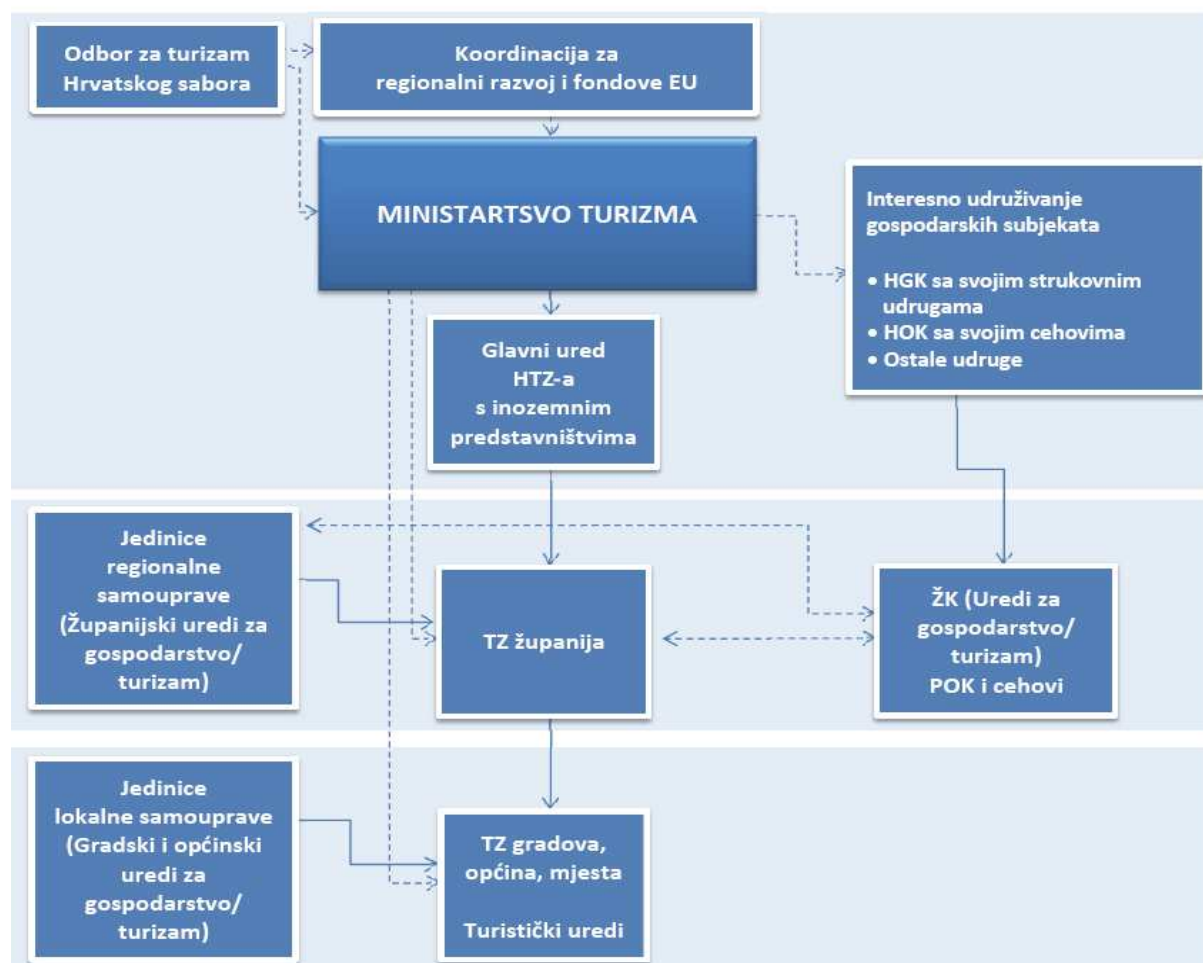
Što se tiče destinacijskog *brendiranja*, ne postoje dva jednaka pristupa i ne postoji jedinstvena formula uspjeha, ali u svakom je slučaju važna svjesna i planska aktivnost usmjeravanja razvoja na određenom prostoru i shvaćanje destinacije kao turističkog proizvoda, za koji je iznimno važna tržišna konkurentnost, a na čijem održavanju treba neprekidno raditi.

