

Plan upravljanja destinacijom Vodice

Sadržaj

Sudionici.....	1
Uvod.....	3
1. Profil odredišta	9
2. Analiza stanja	13
2.1. Analiza turističkih proizvoda i usluga	19
2.2. Resursna osnova.....	85
2.3. Javna turistička infrastruktura	91
2.4. Analiza komunalne infrastrukture.....	100
2.5. Analiza prometne infrastrukture	116
2.6. Analiza stanja digitalizacije	118
2.7. Analiza pristupačnosti osoba s invaliditetom.....	120
2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti.....	123
2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih resursa i edukativnih programa	128
2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti	133
2.11. Analiza konkurencije	145
2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije	156
2.13. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda	156
3. Pokazatelji održivosti	161
3.1. Metodologija prikupljanja podataka.....	161
3.2. Analiza prikupljenih podataka	163
3.3. Praćenje održivosti	163
4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima	186
4.1. SWOT analiza	186
4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva	190
4.3. Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta.....	192
4.4. Identificiranje ciljeva	194

4.5.	Mjere i aktivnosti	195
5.	Prihvatni kapacitet destinacije	239
6.	Smjernice i preporuke za dionike razvoja	265
6.1.	Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave, Grad Vodice	265
6.2.	Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Vodica.....	267
6.3.	Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji	271
7.	Popis projekata.....	273
7.1.	Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije.....	273
7.2.	Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije	284
8.	Mjerenje napretka i izvješće o provedbi	289
8.1.	Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom	289
8.2.	Izvješće o provedbi.....	289
9.	Zaključak	290
10.	Izvor podataka:	292

Sudionici

Popis ključnih sudionika izrade i provedbe Plana upravljanja destinacijom Vodice, u skladu s pravilima struke i uz osiguravanje da nijedan relevantan dionik nije izostavljen, obuhvaća:

Tablica 1: Popis sudionika

Kategorija dionika	Opis uloge u destinacijskom sustavu
Grad Vodice	Nositelj aktivnosti i političko-upravni centar odlučivanja. Grad osigurava strateško planiranje, institucionalnu koordinaciju i provedbu razvojnih mjera u skladu s Planom upravljanja i Strategijom razvoja turizma grada Vodica.
Turistička zajednica grada Vodica	Nositelj aktivnosti, centralni koordinator i operativno odgovorna institucija za provedbu Plana upravljanja destinacijom. Zadužena je za promociju, upravljanje destinacijskim marketingom i razvoj proizvoda te za koordinaciju među javnim i privatnim sektorom.
Javne ustanove i kulturne institucije	Uključuju Centar za umjetnost i kulturu, Gradsku knjižnicu i Memorijalni centar „Faust Vrančić“. Njihova je uloga očuvanje i interpretacija kulturne baštine, razvoj kulturnih sadržaja te jačanje identiteta i prepoznatljivosti destinacije.
Gradske ustanove i komunalna poduzeća	Obuhvaćaju LEĆ d.o.o., Vodovod Vodice d.o.o., Upravni odjel za komunalno-vodni sustav, zaštitu okoliša i graditeljstvo te Odjel za gospodarstvo, imovinu i prostorno planiranje. Njihova uloga uključuje upravljanje infrastrukturom, zaštitu okoliša i racionalno korištenje resursa nužno za održivi turistički razvoj.
Javna uprava	Grad i njegovi odjeli, u suradnji s Turističkom zajednicom, provode javne politike, zakonske okvire i strateške dokumente kojima se regulira održivi razvoj turizma. Osiguravaju transparentno i participativno upravljanje destinacijom.
Javne službe	Obuhvaćaju Policijsku postaju Vodice, Vatrogasnu postrojbu (DVD Vodice) i civilnu zaštitu. Njihova glavna uloga je sigurnost, zaštita stanovnika i posjetitelja te brzo i učinkovito reagiranje u kriznim situacijama.
Obrazovne ustanove	Osnovne škole Vodice i Čista Velika te Dječji vrtić Tamaris ključni su akteri u razvoju ljudskog kapitala. Njihove obrazovne i odgojne aktivnosti doprinose podizanju svijesti o održivosti, kulturnoj baštini i važnosti turizma za lokalnu zajednicu.

Kategorija dionika	Opis uloge u destinacijskom sustavu
Privatni sektor – hoteli i mali hoteli	Ključni nositelji smještajne ponude i kvalitete destinacijskih proizvoda. Doprinosi diversifikaciji turističkih sadržaja i prelasku s masovnog na održivi i cjelogodišnji turizam.
Privatni sektor – ugostitelji, lokalni proizvođači	Predstavljaju temelj gastronomskog identiteta Vodica. Njihovo poslovanje doprinosi stvaranju lokalnog doživljaja, valorizaciji domaćih proizvoda i razvoju eno-gastronomskog turizma.
Privatni sektor – kampovi	Promiču prirodno orijentirane i održive oblike turizma. Kampovi doprinose prostornoj disperziji smještajnih kapaciteta.
Privatni sektor, mali iznajmljivači	Doprinosi diverzifikaciji ponude, uključeni u procese prilagodbe novim trendovima na turističkom tržištu.
Nevladine organizacije i udruge	Aktivno sudjeluju u područjima kulture, ekologije, sporta, mladih i civilnog društva. Njihovo djelovanje potiče društvenu koheziju, participaciju građana i lokalni angažman u razvoju održive zajednice.
Sportske udruge	Organiziraju manifestacije, natjecanja i sportske programe koji privlače posjetitelje tijekom cijele godine. Promiču aktivni turizam, zdrav život i potiču međunarodnu prepoznatljivost Vodica u području sportskih događaja.
Stručne institucije i visokoobrazovne ustanove	Sudjeluju u istraživanjima, edukacijama i projektima u području turizma, planiranja destinacijskog razvoja i monitoringa pokazatelja održivosti. Njihov doprinos važan je za znanstvenu podlogu i evaluaciju turističkih učinaka.
Zaštićena područja i javne ustanove iz okruženja	Predstavljaju ključna uporišta u očuvanju biološke raznolikosti i prirodnog identiteta šireg destinacijskog prostora. Njihovo upravljanje usmjereno je na održive modele posjećivanja i zaštitu resursa u funkciji održivog razvoja turizma.

Zahvaljujemo u ime Turističke zajednice grada Vodica svim sudionicima koji su sudjelovali putem fokus grupa, intervjua i *online* anketa, kao i onima koji su dostavili potrebnu dokumentaciju, podatke i materijale.

Svojim doprinosom, iskustvom i znanjem pomogli su u oblikovanju i kvaliteti ovog dokumenta. Njihova je suradnja bila ključna za osiguranje sveobuhvatnog, relevantnog i stručnog pristupa izradi **Plana upravljanja destinacijom Vodice**.

Ovaj Plan rezultat je zajedničkog doprinosa i partnerstva širokog spektra dionika iz zajednice te javnog, privatnog i civilnog sektora iz Hrvatske i svijeta.

Uvod

Plan upravljanja grada Vodica temelji se na Strategiji razvoja održivog turizma do 2030. godine, koja predstavlja temeljni akt strateškog planiranja hrvatskog turizma za razdoblje do 2030. godine. Strategija je u potpunosti usklađena s Nacionalnom razvojnom strategijom Republike Hrvatske do 2030. godine te s relevantnim dokumentima i politikama Europske unije i Republike Hrvatske. Nadalje, povezana je s Tranzicijskim putem za turizam, koji predstavlja okosnicu budućeg Europskog plana turizma do 2030. godine (Agenda 2030), s Paktom za vještine u turističkom ekosustavu te s ciljevima održivog razvoja definiranim u UN-ovoj Agendi 2030, a sama izrada Strategije sastavni je dio reformskih procesa utvrđenih Nacionalnim planom oporavka i otpornosti. Plan upravljanja u potpunosti je usklađen sa Smjernicama za izradu plana objavljene od Ministarstva turizma i sporta.

Vizija održivog razvoja turizma operacionalizirana je kroz četiri temeljna strateška cilja. Hrvatski turizam usmjeren je prema razvoju koji omogućuje cjelogodišnji i regionalno uravnoteženiji turistički promet, osigurava očuvanje okoliša, prostora i klime, jača konkurentnost i inovativnost sektora te povećava njegovu otpornost na globalne rizike i izazove. Navedeni ciljevi međusobno su povezani, ugrađeni u jedinstven strateški okvir i ostvaruju sinergijski učinak, usmjeren na postizanje jasno definiranih pokazatelja učinka te dugoročnu održivost hrvatskog turizma i destinacija poput grada Vodica.

Izrada Plana upravljanja destinacijom predstavlja temelj promišljenog i održivog razvoja turizma. Riječ je o procesu koji se ne može odvijati izolirano, već zahtijeva koordinirano djelovanje širokog spektra dionika, uključujući predstavnike vlasti, stručnjake, članove lokalne zajednice i poslovnog sektora. Cilj takvog pristupa je osigurati da razvoj turizma bude usklađen s potrebama zajednice, očuvanjem okoliša te tržišnim zahtjevima i trendovima. Uključivanje relevantnih dionika omogućuje sveobuhvatno sagledavanje izazova i potencijala destinacije. U procesu izrade plana ravnopravno sudjeluju tijela lokalne i regionalne samouprave, institucije nadležne za prostorno planiranje, zdravstvo, okoliš i kulturu, turističke zajednice, udruge civilnog društva, poslovni subjekti u turizmu i povezanim djelatnostima te stanovnici destinacije. Svatko od njih doprinosi jedinstvenim znanjem, iskustvom i perspektivom. Teritorijalni obuhvat: Grad Vodice.

Turističke zajednice imaju važnu ulogu u iniciranju i vođenju procesa, pružajući organizacijsku i komunikacijsku podršku. Putem javnih konzultacija, fokus grupa, anketa, radionica i tematskih rasprava potiče se aktivna participacija svih uključenih, čime se jača osjećaj zajedničke odgovornosti za smjer budućeg razvoja.

Jedan od ključnih alata u ovom participativnom pristupu je izrada karte dionika. Ova vizualna metoda omogućuje bolju analizu odnosa, razine utjecaja i područja interesa pojedinih sudionika. Time se stvaraju temelji za učinkovitije donošenje odluka, jačanje partnerstava i transparentno upravljanje procesom planiranja.

U nastavku slijedi pregled glavnih dionika uključenih u izradu Plana upravljanja turizmom grada Vodica te njihove očekivane uloge u postizanju ravnoteže između gospodarske koristi, očuvanja prirodnih i kulturnih resursa te dobrobiti lokalne zajednice.

Tablica 2: Glavni dionici i njihove uloge

Glavni dionici	Tko ?	Način uključivanja / Uloga
Lokalna i regionalna vlast	Gradovi, općine, županije, regionalne razvojne agencije	Postavljaju razvojne prioritete, osiguravaju strateški okvir i institucionalnu podršku.
Turističke zajednice	Nacionalna, regionalne i lokalne TZ	Iniciraju i koordiniraju proces, povezuju dionike, informiraju i komuniciraju.
Privatni sektor	Hotelijeri, ugostitelji, OPG-ovi, prijevoznici, turističke agencije	Sudjeluju u kreiranju ponude, ulaganjima i razvoju turističkih proizvoda.
Lokalno stanovništvo	Građani koji žive u destinaciji	Sudjeluju u savjetovanjima, pridonose autentičnosti destinacije, očuvanju prostora.
Nevladine organizacije (NVO)	Udruge za zaštitu okoliša, kulturne baštine, društveni razvoj	Zagovaraju održive prakse, pružaju stručna mišljenja i promiču interese zajednice.
Stručna javnost i akademska zajednica	Instituti, sveučilišta, konzultanti, istraživačke ustanove	Izrađuju analize, podloge i prijedloge razvoja temeljene na podacima i znanstvenom pristupu.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Uvodna riječ gradonačelnika Ante Cukrova

Poštovane sugrađanke i sugrađani, dragi prijatelji,

Vodice su naš dom. Mjesto gdje odgajamo djecu, razvijamo obitelji, negujemo tradiciju, ali istovremeno hrabro gledamo u budućnost. Planom upravljanja turizmom u Vodicama, želim s Vama podijeliti viziju Vodica kao kvalitetnog, zdravog i sigurnog mjesta za život svih generacija. Naš primarni cilj u razvoju turizma u Vodicama jest zadovoljstvo stanovnika koji ostaju, vraćaju se u Vodice i žele ovdje graditi budućnost. Želimo Vodice koje žive 12 mjeseci godišnje. Upravo zato Grad ulaže u sve aspekte: od komunalne infrastrukture, obrazovanja, sporta, kulture pa sve do smanjenja troškova života za mlade obitelji.

Ponosni smo što ove godine imamo čak 90 djece upisano u prvi razred osnovne škole, što je dokaz da Vodice rastu. Usto, Grad pokriva komunalni doprinos za kuće do 150 m² mladim obiteljima, što predstavlja konkretan iskorak prema priuštivom stanovanju.

Razvijamo i digitalnu infrastrukturu: optički kabel stiže do svake kuće, čime Vodice postaju grad spreman za budućnost i digitalne generacije. Energetski u suradnji s HEP-om, gradimo nove trafostanice koje će odgovoriti na sve veću potrošnju. Nautika je naš poseban potencijal. Zahvaljujući blagim zimama i razvijenom arhipelagu, možemo i trebamo raditi na razvoju cjelogodišnjeg nautičkog turizma. Vodice to mogu jer imaju znanje i viziju. Radimo i na sportskim projektima. Vaterpolo igralište je u planu, a za ostale vodene sportove otvaramo prostor za nove ideje, od rekreativnih do profesionalnih sadržaja, koji privlače posjetitelje i zadržavaju mlade.

Razvoj destinacije ne znači masovnost, već podizanje kvalitete. Želimo Vodice u kojima se ostaje. U kojima se djeca rađaju. U koje se mladi vraćaju nakon školovanja jer vide perspektivu. Vodice u kojima je svaki stanovnik – bez obzira na dob – uključen, podržan i vrednovan. Grad nije samo destinacija za turiste, već i mjesto za život. Grad je dom. Mi činimo sve kako bi taj dom bio uređen, digitalno povezan, prostorno zaštićen, uz očuvanu prirodu, kulturu i tradiciju.

Hvala vam što zajedno ostvarujemo viziju naših Vodica.

Gradonačelnik Grada Vodica, Ante Cukrov

Poštovane sugrađanke, poštovani sugrađani, dragi partneri i gosti,

pred vama je Plan upravljanja turizmom za destinaciju Vodice, strateški dokument nastao u suradnji svih dionika i stručnjaka, s ciljem dugoročnog razvoja održivog, konkurentnog i visokokvalitetnog turizma. U vremenu izazova, promjena i sve snažnije konkurencije, Vodice ostaju predane viziji destinacije koja gradi svoju prepoznatljivost, identitet i kvalitetu života na ravnoteži između turističkog rasta, zaštite prostora, očuvanja baštine i dobrobiti lokalne zajednice.

Zahvaljujem svima koji su svojim doprinosom, prijedlozima i konstruktivnim kritikama sudjelovali u izradi ovog Plana. Uvjereni smo da će Plan upravljanja biti polazište za nove uspjehe, sinergiju poduzetnika i lokalnih stanovnika te još veće zadovoljstvo naših gostiju. Pozivam na zajedničko odgovorno promišljanje, suradnju i otvorenost prema novim prilagodbama – jer samo tako možemo ostvariti održivu budućnost i očuvati Vodice kao destinaciju po mjeri čovjeka i zajednice.

S poštovanjem,

direktorica Turističke zajednice Vodica

Anita Franin Pećarica

Realizirani i planirani projekti na području Vodica rezultat su strateškog pristupa razvoju destinacije, s jasnim ciljem podizanja kvalitete života i turističke ponude. Fokus je na održivom razvoju, inovacijama i ulaganjima koja istovremeno odgovaraju potrebama lokalne zajednice i zahtjevima suvremenih gostiju.

Tablica 3: Realizirani projekti

Projekt	Opis	Lokalitet
Plaža Punta Blata Bristak	Povezala Vodice i Tribunj, novo gradsko kupalište, šetnica uz more	Vodice – Tribunj
Trg kneza Branimira	Uređenje trga, proširenje zelenilom, pretvoren u kulturno središte	Centar Vodica
Rekonstrukcija magistralne ceste	U suradnji s Hrvatskim cestama izgrađena dva rotora, modernizirana prometna mreža	Magistrala kroz Vodice
Sportska dvorana Račice	Nova dvorana i najveći skate park u ovom dijelu Europe, prostor za mlade	Račice
Uređenje Artine	Cjelokupna rekonstrukcija prometnice, zelenilo, rasvjeta, nogostupi, hortikulturni zahvati	Naselje Artina, Vodice
Ulaganja u otok Prvić i ruralna područja	Kontinuirano ulaganje u pomorsko dobro uređenjem obalnih linija i šetnica posredstvom Grada Vodica, Ministarstva RRFEU, Ministarstva mora, prometa i infrastrukture te Šibensko-kninske županije	Otok Prvić

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad Vodice, obrada autora

Tablica 4: Ključni planirani strateški projekti

Projekt	Opis / Status	Lokacija / Napomena
Aglomeracija Vodice–Tribunj–Srima (2. faza)	Završna faza – čeka odluku Vlade o financiranju	Regionalni projekt odvodnje
Proširenje luke Prvić Šepurine	Izabran izvođač II. faze	Otok Prvić
Izgradnja pristaništa u Prvić Luci	Planirani projekt – čeka potporu	Otok Prvić
Proširenje osnovne škole i gradnja školske dvorane	Projekt s podrškom Županije i ministarstava	Vodice
Projekt luke Srima	Izabran izvođač	Srima

Proširenje groblja Vodice i Srima	Izgrađena I. faza	Obje lokacije
Uređenje prometnice do Okita	U planu, s infrastrukturnim poboljšanjima	Put do brda Okit
Dovođenje električne mreže do svetišta Gospe od Karmela	U pripremi	Svetište na Okitu
Proširenje sportske zone Račice	Otkupljen dodatni teren za širenje i nove sportske sadržaje	Račice
Strategija brendiranja Grada Vodica	Participativni projekt stvaranja prepoznatljivog identiteta destinacije, s ciljem privlačenja turista, investitora i novih stanovnika	Grad Vodice
Greenfield investicija u zonu Bristak	Privlačenje investitora za izgradnju luksuznog hotela i popratnih sadržaja radi podizanja kvalitete smještaja i produljenja sezone	Turistička zona Bristak, Vodice

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad Vodice, obrada autora

1. Profil odredišta

Profil odredišta predstavlja temeljni pregled ključnih obilježja Vodica kao turističke destinacije. Cilj ovog poglavlja je objediniti najvažnije informacije koje definiraju identitet, razvojni potencijal i izazove Vodica, a uključuju zemljopisni položaj, prirodne i kulturne resurse, demografsku i gospodarsku strukturu, prometnu dostupnost, turističku infrastrukturu te aktualne trendove ponude i potražnje. Ovaj profil služi kao osnova za strateško planiranje, analizu održivosti i donošenje konkretnih mjera u daljnjem razvoju destinacije.

Tablica 5: Profil destinacije: grad Vodice

Kategorija	Opis
Organizacijska struktura	Turistička zajednica grada Vodica (TZ) koordinira promociju, razvoj i manifestacije. Grad Vodice donosi regulative i ulaže u infrastrukturu. Partneri uključuju lokalne hotele, ugostitelje, agencije i NVO udruge. Suradnja s TZ-om Šibensko-kninske županije i HTZ-om.
Postojeće strategije	Strategija razvoja održivog turizma Grada Vodica do 2030. Strategija turističkog razvoja 2015–2025 (str. 96 –157)
Vizija	Vodice kao održiva, cjelogodišnja i <i>smart</i> destinacija s visokom kvalitetom boravka.
Misija	Razvijati turizam temeljen na ravnoteži očuvanja prostora, kulturne baštine i kvalitete života stanovnika.
Lokacija	Jadranska obala, Šibensko-kninska županija, 11 km od Šibenika. U blizini NP Krka i NP Kornati.
Prometna dostupnost	Cestovno povezana autocestom A1. Zračne luke Split (70 km) i Zadar (65 km). Brodska linija za Prvić, Zlarin i Šibenik. Željeznička stanica u Šibeniku.
Stanovništvo (stalno)	8 649
Klima	Mediterranska: suha, topla ljeta i blage zime. 250+ sunčanih dana godišnje.
Geografske karakteristike	Obalno područje s uvalama, šljunčanim plažama i zaleđem.
Glavne vrste turizma	Odmorišni (sunce i more), kongresni, zdravstveni (dentalni, <i>wellness</i>), aktivni (biciklizam, pješaćenje), kulturni
Broj turističkih noćenja godišnje	1 351 104 u 2024. godini

Prosječna duljina boravka	5-7 dana, ovisno o sezonskom razdoblju
Struktura smještaja	Hoteli (različitih kategorija), privatni apartmani, kampovi, specijalizirani smještaj
Ugostiteljska infrastruktura	Restorani, <i>caffe</i> barovi, noćni klubovi, vinarije
Zdravstvo i wellness	Poliklinike, spa centri, <i>fitness</i> centri
Turistički sadržaji	Rekreativni objekti, kulturni programi, izleti, manifestacije
Sportska i outdoor ponuda	314 km biciklističkih i 40 km pješačkih staza, <i>Camino</i> ruta. Ostali sportski centri nabrojani u nastavku dokumenta.
Digitalna infrastruktura	Djelomična <i>wifi</i> pokrivenost. Aplikacija Visit Vodice, interaktivni kiosk u Turističkom informativnom centru Vodice.
Informacijska podrška	Turistički informativni centri, karte, brošure i vodiči s GPS rutama
Ekonomija destinacije	Ekonomija destinacije Vodice temelji se na snažnom i održivom turističkom sektoru koji generira najveći dio prihoda, potiče razvoj poduzetništva i cjelogodišnju lokalnu gospodarsku aktivnost, uz kontinuirana ulaganja u infrastrukturu, kulturu i kvalitetu turističke ponude.
Udaljenost od glavnih tržišta	Njemačka: 800 km, Austrija: 500 km, Slovenija: 400 km, Italija: 600 km
Razlozi dolaska turista	Odmor, vikend boravci, jednodnevni posjeti, kulturni, poslovni, vjerski, zdravstveni
Turistički proizvodi	Glavni: sunce i more. Dodatni: kulturni, zdravstveni, aktivni, kongresni, ruralni
Stanje infrastrukture	Kvalitetna, ali zahtijeva modernizaciju u digitalizaciji, sanitarnim i kongresnim kapacitetima.
Izazovi u destinaciji	Sezonalnost, pritisak na infrastrukturu ljeti, nedovoljna digitalna pokrivenost, nedostatak visoke kategorizacije smještaja

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Strategija održivog razvoja grada Vodica do 2030. godine

Vizija turizma Grada Vodica do 2030. temelji se na održivosti te zahtijeva punu posvećenost svih dionika iz javnog i privatnog sektora. Grad želi dugoročno očuvati i valorizirati svoje prirodne i kulturne resurse te poticati razvoj turizma koji je koristan lokalnoj zajednici. Poseban naglasak

stavlja se na selektivne oblike turizma, kao što su zdravstveni, kulturni, sportski, poslovni i eno-gastro turizam. Važno je stalno unaprjeđivati kvalitetu smještaja kako bi se smanjila sezonalnost. Kvalitetni ljudski resursi ključni su za ostvarenje tih ciljeva.