11.2.2 Sustav upravljanja turizmom

Polazeći od predloženih stavova u prethodnim poglavljima, a uzimajući u obzir sustav funkcioniranja regionalne i lokalne uprave i samouprave, predlaže se sustav upravljanja turizmom Općine Višnjan .

Slika: Organizacijska shema

ORGANIZACIJSKA SHEMA UPRAVLJAČKOG SUSTAVA U TURIZMU HRVATSKE



Izvor: Institut za turizam, Izvještaj 13, 2012 .

1. Odbor za koordinaciju i praćenje razvoja turizma Općine Višnjan

- Strateško planiranje
- Koordinacija i praćenje strategije razvoja turizma
- Koordinacija svih dionika destinacije
- Suradnja sa dionicima turističkog sustava na nivou Županije
- Kontrola izvršenja zacrtanih razvojnih programa i projekata

2. Izvršioци na razini Općine Višnjan – koordinator

- Plan realizacije strategije razvoja
- Kontrola izvršenja realizacije strategije razvoja
- Priprema i ažuriranje baze podataka razvojnih programa i projekata
- Izvješća o realizaciji razvojnih projekata
- Promocija i praćenje natječaja za EU fondove

3. Turističke zajednica Općine Višnjan

- Suradnja sa Županijskom turističkom zajednicom
- Razmatranje i predlaganje stava u vezi strateškog i operativnog planiranja
- Marketing plan (strateški i operativni)
- Upravljanje kvalitetom destinacije
- Informiranje o destinaciji
- Inovativne inicijative u vezi razvoja turizma
- Program i događaji na razini destinacije
- Javna turistička infrastruktura (predlaganje)

12. PLAN PROVEDBE

Cilj je plana provedbe što jasnije i jednostavnije odrediti koje to zadatke treba realizirati, način realizacije, rok i nositelje. Svaka od navedenih mjera stvarno mora biti detaljnije sagledana, ocijenjena i ukratko programirana. To nikako ne znači da se sugerira izrada velikih programa koji bi izazivali dodatne troškove već bi svaku od mjera trebalo ukratko razraditi sa prijedlogom konkretnih aktivnosti

Tablica 20. Plan provedbe

RE D. BR	MJERA , PROGRAM	Aktivnost (zadatak)	ROK	Inicijativa (Koordinacija)	Realizacija
1	Lokacija i površina	Analiza program	2019.	Općina	Cijelo područje Općine nije dovoljno uređeno prema turističkim standardima
2	Ljudski resursi	Analiza program	2019.	Općina	Mogli bi biti problem, međutim s obzirom na koncept razvoja manji objekti –obiteljski posao ne očekuju se veći problemi
3	Prirodni resursi	Analiza program	2019.	Općina	Treba ih planski valorizirati u turističke svrhe.
4	Kulturno-povijesna baština	Analiza program valorizacije	2019.	Općina	Sad nije u funkciji turističkog razvoja. Zahtjeva stručno razmatranje i organiziranje
5	Komunalna infrastruktura	Analiza program	2018.	Općina	Ne udovoljava u potpunosti. Mora pratiti bolje, preteča razvoja turizma
6	Infrastruktura	Program	2018.	Općina	Mora biti osigurana a prije iskoraka u razvoju turizma
7	Društvene djelatnosti	Program	2018.	Općina	Mora biti u funkciji razvoja turizma. Osmisliti program
8	Gospodarstvo	Kontinuirano		Općina	Mora osigurati kompatibilnost u razvoju
9	Razvojno-planska dokumentacija	Kontinuirano		Općina	Novi koncept razvoja će zahtijevati izmjene nekih planskih dokumenata
10	Poticajne mjere	Kontinuirano		Općina	Ukupni poticaji i u sadašnjem obliku nisu zadovoljavajući
11	Ugostiteljsko-turistička ponuda	Prema konceptu SRT		Općina	Nije zadovoljavajuća niti po kvantiteti niti po kvaliteti
12	Urbano uređenje	Program	2019. – 2020.	Općina	Uređenje prostora naselja i opremljenost je temeljni element razvoja turizma.