Razvojna vizija održivog turizma Grada Vodica do 2030. godine

Vizija i misija

Grad Vodice želi postati cjelogodišnja destinacija održivog turizma promičući ravnotežu između turističkog razvoja i kvalitete života lokalnog stanovništva. Temelji se na zaštiti prirodnih i kulturnih resursa, implementaciji zelenih politika, digitalizaciji i razvoju turističke ponude visoke dodane vrijednosti. Misija uključuje stvaranje konkurentnog i inovativnog turističkog proizvoda koji je privlačan i održiv, uz kontinuirano unaprjeđenje kvalitete usluga i infrastrukture. U Vodicama se planira sveobuhvatan razvoj turizma temeljen na održivosti, kvaliteti i ravnoteži interesa lokalne zajednice, posjetitelja i gospodarstva, s ciljem stvaranja atraktivne cjelogodišnje destinacije.

Do 2030. godine Vodice teže postati prepoznatljiva cjelogodišnja destinacija održivog turizma, utemeljena na načelima prostornog, gospodarskog, društvenog i ekološkog upravljanja. Fokus je na kontinuiranom unapređenju kvalitete smještaja, razvoju selektivnih oblika turizma (zdravstvenog, kulturnog, ruralnog, sportskog i dr.) te povezivanju ruralnih i urbanih područja u jedinstvenu turističku ponudu. Primjenom zelenih politika i digitalnih alata, Grad želi osigurati konkurentnost, kvalitetu usluge i nezaboravna iskustva posjetiteljima. Paralelno s time, prioritet je edukacija i osnaživanje ljudskih resursa, stvaranje uvjeta za cjelogodišnje zapošljavanje i poboljšanje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Strateški ciljevi održivog turizma Grada Vodica:

- razvoj turizma tijekom cijele godine i ravnomjernija prostorna distribucija turističkih aktivnosti
- očuvanje prirodne i kulturne baštine te održivo upravljanje prostorom i klimatskim resursima
- inovacije i konkurentnost uz primjenu digitalnih rješenja i zelene strategije
- unaprjeđenje konkurentnosti kroz inovacije, zelenu strategiju i digitalnu transformaciju

- poboljšanje strukture i kvalitete smještaja te podizanje razine ukupne turističke usluge
- jačanje brenda Grada Vodica provedbom Strategije brendiranja i promocije.

2. Analiza stanja

Analiza stanja predstavlja temelj za razumijevanje trenutnog položaja destinacije i polazišnu točku za planiranje budućeg razvoja. Kroz ovaj segment sagledavaju se ključni resursi, turistička ponuda, postojeća infrastruktura, organizacijski kapaciteti te vanjski i unutarnji čimbenici koji utječu na turizam. Cilj analize je prepoznati prednosti, slabosti, prilike i prijetnje (SWOT) kako bi se strateške smjernice temeljile na stvarnom kontekstu i provjerenim podacima. U obzir se uzimaju statistički pokazatelji, prostorni dokumenti, rezultati istraživanja, kao i mišljenja lokalne zajednice i dionika. Na temelju cjelovite slike stanja mogu se definirati prioriteti i ciljevi koji odgovaraju stvarnim potrebama i potencijalima destinacije.

Odgovorni turizam i društvena održivost

U destinaciji poput Vodica, gdje turizam snažno oblikuje lokalnu svakodnevicu, sudjelovanje zajednice predstavlja temelj odgovornog i održivog razvoja. Mnogi stanovnici izravno sudjeluju u turističkom gospodarstvu kao predstavnici hotela, kampova, pružatelji usluga u domaćinstvu, ugostiteljskih objekata, djelatnici turističkih agencija i drugih povezanih djelatnosti. Njihova uloga nije samo operativna, već i strateška, budući da se uključuju u donošenje odluka putem javnih rasprava, savjetovanja te sudjelovanjem u tijelima Grada Vodica i Turističke zajednice grada Vodica. Ova uključenost osigurava dvosmjernu komunikaciju i veću usklađenost turističkog razvoja, s potrebama i vrijednostima lokalne zajednice. Međutim, rast turizma, posebice u vršnim sezonama, ima i svoju cijenu. Rastuća ovisnost o turizmu zahtijeva pažljivo promišljeno upravljanje kojim se štiti kvaliteta života svih generacija stanovnika.

U cilju promicanja održive turističke potrošnje, Vodice sve više teže modelu koji potiče korištenje lokalnih proizvoda, smanjenje otpada te usmjeravanje stanovnika i turista prema ekološki prihvatljivim sadržajima. Iako ne postoje formalna ograničenja u pogledu broja turista niti sustavi naplate ulaza u atrakcije, destinacija putem inicijativa poput kulturnih događanja u zaleđu i projekata kao što je „Đardin je IN” aktivno potiče disperziju posjetitelja iz najopterećenijih zona, čime se doprinosi ravnomjernijem korištenju prostora i smanjenju pritiska na obalni pojas.

S obzirom na globalne trendove digitalizacije destinacija, Vodice su tek na početku uvođenja pametnih rješenja. Iako senzorski sustavi za nadzor gužvi, prometa i kapaciteta infrastrukture još uvijek nisu u funkciji, grad sustavno prati kvalitetu mora na 15 lokacija te uvodi optički internet, što će otvoriti vrata budućim digitalnim alatima. Aplikacije za vođenje turista, sustavi za nadzor potrošnje energije i bolji protok informacija između korisnika i pružatelja usluga predstavljaju sljedeći korak u modernizaciji destinacijskog menadžmenta.

U konačnici, kvaliteta upravljanja turizmom u Vodicama sve se više temelji na kvalitetnom omjeru gospodarskih interesa s društvenim i ekološkim ciljevima. U fokusu ostaje čovjek: stanovnik koji živi turizam i posjetitelj koji traži autentično, sigurno i održivo iskustvo. Razvojem održivih obrazaca ponašanja, modernih alata i jačanjem participacije zajednice, Vodice grade svoj put kao moderna mediteranska destinacija u kojoj su razvoj i dobrobit zajednice neraskidivo povezani.

S ciljem analize mišljenja stanovnika o turizmu u Vodicama, provedeno je *online* anketiranje. U nastavku prezentiramo najznačajnije zaključke na osnovi mišljenja 362 stanovnika Vodica.

Tablica 6: Rezultati istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu i utjecaju turizma na kvalitetu života

Obilježja uzorka	Uzorak je reprezentativan. Zastupljene su sve kategorije stanovništva promatrano po spolu, dobi, ekonomskom statusu, razini obrazovanja te se radi o ispitanicima koji imaju stalno prebivalište u Vodicama. Gotovo 90 % ispitanika u destinaciji živi dulje od 10 godina.
	☐ 362 ispitanika od čega:
	✓ 88 % ima stalno prebivalište u Vodicama
	✓ 86 % u Vodicama živi više od 10 godina
	✓ 60 % su žene, a 40 % su muškarci
	✓ 41 % je dobi od 26 do 45 godina, 30 % od 46 do 65 godina, 24 % u dobi do 25 godina, 5 % u dobi iznad 66 godina
	✓ 61 % ima završen fakultet ili viši stupanj obrazovanja, 19 % je završilo višu školu, a 16 % srednju školu
	✓ Mjesečna primanja kućanstva: 21 % njih ostvaruje mjesečna primanja u rasponu od 1501 do 2000 €, 19 % u rasponu od 2001 do 3000 €, 14 % u rasponu od 3001 do 4000 €, 11 % u rasponu višem od 4001 €, 10 % u rasponu od 1001 do 1500€ i 9 % u rasponu nižem od 1000 €

Značaj turizma za lokalnu zajednicu	Oko 65 % ispitanika ostvaruje prihode od turizma te približan udio njih smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na kvalitetu života. Njih 35 % ne ostvaruje prihode od turizma, a približno jednak udio smatra da turizam smanjuje kvalitetu života.
	✓ 50 % ispitanika ostvaruje dodatni prihod od turizma, 35 % ne ostvaruje prihode od turizma. Samo za 14 % njih turizam je glavni izvor prihoda
	✓ Utjecaj turizma na svakodnevni život: 35 % njih smatra da pomaže u održavanju kvalitete života, 32 % smatra da smanjuje kvalitetu života, 25 % smatra da pomaže u unapređenju kvalitete života i 8 % smatra da nema učinka

Utjecaj turizma na lokalnu zajednicu	Ispitanici percipiraju da turizam ima ispodprosječno pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu (na izvornost i autentičnost, očuvanje tradicije i kulture). Smatraju da ima pozitivan utjecaj u području samog izgleda destinacije i uporabe prostora, ali također ih više od polovice smatra da zbog turizma nedostaju sadržaji važni lokalnom stanovništvu.
	✓ Utjecaj turizma na izvornost i autentičnost (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 2,73, medijan 3, mod 3
	✓ Utjecaj turizma na očuvanje tradicije, običaja, kulture (raspon 1 – izrazito negativan utjecaj do 5 – izrazito pozitivan utjecaj): u prosjeku 3,04, medijan 3, mod 3
	✓ Utjecaj turizma na okoliš: osobnim primjerom pokazati da čuvamo okoliš (35 %), potrebno je dodatno poticati turiste da čuvaju okoliš (32 %), turizam ima pozitivan utjecaj, okoliš se dodatno uređuje (12 %), ali i 17 % ispitanika smatra da turizam ima negativan utjecaj na okoliš jer turisti nedovoljno čuvaju i ugrožavaju prirodnu baštinu
	✓ Utjecaj turizma na izgled destinacije: pozitivan utjecaj (51 %), nema utjecaj (8 %), ali 35 % ispitanika smatra da turizam ima negativan utjecaj na izgled destinacije
	✓ Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora: pozitivan utjecaj (54 %), nema utjecaj (9 %), ali 34 % smatra da ima negativan utjecaj na korištenje javnog prostora
	✓ Izgrađenost destinacije/korištenje prostora: prostor je loše planiran, umanjuje kvalitetu života lokalnih stanovnika (59 %). Dobro, ali ima prostora za poboljšanje (28 %)
	✓ Nedostatak sadržaja važnih lokalnom stanovništvu zbog turizma: da (54 %), ne (46 %)

Negativan	1/3 stanovništva ne osjeća opterećenje svakodnevnog života zbog turizma, 1/3 osjeća ponekad, a 1/3 osjeća izrazito. Više od 50 % ispitanika izražava
------------------	---

Obilježja razvoja turizma u destinaciji	nezadovoljstvo turizmom u području (zbog gužve, parkinga i buke), dok oko 20 % ispitanika ne osjeća negativan utjecaj turizma.
	☐ 37 ispitanika je u posljednjih mjesec dana većinom boravilo u Vodicama:
	✓ Tijekom turističke sezone svakodnevne aktivnosti na bilo koji način otežane: donekle (37 %), značajno otežane (35 %) nisu otežane (28 %)
	✓ Potreba prilagodbe dnevne rutine u cilju izbjegavanja turista, odnosno gužve: ponekad (44 %), često (44 %), nema potrebe (12 %)
	✓ Stanje s parkingom: gotovo nemoguće pronaći parkirno mjesto (63 %) nema problema s parkingom (26 %), dobro, podjednako u svim mjesecima (10 %)
	✓ Smetnje uzrokovane bukom: osjećaju utjecaj, ali im ne smeta (52 %), smeta im buka (28 %), ne smeta im buka (18 %), ne osjećaju buku (2 %)
	✓ Smetnje uzrokovane gužvom: osjećaju utjecaj, ali im ne smeta (48 %), smeta im buka (34 %), ne smeta im buka (17 %), ne osjećaju buku (1 %)
	Ispitanici djelomično pozitivno percipiraju obilježja razvoja turizma u destinaciji Vodice, ali prepoznaju i izazove.
	✓ Top 3 prednosti koje destinaciju izdvajaju od konkurencije: geografski položaj i prirodne ljepote (91 %), plaže (71 %), gastronomska ponuda (45 %)
	✓ Vrste turizma koje treba razvijati u destinaciji: aktivni turizam (biciklizam, pješačenje, aktivnosti na plaži) (71 %), festivalski turizam (71 %), osmišljavanje pješačkih ruta, tematski itinereri (54 %), turizam temeljen na prirodnim ljepotama (44 %), eno-gastro (53 %), izletnički turizam (38 %), turizam temeljen na <i>wellbeingu</i> (36 %)
	✓ Izazovi u Vodicama: turizam povećava troškove života (71 %), ovisnost stanovnika o prihodima od turizma (60 %), pretvaranje stanova u turističke apartmane (48 %), turizmom uzrokovana nedovoljna raspoloživost stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni (40 %)
	✓ Način implementacije održivih praksi u lokalnoj zajednici: biram uređaje s visokom energetsom učinkovitošću (56 %), koristim štedne žarulje (56 %), biram kvalitetnu izolaciju stambenog prostora (40 %), više hodam, manje koristim automobil (49 %), koristim bicikl ili pješačim (48 %), sadim vlastiti vrt (33 %)
	✓ Izazovi u razvoju turizma u sljedećih 5 godina: razvoj turizma koji neće umanjiti kvalitetu života lokalnog stanovništva (60 %), zadržavanje stanovnika i povratak mladih nakon studija (55 %), nove atrakcije i događanja (46 %), ujednačen turistički promet tijekom godine (42 %), izvrsnost u omjeru cijene i kvalitete (40 %)
	✓ Perspektiva razvoja turizma u sljedećih 5 godina: preizgrađena destinacija koja više nije privlačna turistima (52 %), destinacija s produženom sezonom i cjelogodišnjim turizmom (17 %), nemam dovoljno informacija (15 %), razvijena destinacija s prevelikom sezonalnošću (11 %)

Zadovoljstvo razvojem destinacije	Ispitanici su iznadprosječno zadovoljni razvojem turizma i životom u Vodicama. U prosjeku su najviše zadovoljni životom u Vodicama, a najmanje načinom upravljanja turizmom.
	✓ Ukupno turizmom u Vodicama (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,15
	✓ Ukupno životom u Vodicama (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,85
	✓ Životom u Vodicama u posljednjih mjesec dana (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,43
	✓ Načinom upravljanja turizmom (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,78

Kvaliteta turističke ponude	Ispitanici su najzadovoljniji prirodom i bioraznolikošću, sportskim i kulturnim sadržajima te turističkim atrakcijama, a najmanje su zadovoljni događanjima tijekom godine.
	✓ Priroda i bioraznolikost (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,67
	✓ Turističke atrakcije (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,83
	✓ Kulturni sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,09
	✓ Sportski sadržaji (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,04
	✓ Događanja tijekom cijele godine (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,48

Kvaliteta turističke infrastrukture	Ispitanici procjenjuju iznadprosječno kvalitetnima pješačke i biciklističke staze .
	✓ Biciklističke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,30
	✓ Pješačke staze (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,61

Kvaliteta komunalne i prometne infrastrukture	Ispitanici najvišom kvalitetom ocjenjuju čistoću grada i način zbrinjavanja otpada, prosječnom razinom kvalitete prometna rješenja u destinaciji, a ispodprosječno kvalitetnima procjenjuju i mogućnosti parkiranja.
	✓ Čistoća grada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 5,14
	✓ Mogućnost parkiranja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,0
	✓ Prometna rješenja (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 3,62
	✓ Način zbrinjavanja otpada (raspon 1 – nisko zadovoljstvo do 7 – visoko zadovoljstvo): u prosjeku 4,94

Izvor: Analiza mišljenja stanovnika, obrada autora

Napomena: medijan – dijeli uređeni niz podataka na dva dijela (50 % odgovora je niže, a 50 % više vrijednosti), mod – vrijednost s najčešćom frekvencijom

Medijan i mod korišteni su kao kontrolni pokazatelji srednjih vrijednosti. Vrijednosti aritmetičke sredine (prosječne vrijednosti), medijana i moda pokazuju da ispitanici nisu davali odgovore s ekstremnim vrijednostima.

Na temelju rezultata istraživanja stavova lokalnog stanovništva o turizmu u Vodicama, mogu se izdvojiti sljedeći najvažniji aspekti koje su stanovnici naglasili:

Najbolje percipirani aspekti

Zadovoljstvo životom u Vodicama je iznadprosječno. Prosječna ocjena je 4,85 na skali od 1 do 7, što znači da građani općenito pozitivno ocjenjuju život u Vodicama. Čistoća grada i komunalne usluge imaju najvišu prosječnu ocjenu (5,14), a zbrinjavanje otpada je visoko ocijenjeno (4,94). Priroda i bioraznolikost su pozitivno ocijenjene (4,67) vrlo dobrim ocjenama za biciklističke (4,30) i pješačke staze (4,61). Kao glavne prednosti lokalnog identiteta stanovnici izdvajaju geografski položaj, prirodne ljepote (91 %) i plaže (71 %). Većina također osobno ulaže u održive prakse, kao što su štednja energije i uređenje okoliša. Što se tiče utjecaja turizma na izgled destinacije i korištenje javnog prostora, 51 % ispitanika pozitivno procjenjuje utjecaj na izgled destinacije, a 54 % pozitivno gleda na korištenje javnog prostora.

Najveći izazovi

Mogućnost parkiranja ima najnižu prosječnu ocjenu – samo 3,0/7. Čak 63 % ispitanika tvrdi da je gotovo nemoguće pronaći parkirališno mjesto tijekom glavne turističke sezone. Buka i gužva: više od polovice stanovnika izražava nezadovoljstvo bukom, gužvom i opterećenjem u svakodnevnom životu tijekom sezone. Događanja tijekom cijele godine: prosječna ocjena (3,48) ukazuje na potrebu za ravnomjernijom ponudom tijekom cijele godine. Percepcija razvoja i upravljanja turizmom: stanovnici su najniže ocijenili način upravljanja turizmom, posebice prevelik broj apartmana (ocjena 3,78). Čak 59 % stanovništva smatra da je prostor loše planiran. Stambena politika i cijene: velik broj stanovnika vidi problem u rastu cijena, prenamjeni stanova u apartmane te smanjenoj dostupnosti stambenog prostora za život. Nedostatak sadržaja za lokalno stanovništvo: 54 % smatra da zbog turizma nema dovoljno sadržaja koji su važni stanovnicima. Očuvanje autentičnosti i tradicije: utjecaj turizma na očuvanje tradicije i autentičnosti ocijenjen je samo prosječno (3,04 i 2,73 na ljestvici od 1 do 5).

Navedeni rezultati jasno pokazuju da Vodice imaju snažan turistički identitet i visoku kvalitetu života, ali su izložene izazovima poput održivosti, pritiska na komunalnu i prometnu infrastrukturu te potrebe za boljim upravljanjem turističkim rastom, što je naglašeno kao najveća prijetnja kvaliteti života i rada u Vodicama u budućnosti.

2.1. Analiza turističkih proizvoda i usluga

Turizam je jedna od ključnih gospodarskih djelatnosti u Vodicama, a njegova održiva valorizacija temelj je daljnjeg razvoja lokalne zajednice. U svrhu očuvanja prirodne i kulturne baštine te podizanja kvalitete boravka gostiju, Plan upravljanja turizmom predviđa unaprjeđenje postojećih te razvoj novih turističkih usluga i proizvoda usmjerenih na cjelogodišnji turizam.

Tablica 7: Analiza obilježja gostiju u 2024. godini

Element analize	Hoteli	Privatni smještaj	Kampovi/tur. naselja
Sociodemografski profil	Srednja do visoka razina cijena, gosti iz Hrvatske, Njemačke, Austrije, Italije	Obitelji, mlađi parovi, gosti iz Hrvatske, Poljske, Češke, Slovenije	Mlađi parovi, obitelji s djecom, turisti iz Nizozemske i Njemačke

Kapacitet	1195 smj. jedinica	4318 smj. jed. + ostali	185 smj. jedinica
Noćenja godišnje	383 862	783 941	28 811 noćenja
Motivi dolaska	Opuštanje, <i>wellness</i> , sigurnost, uređenost destinacije, MICE (kongresni segment)	Sunce i more, cijena, preporuke	Priroda, sloboda, aktivni turizam
Prosječna cijena (noćenje)	100–150 € (soba)	40–80 € (za 2 osobe)	30–60 € (za 2 osobe)
Pros. dnevna potrošnja	120–180 € (2 osobe)	60–100 € (2 osobe)	50–90 € (2 osobe)
Duljina boravka	4–6 dana	7–10 dana	6–8 dana
Ocjena zadovoljstva	Visoka, naglasak na uslugu i udobnost	Srednje do visoka – neujednačena kvaliteta, ovisi o domaćinima	Srednje – blizina prirode i opuštena atmosfera
Sezonalnost	Srpanj i kolovoz dominiraju, ali je bilježen kontinuirani rast u pred i posezoni	Vrlo izražena, većina noćenja u 7. i 8. mjesecu	Visoka
Način rezervacije	Online platforme, direktno	Booking.com, Airbnb, osobni kontakti	Kamping portali, direktne rezervacije
Postotak povratka (lojalnost)	25–30 %	15–20 %	30–35 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 8: Motivi dolaska gostiju po mjesecima