13	Suradnja-Sustav	Sporazum	2018.	Općina	Uspostaviti suradnju na principu integralne turističke destinacije.
14	Promocija i afirmacija novog koncepta razvoja	Plan aktivnosti	2018.	Turistička zajednica	Potrebna je kontinuirana afirmacija i promocija do god ne bude široko prihvaćena
15	Šetnice	Ocjena programa	2019. – 2020.	Općina	Razmotriti mogućnosti
16	Organiziranje umjetničkih kolonija	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje, organizaciju i vođenje
17	Biciklizam	Program	2018. – 2019.	Općina i TZ	Cikloturizam se mora tretirati puno ozbiljnije nego do sada
18	Lovni turizam	Analiza ocjena	2019. – 2020.	Općina i TZ	Lovni turizam je vrlo interesantan ali ne u obliku kako sada izgleda
19	Gastronomska ponuda	Program	Kontinuirano	TZ	Zaslužuje svakako posebno sagledavanje i programiranje.
20	ZOO park	Ocjena i programa	2019. – 2020.	Općina i TZ	Koncipirati na bazi autohtonih životinja
21	Vidikovci za promatranje okoliša	Program	2019.	TZ	Pored šetnica i biciklističkih staza svakako planirati isto tako i na drugim povoljnim pozicijama
22	Formiranje cesta za branje gljiva i cesta sira, vina, ulja, meda i sl-	Program	2019.	TZ	Svaka cesta za sebe može biti „program“, a isto tako mogu biti i povezane međusobno
23	Trčanje u prirodi	Program	2019.	Općina i TZ	Planirati sa šetnicama možda biciklističkim stazama a može se posebno
24	Edukativna pista (Carting)	Ocjena i programa	2019.	Općina i TZ	Ocijeniti potrebu
25	Ljetni kampovi za dječje kolonije	Ocjena i programa	2019.	Općina	Vezano za zvjezdarnicu
26	Eko poljoprivreda – uzgoj i prerada domaćih proizvoda	Program	2019. – 2020.	Općina	Stvoriti poveznicu sa tezom o eko turizmu inače cijela destinacija mora imati naglasak kao prirodna , ekološka.
27	Izleti	Program	2019.	TZ	Program izleta je kompleksan posao. Treba programirati zajedno sa agencijama.
28	Merchandising – izrada manjih tipičnih suvenira	Ocjena i program	2019. – 2020.	TZ	Suveniri u turističkoj ponudi su nezaobilazni (posebno autohtoni) . Treba povezati proizvodnju i plasman