Mjesec	Glavni motivi dolaska gostiju
Siječanj	Mir i opuštanje, <i>wellness</i> , posjeti rodbini, poslovna putovanja
Veljača	Valentinovo i <i>wellness</i> paketi, mir i odmor, lokalne manifestacije
Ožujak	Kulturni turizam, aktivni odmor (šetnje, biciklizam), školski izleti
Travanj	Uskrs, proljetni praznici, prvi nautičari, biciklističke ture, kongresi
Svibanj	Aktivni odmor, sportski turizam, kongresi, cikloturizam, školske ekskurzije
Lipanj	Obiteljski odmor, sunce i more, festivali, kulturni turizam
Srpanj	Glavna sezona: sunce i more, obiteljski odmor, zabava, festivali, noćni život
Kolovoz	Glavna sezona: sunce i more, obiteljski i generacijski odmor, događanja
Rujan	Aktivni odmor, eno-gastro turizam, sunce i more
Listopad	Kulturni turizam, cikloturizam, vikend odmor, kongresni turizam
Studeni	Poslovna događanja, kongresni turizam, <i>wellness</i> , posjeti rodbini, regate

Prosinac	Adventske manifestacije, zimski odmor, doček Nove godine
-----------------	--

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 9: Tipovi boravka gostiju u Vodicama:

Tip boravka	Opis
Jednodnevni posjeti	Posjetitelji koji dolaze iz okolnih mjesta ili su na proputovanju – najčešće tijekom ljeta radi kupanja, izleta ili događanja.
Kratki boravci (2–3 dana)	Vikend putnici, kongresni turizam, poslovni gosti ili posjetitelji događanja – češći u predsezoni i posezoni.
Boravci (4+ dana)	Obitelji, gosti iz inozemstva, dolazak na ljetovanje – dominantni oblik boravka u srpnju i kolovozu.
Boravci 7+ dana	Ljetovanje, zdravstveni turizam, posjet nacionalnim parkovima, okolici

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 10: Tipovi boravka gostiju u Vodicama s tržištima i motivima

Tip boravka	Postotak zastupljenosti	Najzastupljenija tržišta
Jednodnevni posjeti	~10–15 %	Hrvatska (Zadar, Šibenik, Split), BiH
Kratki boravci (2–3 dana)	~25–30 %	Hrvatska, Slovenija, Austrija, BiH
Dulji boravci (4+ dana)	~55–65 %	Njemačka, Poljska, Češka, Slovačka, Austrija

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 11: Komparativne prednosti destinacije: Vodice

Naziv komparativne prednosti	Razlog	Prostor za napredak
1. Prirodna atraktivnost, sunce i more	Obala, plaže, blizina Nacionalnog parka Krka i Nacionalnog parka Kornati	Dodatno uređenje plaža, interpretacija prirodne baštine, povezivanje s nacionalnim parkovima
2. Raznovrstan smještajni kapacitet	Hoteli, apartmani, kampovi – široka ponuda za različite ciljne skupine	Podizanje kvalitete privatnog smještaja i kampova
3. Dobra prometna povezanost	Blizina autoceste, zračna luka Zadar i Split, marina	Bolje povezivanje sa zaleđem, digitalno mjerenje jednodnevnih posjetitelja, upravljanje turističkim tokovima

4. Tradicija i kulturna baština	Događanja, lokalna gastronomija, običaji	Interpretacijski centri, brendiranje baštine, moderni oblici prezentacije
5. Prepoznatljivost na tržištu	Dugogodišnja prisutnost na turističkoj sceni, stalni gosti	Jače digitalno oglašavanje, ciljani marketing izvan glavne sezone, upravljanje kvalitetom

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 12: Turistička infrastruktura destinacije Vodice

Kategorija	Broj / Raspoloživost	Kapacitet (osoba)	Prosječna cijena po osobi (EUR)
Ugostiteljski objekti – restorani	72	~ 5760	20–40 €
Ugostiteljski objekti – barovi, kafići	cca 60	~2000 sjedećih mjesta	2–6 € (piće)
Atrakcije (prirodne, kulturne, eno-gastro)	~20 glavnih lokacija	ovisno o tipu atrakcije	5–15 € (ulaznice); gastro: 25–50 €
Javni toaleti (na atrakcijama i rutama)	10 lokacija	/	0–1 €
Biciklističke staze	314	/	Besplatno
Biciklističke rute (označene)	15 ruta - 12 ruta označeno	/	Besplatno
Pješačke staze	31 km	/	Besplatno
Planinarske staze	3 označene trase	/	Besplatno
Lučki kapaciteti – marina i privez	marina + privezišta	~500 plovila	ovisno o veličini broda
Parking (javni, naplatni)	800 mjesta	/	1–2 € po satu
Tržnica	1 tržnica	/	Varira po proizvodu
Turističko-informativni centri (TIC)	2 lokacije (centar i luka)	/	Besplatno
Najam bicikala / skutera / brodica	Turističke agencije	/	15–70 € po danu (ovisno o opremi)

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 13: Statistika za razdoblje 1. 1. – 31. 12. 2024.

Vrsta objekta	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Komercijalni objekti	230 656	231 553	100	1 197 370	1 193 512	100
Nautika	6455	7059	91	41 367	45 731	90
UKUPNO KOM.&NAUTIKA:	237 111	238 612	99	1 238 737	1 239 243	100
Nekomercijalni objekti	7391	7902	94	111 307	125 750	89
UKUPNO:	244 502	246 514	99	1 350 044	1 364 993	99

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 14: Statistika po državama – komercijalni objekti 1. 1. – 31. 12. 2024., prikaz za najznačajnija tržišta

Država	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja	Udio noćenja 2024	Udio noćenja 2023
Hrvatska	58 667	63 563	92	226 439	238 287	95	18,9 %	20,0 %
Njemačka	21 936	23 385	94	150 157	160 620	93	12,5 %	13,5 %
Slovačka	19 583	19 049	103	134 095	131 898	102	11,2 %	11,1 %
Poljska	17 196	17 042	101	121 520	122 359	99	10,1 %	10,3 %
Češka	13 928	14 048	99	94 675	99 251	95	7,9 %	8,3 %
Slovenija	16 280	15 717	104	90 984	84 857	107	7,6 %	7,1 %
Mađarska	14 287	12 880	111	76 462	69 885	109	6,4 %	5,9 %
Austrija	12 201	12 405	98	59 862	62 624	96	5,0 %	5,2 %
Bosna i Hercegovina	11 038	10 154	109	47 241	42 815	110	3,9 %	3,6 %
Ukrajina	3555	2747	129	23 989	19 777	121	2,0 %	1,7 %
Nizozemska	4590	3 952	116	22 935	20 337	113	1,9 %	1,7 %
Švedska	2638	2457	107	15 868	14 779	107	1,3 %	1,2 %
Ujedinjena Kraljevina	2683	2739	98	14 918	15 598	96	1,2 %	1,3 %
Francuska	4854	4095	119	14 088	12 544	112	1,2 %	1,1 %
Italija	2491	2661	94	11 657	13 778	85	1,0 %	1,2 %
Srbija	2061	1804	114	11 041	9503	116	0,9 %	0,8 %
Švicarska	2666	2768	96	10 765	11 740	92	0,9 %	1,0 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 15: Statistika po vrsti objekta – komercijalni objekti, 1. 1. – 31. 12. 2024.

Vrsta objekta	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Objekti u domaćinstvu	100 665	97 338	103	692 683	686 918	101
Hoteli	107 802	113 857	95	383 862	396 482	97
Ostali ugostiteljski objekti	16 346	14 369	114	91 258	78 058	117
Kampovi	5775	5923	98	28 811	31 387	92
Objekti na OPG-u	68	66	103	756	667	113
UKUPNO:	230 656	231 553	100	1 197 370	1 193 512	100

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 16: Statistika po naseljima – komercijalni objekti, 1. 1. – 31. 12. 2024.

Naselje	Dolasci 2024	Dolasci 2023	Indeks dolasci	Noćenja 2024	Noćenja 2023	Indeks noćenja
Vodice	197 635	201 083	98	966 502	970 481	100
Srima	28 690	26 461	108	198 550	192 508	103
Prvić Luka	2437	2432	100	17 331	16 423	106
Prvić Šepurine	1203	1152	104	9915	10 947	91
Čista Velika	352	215	164	2186	1557	140
Čista Mala	201	96	209	1 705	778	219
Gaćezezi	98	81	121	783	565	139
Grabovci	40	33	121	398	253	157
UKUPNO:	230 656	231 553	100	1 197 370	1 193 512	100

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 17: Hoteli – iskoristivost smještajnih kapaciteta (% godišnje)

Kategorija	Br. objekata	Smješt. jedinice	Br. kreveta	Dolasci	Noćenja	Iskoristivost (%)
3★	6	257	561	34 495	125 141	61,1 %
4★	9	733	1395	66 309	223 094	43,8 %
Komfor	7	205	424	6998	35 627	23,0 %
UKUPNO	22	1195	2380	107 802	383 862	44,2 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 18: Kampovi – iskoristivost smještajnih kapaciteta (%)

Kategorija	Br. objekata	Smješt. jedinice	Br. kreveta	Dolasci	Noćenja	Iskoristivost (%)
3★	1	151	453	5220	26 866	16,3 %
Nema kategorizacije	3	34	102	555	1945	5,2 %
UKUPNO	4	185	555	5775	28 811	14,2 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 19: Smještaj u domaćinstvu – iskoristivost smještajnih kapaciteta (%)

Kategorija	Br. objekata	Smještajne jedinice	Br. kreveta	Dolasci	Noćenja	Iskoristivost (%)
1★	6	31	84	1232	6879	22,4 %
2★	39	115	314	2012	13 763	12,0 %
3★	1361	3228	8957	75 504	520 218	15,9 %
4★	241	423	1502	11 273	76 360	13,9 %
5★	8	13	63	451	3210	13,9 %
Nema kategorizacije	177	507	1356	10 193	72 253	14,6 %
UKUPNO	1832	4317	12 276	100 665	692 683	15,5 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Ostali ugostiteljski objekti iz skupine hoteli-kampovi, što se odnosi na apartmane, sobe, vile, kuće za odmor u vlasništvu pravnih i fizičkih osoba (obrta), uključuju i depandansu. Arausa (koja je pod Hotelima Vodice zbog kategorizacije) te vile i Flora Madera od hotela Imperial d.d.

Tablica 20: Ostali ugostiteljski objekti iz skupine hoteli-kampovi

Vrsta	Kategorija	Br. objekata	Smješt. jedinice	Br. kreveta	Dolasci	Noćenja	Iskoristivost (dani)
Odmaralište Požega	1★	1	80	250	805	7373	29,49
App, sobe, kuće, ville	2★	4	37	100	301	1414	14,14
App, sobe, kuće, ville	3★	84	492	1 331	9566	52 441	39,39
App, sobe, kuće, ville	4★	44	262	729	5562	29 180	40,02
App, sobe, kuće, ville	5★	2	2	18	112	880	48,89
Arausa (Rudan)	3★	1	61	119	3789	15 180	127,56
Flora Madera – Imperijal	3★	1	152	304	—	0	

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Napomena: Određeni dijelovi hotela uključeni su u ovaj segment statistike, kao što su Arausa, Flora Madera i Dep. Lucija, dio su hotela Imperial, a njihovi dolasci i noćenja sadržani su u hotelskim podacima.

Tablica 21: Statistika za nekomercijalni smještaj

Nema kategorije	Br. objekata	Smješt. jedinice	Br. kreveta	Dolasci	noćenja	Iskoristivost po krevetu
	2548	2558	9006	7391	111 307	12,35

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 22: Obiteljska poljoprivredna gospodarstva (OPG)

Kategorija	Br. objekata	Smješt. jedinice	Br. kreveta	Dolasci	Noćenja	Iskoristivost (%)
1 sunce	1	1	2	43	474	64,9 %
3 sunca	2	2	20	25	282	3,9 %
UKUPNO	3	3	22	68	756	9,4 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Situacijska analiza strukture smještajnih kapaciteta

Vodice raspolažu s više od ukupno 27 000 kreveta, uključujući komercijalni, nekomercijalni i kamping smještaj. Glavni dio čini privatni smještaj, koji ima višestruko više ležajeva od hotelskog smještaja. Hoteli (s 3 i 4 zvjezdice) imaju u ponudi 1 195 jedinica i 2 380 kreveta, s prosječnom iskoristivošću od 161,29 noćenja po krevetu godišnje, što je konkurentan rezultat. Hoteli s 4 zvjezdice imaju bolju apsolutnu iskoristivost, ali kada se uključe svi pripadajući kapaciteti (npr. dependanse), iskoristivost pada s 159,92 na 144,40. Popunjenost hotela s 3 zvjezdice bez dependansi iznosi 223,07, a s dependansama 144,67, što sugerira da su dependanse slabo iskorištene. Privatni smještaj (domaćinstva) broji čak 12 276 kreveta u 1 832 objekta, s prosječnom iskoristivošću od 56,42 %, što je znatno niže od hotelske razine. Kampovi imaju vrlo ograničen obujam (555 kreveta) i nisku iskoristivost od 51,91 %, što ukazuje na prostor za napredak i optimizaciju proizvoda. Objekti na OPG-ovima su još uvijek mali segment (22 kreveta, 756 noćenja), ali uz vrlo visoku iskoristivost. Objekt s 1 zvjezdicom ima 237, što upućuje na nišnu potražnju za autentičnim iskustvima. Nekomercijalni smještaj (vikendice, apartmani za vlastite potrebe i sl.) čini značajan udio, no uz vrlo slabu iskoristivost od samo 12,35 dana, što predstavlja izazov, ali i potencijal za repozicioniranje.

Prosječne cijene smještaja: hotelske cijene (4*) postižu cijenu od 260–380 € u visokoj sezoni, što ih čini tržišno konkurentnima. U lipnju/rujnu prosječne cijene soba iznose između 199 i 315 €. Smještaj u domaćinstvu (apartmani 4)* izvan sezone postiže cijenu od 50 do 60 €, a u glavnoj sezoni od 70 do 120 €. Smještaj u domaćinstvu s 3* gotovo je iste cijene kao i smještaj s 4*, što signalizira nužnost revizije kategorizacije, repozicioniranja i kvalitetnijeg upravljanja cijenom i kvalitetom.

Iskoristivost i sezonalnost: hoteli pokazuju najvišu iskoristivost i duljinu boravka uz izraženiju stabilnost, dok privatni smještaj i ostale vrste smještaja bilježe snažnu sezonalnost. Najveći broj noćenja ostvaruju apartmani i sobe s 3*, ali uz iskoristivost ispod 60 dana, što ukazuje na velik

prostor za unaprjeđenje strategije te upravljanja cijenom, kvalitetom i promocijom. Primjetno je sve bolje popunjavanje apartmana više kategorije, naročito onih s 4 zvjezdice.

Hotelski smještaj

Održana fokus grupa s hotelijerima iz Vodica donijela je niz važnih uvida koji jasno ukazuju na potrebe, izazove i potencijale destinacije. Uspoređujući Vodice s konkurentskim destinacijama, sudionici su istaknuli Makarsku, koja se smatra preizgrađenom u odnosu na Vodice, što potvrđuje povoljnija percepcija Vodica u pogledu prostornog planiranja. Kao dodatni konkurenti spomenuti su Primošten, Biograd, kao i Opatija, zahvaljujući zdravstvenom turizmu. Opatijski hoteli imaju cjelogodišnji turizam i privlače goste zbog liječenja u klinikama i dentalnih usluga, a kao pozitivan primjer upravljanja destinacijom izdvaja se Poreč.

Zdravstveni turizam u Vodicama doživljava uspon u proljeće i jesen kada gosti ostaju u prosjeku dva do tri dana. Iznimno su zadovoljni uslugama koje su do tri puta povoljnije nego u drugim destinacijama u Europi, uz vrlo visoku kvalitetu. Gosti koriste usluge estetske kirurgije i dijagnostike te su smješteni u hotelima i privatnom smještaju.

Kao ključne atrakcije koje nedostaju Vodicama ističu se zatvoreni bazen, spa centri, atletska staza i aquapark. S obzirom na to da je *aquapark* u šibenskom Solarisu često popunjen, predlaže se mogućnost razvoja sličnog sadržaja u Vodicama. Sudionici ističu da bi stacionarni gosti, službeno prijavljeni u destinaciji, trebali imati prednost pri rezervaciji parkirnog mjesta.

Prosječna popunjenost hotelskih kapaciteta pokazuje pozitivan trend jer predsezona počinje ranije, a posezona se produžava. Mjeseci lipanj i rujan izjednačili su se po rezultatima, dok travanj, listopad i studeni bilježe sve snažniju popunjenost. Primjetan je porast kongresnog turizma, stoga se može zaključiti da su destinaciji potrebna događanja tijekom cijele godine kako bi se ravnomjernije rasporedio turistički promet i zadovoljili interesi gostiju izvan glavne sezone.

Digitalizacija je ocijenjena kao slabije razvijena. Glavni alat koji hoteli koriste je *revenue management* softver, dok ostali oblici digitalne prisutnosti i upravljanja nisu na zadovoljavajućoj razini. Komunalna infrastruktura predstavlja ozbiljan izazov.

Hotelijeri su jasno naglasili da Vodice imaju veliki potencijal, ali da bez sustavne organizacije, prostornog upravljanja, infrastrukturnih ulaganja i kontrole sadržaja, kvaliteta boravka može biti narušena. Poseban naglasak stavljen je na ravnotežu između interesa lokalnog stanovništva, gostiju i nosivog kapaciteta destinacije.

Hotel Olympia i Olympia Sky

Trenutna rekonstrukcija hotela Olympia temelji se na sredstvima osiguranim putem Nacionalnog plana oporavka i otpornosti (NPO), koja se moraju realizirati u roku od dvije godine. Projekt se odvija u dvjema fazama. Prva faza je već završena te obuhvaća renoviranje restorana, fasade zgrade B, balkona, postavljanje solarnih panela i dizalice topline u kotlovnici, kao i preuređenje lobija. U drugoj fazi planira se završetak renovacije preostalih triju strana zgrade, novi izgled recepcije, uređenje konobe i disco kluba, digitalizacija poslovanja te opremanje kongresne dvorane suvremenim digitalnim rješenjima. Fokus cijelog procesa je na digitalizaciji, održivosti i zelenim rješenjima. Financiranje se djelomično realizira iz NPO-a (40–50 %), a ostatak osigurava hotel iz vlastitih sredstava. U sklopu druge faze modernizacije planira se dodatno uvođenje naprednih AI rješenja u poslovanju, s naglaskom na digitalnu transformaciju i na održivost. Kongresna dvorana bit će uređena u skladu s novim standardima te će biti opremljena za hibridne i digitalne događaje. Paralelno s rekonstrukcijom, u planu je i renoviranje cijelog Hotela Olympia kako bi se kvaliteta usluge izjednačila u obama hotelima, Olympia i Olympia Sky. Ta dva objekta su arhitektonski i funkcionalno povezana, dijele zajedničke sadržaje i restorane te sudjeluju u istoj destinacijskoj ponudi i organizaciji evenata. Razvoj destinacije nije moguć bez kvalitetnog hotelskog smještaja. Potrebno je kontinuirano podizati razinu kvalitete, a konkurencija u Hrvatskoj surađuje s vodećim svjetskim edukacijskim institucijama. Kao jedan od ključnih izazova ističe se potreba za dodatnim znanjima. Udruga poslodavaca u hotelijerstvu (UPUH) prepoznata je kao partner koji pruža izvrsna

edukativna rješenja. Njihov program uključuje niz online edukacija i angažman vanjskih predavača. Voditelji i menadžeri hotela redovito se upućuju na edukacije. Ljudski potencijali unutar hotela ocijenjeni su izuzetno pozitivno jer su zaposlenici lojalni tvrtki i ne odlaze. Svi govore hrvatski jezik, što je iznimno važno za kvalitetnu komunikaciju s gostima i lokalnim stanovništvom. Mladi kadrovi se podržavaju. Glavni kuhar ima samo 24 godine, a tijekom sezone zapošljava se oko 300 djelatnika, koji su smješteni u privatnom smještaju. Istaknuta je potreba za stvaranjem „Akademije hotela“ koja bi objedinila sve funkcije hotelskog poslovanja i pružila vrhunsku praksu učenicima i studentima kroz obrazovanje usmjereno na stvarna znanja i kompetencije potrebne tržištu. Izazovi u smještaju radnika rješavaju se najmom privatnog smještaja. U budućnosti je nužno planirati posebne zone za izgradnju stanova za djelatnike Vodica. Izuzetno je važan razvoj politike zapošljavanja domaćeg kadra, kao i kadra koji dolazi u destinaciju. Smatra se nužnim postaviti jezične norme kako bi svi zaposlenici mogli kvalitetno komunicirati hrvatskim jezikom. Iznimno je važno održavati ravnotežu cijene i visoke razine usluge. Destinacijska ponuda mora biti ujednačena i konzistentna. Potrebno je unaprijediti urbanu opremu. Izgled terasa, reklamnih ploča i štekata mora biti estetski ujednačen te prilagođen vizualnom identitetu destinacije. Motivi dolaska gostiju su ponajprije kupanje i boravak na plažama, ali trenutna situacija pokazuje da je ponuda smještaja ograničena. Samo oko 1 500 smještajnih jedinica u Vodicama zadovoljava kriterije kvalitete, dok je ostatak ponude niže razine. Trgovačka ponuda gotovo da ne postoji, a kapaciteti parkinga su nedostatni. Uređenost grada i javnih prostora gosti su ocijenili visokom ocjenom, osim u pojedinim segmentima. Plaže su prenapučene i zahtijevaju bolju organizaciju. Ugostiteljska i trgovačka ponuda na plažama mora biti raznolika i kvalitetna. Postoji snažna potreba za redefiniranjem koncepta razvoja Vodica. Grad mora imati jasan plan upravljanja, koji uključuje kontrolu nad time što se otvara i pod kojim uvjetima, te uvođenje minimalnog trajanja rada od deset mjeseci godišnje za određene uslužne djelatnosti. Prepoznata je potreba za stvaranjem poduzetničkih inkubatora koji bi poticali razvoj novih ideja i poslovanja. Također, nužno je osmisliti mjere koje će potaknuti lokalne proizvođače i uravnotežiti razlike u cijeni njihovih proizvoda na tržištu. Zaključno, Vodicama je potreban strateški pristup razvoju destinacije, kvaliteta u svakom segmentu te koordinirano i pametno upravljanje svim resursima.