29	Zabavni park	Ocjena potrebe	2018. – 2019.	Općina	Razmotriti svrhu i lokaciju
30	Golf, izgradnja terena s popratnim sadržajem	Ocjena potrebe	2020. – 2025.	Općina	S obzirom na blizinu tržišta ne bi trebalo da bude dileme oko realizacije ovog projekta
31	Zabava	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Potrebno je detaljnije i stručno koncipirati sustav zabave (vremenski , prostorno)
32	Posjet muzejima	Program	2018.	TZ	Zahtjeva stručno sagledavanje
33	<i>wellness, fitness, aerobic, pilates</i>	Program	2018. – 2019.	Općina	Uz hotel i sportski centar
34	Otvaranje tipičnih restorana, slastičarnica	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	U okviru programa gastronomije uklopiti i ovakav vid ponude
35	Otvaranje suvenirnica, manjih butika kao i drugih trgovina uslužnih djelatnosti	Program	2019. – 2020.	Općina i TZ	Povezati program sa izradom suvenira. Problem snabdjevanja turista i uslužnih djelatnosti zahtjeva detaljno tretiranje
36	Vikendice za najam, izgradnja novih i uređenje postojećih	Ocjena potrebe	2018. – 2020.	Općina	Programirati u skladu sa konceptom razvoja turizma, te uklapanje u autohtoni identitet i seoski način življenja
37	Info-punktovi	Program	2019.	TZ	Kod sagledavanja prometa tretirati i ovakve sadržaje
38	Kulturni turizam	Program	2019.	TZ	Analizirati da li postoje resursi za ovakav vid turizma
39	Preventivo-zdravstveni turizam	Program	2019.	TZ	Zdravstveni turizam je veliki izazov, a preventivni je hit u razvoju
40	Poslovni turizam	Ocjena potrebe	2019.	TZ	Prvenstveno procijeniti koji vid
41	Događaji i manifestacije	Program	2018.	TZ	Osmisliti sustav događaja i manifestacija
42	Sv. Blaž	Program	2019.	TZ	Ocijeniti da li postoje resursi
43	Poljoprivredno prehrambeni proizvodi (autohtoni)-ugostiteljstvo i plasman	Program	2018.	Općina	Proizvodnja autohtonih proizvoda i njihov plasman i uloga u turističkoj ponudi Višnjana
44	Turizam na seoskom gospodarstvu	Prema konceptu	2019.	TZ	Potrebno je forsirati i poticati ovaj vid turizma
45	Poučne eko staze	Program	2019.	TZ	Moraju biti dobro osmišljene i organizirane

46	Sportski turizam	Analiza i ocjena	2019.	Općina	Trena sagledati za koji vid sporta postoje uvjeti za ovaj vid turizma
47	Aero turizam	Program	2019.	Općina	Definirati program
48	Šetnica sunčevim sustavom	Program	2019.	Općina	Osmisliti program
49	Mobilna aplikacija (Tur. vodič Višnjana)	Program	2019.	TZ	Izraditi

Izvor: Obrada autora, 2018.

Cilj provedbe ovog plana, mora biti, promjena sadašnjeg stanja ponude (turističkog proizvoda) kako priobalnog turizma, ali i razvoj turizma u unutrašnjosti Općine (mali dio), te da taj razvoj postane kompatibilan i potiče i nadopunjuje jedan drugog.

U tom kontekstu neophodno je dinamično, usklađeno i organizirano realizirati ovaj plan provedbe. Isti će sigurno doživljavati i promjene s obzirom na nivo razvijenosti turizma, a isto tako vezano na turističku potražnju koja se brzo mijenja.

SAŽETAK

Strategija razvoja turizma Općine Višnjan do 2025. temeljni je dokument razvoja turizma koji u prvom redu kao dugoročni cilj razvoja turizma ističe blagostanje lokalnog stanovništva i ostvarenje gospodarskog prosperiteta uz maksimalno poštivanje načela održivog razvoja te valorizaciju kulturne baštine i tradicije ovoga područja. Turizam u Općini Višnjan i okolice je u početnoj fazi razvoja, turistički je proizvod potrebno izgraditi i repozicionirati na turističkom tržištu. Nedovoljna razvijenost turizma na području Općine Višnjan zahtjeva primjenu dva razvojna modela: restrukturiranja i repozicioniranja, te ubrzanog razvoja kao teorijski utemeljenog, praktično provedivog, jasnog i poticajnog razvojnog modela turizma Općine Višnjan. Realizacijom postavljenih strateških ciljeva i ostvarenjem ključnih razvojnih projekata unaprijediti će se i obogatiti turistička ponuda destinacije i povećati atraktivnost što će rezultirati stvaranjem konkurentne i prepoznatljive destinacije na turističkog tržištu.

Izrada i primjena ove Strategije usmjerena je na pružanje jasne i realne slike o mogućnostima rješavanja temeljnih otvorenih pitanja turističkog razvoja Općine Višnjan, pri čemu je poseban naglasak na partnerskom pristupu svih dionika koji sudjeluju u razvoju turizma. (integralni pristup). Strategija treba postati osnovni strateški dokument na području turizma, kojim će se pokrenuti novi razvojni ciklus turizma na području Općine Višnjan, kao i stvoriti stabilne uvjete za nove investicije u turizmu, te potaknuti involviranje lokalnog stanovništva za nove poduzetničke poduhvate direktno ili indirektno povezane s turizmom. Turistički sektor na području Općine Višnjan, danas je, u usporedbi s mogućnostima, nedovoljno razvijen te ostvaruje ekonomske učinke ispod objektivnih mogućnosti. Prisutna je i devastacija visokovrijednog prostora na području Općine. To je dodatni čimbenik koji uvjetuje stvaranje regulatornog okvira budućega turističkog razvoja Općine Višnjan.