Hotel Seesea

Novootvoreni hotel Seesea u Vodicama ističe se profesionalnim menadžmentom, koji bogatim iskustvom ostvaruje iznimne rezultate već od prvog mjeseca poslovanja. Tijekom gotovo cijele godine hotel uspješno privlači grupe gostiju s američkog, talijanskog i britanskog tržišta, kao i individualne posjetitelje iz Hrvatske, Njemačke i Austrije. Visoki standard usluge prati prosječna cijena sobe od oko 180 eura na dan. Objekt se nalazi u blizini plaže i centra Vodica. Zahvaljujući pažnji posvećenoj svakom detalju i kontinuiranom podizanju kvalitete, hotel postavlja nove standarde u destinacijskoj ponudi. Za daljnji rast popunjenosti i razvoj hotelskih kapaciteta u Vodicama, ključno je još snažnije povezivanje s destinacijskim menadžmentom Vodica te intenzivnija komunikacija na tržištu.

Preporučuje se organizirati gastro festivale u proljeće i jesen, nastaviti s češćom provedbom događanja poput Street food festivala i tematskih večeri te koordinirati sa svim sportskim resursima u Vodicama, s ciljem privlačenja sportskih grupa i individualnih gostiju koji žele koristiti novu sportsku dvoranu, fitness programe i rekreacijske sadržaje. Takav integrirani pristup će u budućnosti omogućiti veći ekonomski učinak hotela, znatnije smanjenje sezonalnosti te potvrditi Vodice kao destinaciju cjelogodišnjeg turizma visoke kvalitete.

Hotel Maestral – Prvić

Hotel na otoku Prvić radi od početka travnja do sredine listopada. Unatoč sezonskom radu, svi zaposlenici imaju stalni radni odnos. Hotel ima sobe, usluge pansiona i à la carte restoran koji je otvoren za vanjske goste. Zanimljivo je da hotel posjećuju gosti iz cijelog svijeta, uključujući grupe plivača koji već godinama posjećuju Hotel Maestral i Prvić. Nastojeći imati održivo poslovanje, instalirani su solarni paneli, koriste se prirodni deterdženti, nabavljaju se lokalne namirnice i lokalna vina. Ponuda u restoranu prilagođena je osobama s intolerancijama te uključuje jela bez laktoze, glutena, za vegetarijance i vegane. Najveći izazov predstavlja odvoz selektiranog otpada s otoka (papir, plastika), što bi svakako trebalo riješiti u budućnosti, kao i definirati mjesto za pristajanje na Srima, do kojeg stanovnike Prvića gotovo svakodnevno prevozi taxi boat radi obavljanja svakodnevnih obaveza u Vodicama.

Analiza mišljenja hotelijera

Na temelju analize ankete među hotelijerima u Vodicama, dobiven je detaljan uvid u percepcije, stavove i izazove s kojima se suočavaju u kontekstu razvoja održivog turizma. Hotelijeri smatraju gastronomsku ponudu (100 %), prirodne ljepote i geografski položaj (80 %) te blizinu autoceste (60 %) **najvišim vrijednostima destinacije**. Međutim, kulturna ponuda (4,6/7) i događanja (4,2/7) percipiraju se kao slabije razvijeni segmenti, što otvara prostor za strateški daljnji razvoj. **Stavovi o vrstama turizma i razvoju suradnje:** hotelijeri snažno podržavaju razvoj aktivnog turizma (100%), zatim *well-being* turizma (80 %) i kulturnog turizma (60 %). U pogledu institucionalne suradnje, iako se Turistička zajednica i Grad Vodice smatraju kvalitetnim partnerima (80 % mišljenja hotelijera), dio hotelijera naglašava potrebu za intenzivnijim dijalogom i koordinacijom s lokalnom samoupravom (40 %) te redovitijim sastancima i boljom komunikacijom (40 %). Postoji prostor za uspostavljanje jačeg operativnog okvira suradnje. **Problemi tržišta i regulatorni izazovi:** hotelijeri izražavaju zabrinutost zbog preizgrađenosti i nedovoljne diferencijacije smještajnih kapaciteta, upozoravaju na složene procedure zapošljavanja strane radne snage te predlažu unapređenja digitalizacijom, javnom dostupnošću informacija i olakšavanje administracije. **Sigurnost, sezonalnost i poslovni pokazatelji:** sigurnost destinacije ocijenjena je visoko. Većina hotela posluje 6–9 mjeseci godišnje, a prosječna godišnja popunjenost je relativno niska i iznosi 52,8 %. Uočena je visoka disperzija u cijenama i prihodima: prosječna dnevna potrošnja po gostu varira od 40 € do 200 €, dok povrat gostiju unutar pet godina ne prelazi 50 % kod većine. **Edukacije zaposlenika** su vrlo ograničene jer većina hotela ulaže do 100 eura po zaposleniku godišnje, što potvrđuje potrebu za sustavnijim pristupom razvoju ljudskih resursa. **Održivost, zelene prakse i digitalizacija:** samo manji broj hotela primjenjuje održivu gradnju, recikliranje vode ili zelenu nabavu, iako postoje napor u smjeru energetske učinkovitosti kroz korištenje solarnih panela i LED rasvjete. S druge strane, *online* rezervacijski sustavi su univerzalno prisutni, dok su digitalne recepcije i analitika još uvijek rijetkost. **Gastronomska ponuda** se u velikoj mjeri temelji na lokalnim sastojcima, smanjenju otpada i pristupima *zero waste*, što predstavlja pozitivan signal održivosti. Samo 20 % hotela koristi ekološki prihvatljive, prirodne materijale, a čak 60 % ne primjenjuje zelenu nabavu. Vizije razvoja i očekivani izazovi uključuju: postizanje ravnomjernog

prometa tijekom cijele godine, održavanje omjera cijene i kvalitete, zadržavanje i povratak mladih te stalno unaprjeđenje kvalitete i znanja.

Planovi hotela za sljedećih pet godina uglavnom se odnose na adaptaciju postojećih kapaciteta i produljenje sezone. Ova analiza temelji se na iskazima izravnih sudionika tržišta i predstavlja ključni alat za oblikovanje ciljanih, mjerljivih i relevantnih razvojnih mjera.

Tablica 23: Identificiranje izazova/potencijali i mjere

Kategorija	Status / uvidi iz fokus grupe	Potrebe / izazovi	Potencijali i mjere
Konkurentski kontekst	Konkurenti: Primošten, Biograd, Opatija (zdravstveni turizam), Poreč (uzoran model destinacijskog upravljanja).	Nedovoljna diferencijacija u odnosu na konkurenciju.	Razvijati selektivne oblike turizma (zdravstveni, sportski, kongresni, <i>outdoor</i>).
Zdravstveni turizam	Sve veća potražnja u proljeće i jesen, gosti ostaju 2–3 dana. Dentalne usluge, usluge estetske kirurgije i dijagnostike, hoteli i privatni smještaj su uključeni. Cijene su konkurentne, kvaliteta visoka.	Kratko trajanje boravka. Nedostatak dodatne infrastrukture (spa, bazeni, <i>wellness</i>).	Razvoj ponude <i>medical wellnessa</i> i <i>well-being</i> paketa (zdravstveni boravci 5–7 dana), integracija sa spa centrom, <i>wellness</i> programima i sportom. Umrežavati zdravstvene usluge i destinacijski marketing.

Nedostatak atrakcija i sadržaja	Nedostaju: zatvoreni bazen, spa centar, atletska staza, <i>aquapark</i> .	Nedovoljna ponuda, gubitak potencijala za produženi boravak.	Gradnja zatvorenog bazena i spa centra kako dodatna ponuda malim hotelima i privatnim smještajem. Povezanost sportske infrastrukture kao snažan resurs za izvansezonsku ponudu aktivnog turizma te dodatni sadržaj.
Parking i komunalna infrastruktura	Kapaciteti nedostatni. Komunalna infrastruktura veliki izazov.	Nezadovoljstvo gostiju, prometne gužve, otežano funkcioniranje lokalnog stanovništva i gostiju u vršnim mjesecima (srpanj/kolovoz).	Planiranje novih parkirališta i podzemnih garaža. Digitalizacija naplate i sustavno upravljanje parkiranjem.
Sezonalnost i popunjenost	Svake godine primjetan rast noćenja u svibnju, lipnju, rujnu, listopadu. Cilj je smanjivanje jednodnevnih posjetitelja u glavnoj sezoni. Nije planirano povećavanje smještajnih kapaciteta. Potrebna događanja tijekom cijele godine.	Još uvijek značajna sezonalnost. Prosječna godišnja popunjenost relativno niska (52,8 %).	Kreirati i aktivno promovirati cjelogodišnji kalendar događanja. Kreirati i poticati međunarodne sportske manifestacije, gastro festivale u pred i posezoni.
Digitalizacija	Trenutno parcijalno korištenje u pravilu samo <i>revenue management</i> softvera. Ostala digitalna prisutnost slabo razvijena, osim pojedinih hotela (Hotel Olympia).	Ograničena komunikacija s tržištem, nedovoljno digitalizirana prodaja i upravljanje.	Uvođenje digitalnih rješenja za unaprjeđenje poslovanja, prodajni sustavi, sustavi održivog upravljanja, sustavi upravljanja ljudskim resursima, AI rješenja, digitalne recepcije, <i>online</i> analitike i korisničke aplikacije.

Radna snaga i edukacija	Veliki izazovi zbog nedostatka radne snage, naročito u sezonskim objektima. Prednost za objekte s cjelogodišnjim poslovanjem.	Smještaj sezonskih radnika putem privatnog smještaja (ograničeno rješenje). Nedostatak sustavne politike kadrova.	Akademija u turizmu Vodica predložena za edukaciju. Potrebno planirati stambene zone za zaposlenike. Povećati ulaganja u znanje.
Destinacijska ponuda na plažama kao glavnom resursu	Ugostiteljska i trgovačka ponuda na plažama zahtijeva unapređenje.	Ne postoje standardi i posebni uvjeti poslovanja po kojima mogu voditi poslovanje i način rada.	Redefinirati standarde ponude na plažama i pored plažnih objekata, objekata uz glavne šetnice. Unaprijediti urbanu opremu.
Plaže i javni prostori	Plaže u srpnju/kolovozu prenapučene. Potreba disperzija na vanjske plaže, kvalitetnije upravljanje tokovima, digitalni sustavi koji usmjeravaju goste na manje opterećene plaže.	U glavnim mjesecima srpanj/kolovoz niže zadovoljstvo gostiju. Na osnovi 107 recenzija za plaže, pad u glavnoj sezoni za 7 %. Pritisak na nosivi kapacitet destinacije.	Potrebna provedba sustavnim upravljanjem plažama.
Upravljanje destinacijom	Planom upravljanja definirati sve strukture u turizmu destinacije. Detaljnim planovima upravljanja nižeg reda definirati pojedine strukture.	Potrebno veliku pažnju usmjeriti na kvalitetno upravljanje prostorom, kao jednu od najvećih prijetnji na osnovi mišljenja svih dionika u turizmu, stanovnika i gostiju.	Potrebna implementacija svih mjera iz Plana upravljanja. Potreban Plan djelatnosti u turizmu i destinaciji općenito, poticanje definiranih djelatnosti te ograničavanje djelatnosti kojima je destinacija prezasićena. Potrebno postaviti minimum trajanja poslovanja od 10 mj. godišnje za određene usluge.
Poduzetništvo i lokalni proizvođači	Nedovoljna podrška malim poslovima i lokalnim proizvođačima.	Neravnoteža cijena, slab razvoj dodatnih proizvoda.	Osnivanje poduzetničkih inkubatora. Poticanje lokalne proizvodnje i uključanje u gastro ponudu hotela i OPG-ova.