Opće gospodarsko stanje na području Općine Višnjan nije zadovoljavajuće. Zbog toga bez odlaganja treba iskoristi šansu koju pruža razvoj turizma kao opći generator gospodarskog boljitka Općine. Upravo je Strategija turističkog razvoja poduzetnički okvir koji definira najprimjerenija strateška usmjerenja turističkog razvoja koja će potaknuti opći gospodarski prosperitet Općine, sinergijski efekt. Time se stvaraju osnova i uvjeti za poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva. Strategija razvoja turizma Općine Višnjan čini uz uvod jedanaest poglavlja, kroz koje se analiziraju stanja resursa, posebno ponuda i potražnja, te se na kraju predlaže koncepcija razvoja turizma. Integralni pristup kao zakonitost i nit vodilja (konceptijska postavka), bez čega ne može biti ozbiljnog razvoja destinacije Višnjan. To najpraktičnije znači da se cijelo područje Općine treba tretirati kao turistička destinacija koja mora djelovati usklađeno na svim područjima (prirodni resursi, povijesno – kulturna baština, infrastruktura, komunalna djelatnost, ukupno gospodarstvo, društvene djelatnosti). Praktično sve djelatnosti, resursi, usluge, cijeli prostor mora biti tretiran „turistički“. To do sada nije bilo tako. U tom kontekstu valja promatrati utjecaj i usklađenost razvojno-planske dokumentacije, također sustav poticaja. Stanje nije u svim elementima dovoljno dobro, treba ga mijenjati.

Postojeće stanje ponude nije zadovoljavajuće. Analiza stanja pokazuje, posebno je promatrajući integralno (usvojen koncept) da se zapravo mora napraviti vrlo ozbiljan iskorak na svim elementima ponude (ljudski resursi, kulturna i povijesna baština, infrastruktura, urbano uređenje, a posebno ugostiteljsko-turistička ponuda i čimbenici koji su dio te ponude kao što su plaže, zabava, događaji, izleti, selektivni vidovi turizma itd.). Postojeće stanje potražnje ukazuje na negativnosti u komparaciji s trendovima u turizmu, a u krajnjem slučaju

rezultira niskom potrošnjom, kratkom turističkom sezonom itd. Polazeći od sagledavanja stanja, uzet je u obzir, kao podloga za koncipiranje strategije razvoja još i :

globalna procjena društveno-ekonomskih kretanja u užem i širem okruženju. Ovo područje sagledavanja ne daje puno nade za dinamičniju stopu rasta i razvoja, što inače ima utjecaj na turistički razvoj. Tržišno kretanje i *brendovi* u turizmu, te usklađenost ponude otkriva čitav niz nedostataka skoro na svim područjima. Polazeći od rečenog, a posebno promatrajući potencijalne mogućnosti, moguće je konstatirati da prostor Općine Višnjan koji je turistički nerazvijen, nije devastiran (nepopravljivo), a s druge strane trendovi u turizmu pokazuju mogućnost ambiciozne postavke razvoja turizma koji bi ubuduće mogao polučiti pozitivne efekte na dobrobit mještana, Općine pa i šire,

S toga je predloženo slijedeće:

1. Koncept dinamičnog razvoja s povećanjem smještajnih jedinica od 800 godišnje, značajno povećanje i poboljšanje ugostiteljske ponude. Također, turistička djelatnost mora pratiti ukupan razvoj (kvantitativno i kvalitativno). Sve rečeno je raščlanjeno i opisano kroz područja „ poboljšanja postojeće ponude“ i kroz „ nove proizvode“. Ukupno okruženje mora pratiti razvoj ove djelatnosti (integralni pristup). Sve to se treba reflektirati na promjenu strukture gostiju, popunjenost kapaciteta na prosječno 100 dana. U krajnjem bi destinacija Višnjan na kraju planskog perioda ostvarivala 450.000 noćenja, značajno povećanje potražnje po noćenju sa sadašnjih 40 eura na 70 eura.

2. Povezati program brendiranja destinacije Višnjan koji mora imati sadržajno elemente uravnoteženog i održivog razvoja

- u skladu s prirodom (povratak prirodi)
- poštivanje ekoloških načela
- naglasak na autentičnost (prostor, objekti, hrana, piće, događaji itd.)

3. Upravljanje destinacijom i (operativan razvoj)

U tom je konkretno predložen model bez kojeg je vrlo izvjesno daće ova Strategija ostati mrtvo slovo na papiru“. Ovo je možda najznačajniji dio Strategije razvoja turizma destinacije Višnjan.

4. I na kraju, sa ciljem da se razvoj i funkcioniranje turističke destinacije Višnjan realizira prema zacrtanoj Strategiji, predložen je Plan provedbe u kojem je sublimirana koncepcijska postavka, a također su date sve mjere koje treba realizirati. U Planu provedbe su predložene mjere i aktivnosti i dinamika realizacije. Skrećemo pažnju na pristup predloženog Plana aktivnosti u smislu da su date aktivnosti, zadaci s naznakom - sugestijom kako realizirati pojedine aktivnosti. Budući da autori, a i ostali učesnici u izradi ovog programa smatraju da svaku od aktivnosti treba detaljnije sagledati, u većini prijedloga dat je i stav da se napravi mini program. Ne bi se smjelo dogoditi da se troši puno vremena i novaca za ove zadatke, njih treba da realiziraju pojedine grupacije za svoje područje.

5. Vrijedno bi bilo razmotriti mogućnosti direktnog uključivanja Općine i šireg kruga mještana u realizaciji nekih konkretnih projekata (smještajni kapaciteti, imovina i sl.) po principu privatno-javnog partnerstva za što postoje konkretni pozitivni primjeri (Vrsar, Bale).

13. IZVORI

Azzri- Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije (2008. -2013.)
DZS Popis stanovništva 2011.
HGK <http://www.hgk.hr/documents/aktualna-tema-turizam-u-20165899d9633ad81.pdf>
<http://bookshop.europa.eu/hr/europski-sustav-pokazatelja-za-turizam-pbNB3213182/>
<http://www.apprrr.hr/arkod-1150.aspx>
<http://www.istra.hr/en/attractions-and-activities/sport>
<http://www.istrapedia.hr/>
<https://www.istra-istria.hr/index.php?id=2454> Prostorni plan Istarske županije 2016
https://www.istra-istria.hr/uploads/media/Istarska_kulturna_strategija.pdf
HZZ Područni ured Pula <http://www.hzz.hr/default.aspx?ID=10111>
LAG“ Središna Istra“
Lovački savez Istarske županije <http://www.lsiz.hr/loviste-dubrava.php>
Master plan Istre
Ministarstva regionalnoga razvoja i fondova Europske unije 2018
Ministarstvo turizam <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976>
Ministarstvo zaštite okoliša i prirode [http://www.mzoip.hr/doc/elaborat_zaštite](http://www.mzoip.hr/doc/elaborat_zaštite_okolisa_107.pdf)
okolisa_107.pdf
Općina Višnjan- razni dokumenti
PPUO Višnjan
Prostorni plan Općine Višnjan
Razvojna strategija Istarske županije do 2020 <http://istra-istria.hr/index.php?id=4995>
Strategija razvoja turizma RH do 2020.
Strateški marketinški plan hrvatskog turizma za razdoblje 2014.– 2020.
SUR Višnjan
www.heartofistria.com/ Održivi razvoj kulturnog turizma Istre
www.mirovinsko.hr_HZMO središnji ured Zagreb 2017;