Percepcije hotelijera (anketni rezultati)	Prednosti: gastronomija (100 %), prirodne ljepote (80 %), blizina autoceste (60 %). Slabije: kultura i atrakcije (40 %).	Potrebna valorizacija kulturnog i povijesnog segmenta.	Povećati broj kulturnih i povijesnih događanja. Kreirati kulturne rute i festivale.
Vrste turizma koje se podržavaju	Aktivni turizam (100 %), <i>well-being</i> (80 %), kulturni turizam (60 %). Ruralni tek 20 %.	Ne postoje strateške smjernice Grada za razvoj ruralnog turizma.	Ruralni turizam snažnije povezati kroz OPG-ove i agroturizam.
Suradnja s institucijama	TZ ocijenjen kao dobar partner (60 %), ali ističe se potreba za mjesečnim koordinacijama s TZ-om i Gradom (40 %).	Nedostatak redovnih sastanaka.	Redovite mjesečne koordinacije.
Tržišni i regulatorni izazovi	Prevelik broj subjekata na tržištu uz slab doprinos zajednici. Problemi s birokracijom za strane radnike.	Prijeti daljnja preizgrađenost. Administrativna složenost.	Uvesti jasne kriterije rasta u svim segmentima destinacije. Digitalizirati izdavanje radnih dozvola.
Održivost i ekološke prakse	Solarni paneli i LED prisutni, ali zelena nabava i reciklaža minimalno zastupljeni. Gastronomska ponuda podržava <i>zero waste</i> .	Slaba implementacija održivih praksi.	Uvesti zelene standarde (nabava, reciklaža, gradnja). Certifikacije održivosti. Edukacije o zelenim praksama.
Vizije razvoja i rizici	Hotelijeri žele ravnomjerniji turistički promet, bolji omjer cijene i kvalitete, zadržavanje mladih, stalno unaprjeđenje kvalitete.	60 % hotelijera predviđa preizgrađenost → negativna percepcija budućnosti.	Oprezan, kontrolirani razvoj. Fokus na produženju sezone, kvalitetu umjesto kvantitete.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, analiza mišljenja dionika, obrada autora

Smještaj u domaćinstvu (privatni smještaj)

Na temelju analize *online* upitnika za privatne iznajmljivače provedenog u Vodicama među 55 ispitanika, pripremljena je detaljna interpretacija njihovih stavova, percepcija i potreba u kontekstu održivog razvoja turizma. Rezultati predstavljaju ključni izvor uvida za izradu Plana upravljanja destinacijom Vodice u segmentu privatnog smještaja.

1. Opće karakteristike: prema stavovima većine iznajmljivača, najčešće se radi o dugoj tradiciji iznajmljivanja koja traje 5 do 20 godina. Dominiraju apartmani i studio apartmani s tri zvjezdice. Iznajmljivanje se uglavnom odvija od svibnja do rujna, a više od 80 % ukupnog prihoda ostvaruje se u srpnju i kolovozu, što rezultira izrazitom sezonalnošću i snažnom ovisnošću o ljetnim mjesecima.

2. Stavovi o održivosti i kvaliteti turizma: većina iznajmljivača prepoznaje nužnost održivog razvoja turizma i iskazuje zabrinutost zbog potencijalnog rasta gužvi u vršnim terminima, većih problema s prometnim zagušenjem i manjkom parkirnih mjesta te dominantnog stava, kao i dodatne zabrinutosti zbog ubrzanog rasta smještajnih kapaciteta, osobito onih nelegalnih.

3. Percepcija ponude i infrastrukture destinacije: prema mišljenju iznajmljivača, najvažniji razlozi dolaska gostiju povezani su s prirodnim ljepotama, čistoćom mora i atraktivnim šetnicama, dok se kulturna i zabavna ponuda za djecu te programi za izvansezonske goste ocjenjuju nedostatnim. Izrazito je naglašena potreba za jačanjem sadržaja izvan glavne turističke sezone, poput kulturnih događanja, sportskih manifestacija i eno-gastro festivala.

4. Suradnja i komunikacija s institucijama: izražava se potreba za više edukacija (digitalni marketing, uređenje objekata, pravna regulativa) te se ističe potreba za aktivnijom komunikacijom na koordinacijama s Gradom i Turističkom zajednicom.

5. Prakse održivosti i zelena tranzicija: najčešće održive prakse su razvrstavanje otpada i korištenje LED rasvjete. Mali broj iznajmljivača koristi solarne panele, sustave štednje vode ili nisko-ugljične prakse, a suradnja s lokalnim OPG-ovima je rijetka.

6. Digitalna prisutnost i promocija: većina iznajmljivača koristi Booking.com i Airbnb, a samo manji broj ima vlastite *web* stranice ili koristi društvene mreže. Slaba vlastita promocija rezultira slabijim popunjavanjem kapaciteta izvan glavne sezone.

7. Vizija budućnosti i ključni izazovi: iznajmljivači izražavaju potrebu za smanjenjem sezonalnosti razvojem selektivnih oblika turizma te su zabrinuti zbog preizgrađenosti, mogućeg pada kvalitete života i atraktivnosti destinacije. Snažno su podržani projekti poput razvoja kulturnih centara, sportske infrastrukture i prometnih rješenja. Vjeruje se u napredak prema održivom turizmu, ali pod uvjetom boljeg upravljanja i Plana upravljanja privatnim smještajem od gradskih institucija.

Identifikacija izazova

Mišljenja privatnih iznajmljivača ističu nekoliko ključnih zaključaka: svijest o važnosti održivosti izrazito je visoka, no prepoznaje se nedostatak institucionalne podrške i edukacije u svakodnevnom poslovanju. Iznajmljivači naglašavaju ozbiljne prijetnje apartmanizacije i opasnost gubitka atraktivnosti destinacije. Infrastrukturni i prometni izazovi znatno utječu na ukupnu kvalitetu boravka gostiju. Potrebno je ojačati koordinaciju s Turističkom zajednicom grada Vodica, osnažiti uključivanje iznajmljivača u strateško planiranje te im osigurati alate za digitalnu tranziciju i unaprjeđenje poslovanja. Održivost i podizanje kvalitete moraju biti u središtu svih budućih investicija kako bi se zajamčila dugoročna otpornost i konkurentnost destinacije.

Primjeri iz svijeta u rješavanju izazova smještaja u domaćinstvu

Pariz: pravilo je da vlasnici smiju kratkoročno iznajmljivati samo ako je iznajmljivanje na njihovoj primarnoj adresi. Prenamjena prostora: ako netko želi prenamijeniti poslovni ili stambeni prostor u apartman, mora stvoriti jednak broj kvadrata poslovnog ili stambenog prostora u destinaciji. Stroge kontrole i inspekcije, s kaznama do 50 000 € za nelegalne apartmane. Efekt: drastično smanjenje neregistriranih apartmana i povećan broj stanova u dugoročnom najmu.

Barcelona: moratorij na nove dozvole za apartmane od 2021. godine. Vlasnik mora stanovati na adresi na kojoj iznajmljuje. Postavljen je limit smještaja po četvrtima ili gradskim zonama. Efekt: povratak lokalnog stanovanja u najtraženijim kvartovima, manji pritisak na infrastrukturu.

Amsterdam: zabrana kratkoročnog najma u centralnim zonama (Zona 1), iznajmljivanje je moguće samo ako vlasnik živi na istoj adresi. Efekt: legalizirani segment je ostao, a stanovnici se vraćaju dugoročnom najmu.

Potrebne mjere

Donošenje Plana upravljanja smještajem u domaćinstvu kojim bi se utvrdila nova pravila za upravljanjem smještaja u domaćinstvu u Vodicama. Predlaže se donošenje Plana upravljanja smještajem u roku od najviše 12 mjeseci.

Tablica 24: Identificirani izazovi i percepcija s potrebnim mjerama

Identificirani izazovi i percepcija	Potrebne aktivnosti / mjere
Velika sezonalnost prihoda i ovisnost o ljetnim mjesecima	Razvijati selektivne oblike turizma (sport, <i>wellness</i> , kultura) za izvansezonsku ponudu, poticati duže trajanje turističke godine.
Zabrinutost zbog apartmanizacije i nelegalnog rasta kapaciteta	Pojačati inspekcijski nadzor, strožu provedbu urbanističkih kriterija i poticaje za podizanje kvalitete legalnog smještaja.
Komunalna infrastruktura	Povećanje broja kanalizacijskih priključaka.
Gužve, prometni problemi, nedostatak parkirališta	Unaprijediti prometnu infrastrukturu, izraditi plan mobilnosti, povećati broj javnih i privatnih parkirnih mjesta.
Nedostatak institucionalne edukacije i podrške iznajmljivača	Pokretati kontinuirane edukacije (digitalni marketing, kvaliteta, zakonodavstvo), razvijati <i>online</i> savjetovalište i mentorske programe.
Želja iznajmljivača da sudjeluju u strateškom planiranju	Formalizirati koordinaciju privatnog i javnog sektora, uključivati iznajmljivače u savjetodavna tijela TZ-a i Grada.
Skromna održiva praksa i rijetke zelene inovacije	Uvesti poticaje za primjenu solarnih panela, solarnih elektrana, štednje vode, suradnje s OPG-ovima, razvrstavanje otpada i podizanje energetske učinkovitosti.
Nedostatna promocija i digitalna prisutnost izvan OTA platformi	Poticati izradu <i>web</i> stranica, edukacije za društvene mreže i samostalnu promociju, promovirati lokalne kvalitetne sadržaje.
Nedostatak kulturnih, sportskih i gastro sadržaja izvan ljetnih mjeseci	Poticati i financirati razvoj kulturnih centara, manifestacija i eno-gastronomskih festivala tijekom cijele godine.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, analiza mišljenja iznajmljivača, obrada autora

Kamp

Situacijska analiza

Na temelju detaljne analize fokus grupe i strukturiranog izvještaja iz upitnika za kampove, donosi se objedinjeni rezime i tematska analiza.

Kampovi imaju trend sve duljeg rada, što u pravilu obuhvaća barem period od svibnja do listopada, a neki čak i od ožujka do studenog. **Kampovi u pravilu funkcioniraju kao kamp odmorista** s osnovnom infrastrukturom: recepciju, parkiralište (koje se dodatno naplaćuje), pristupom vodi i struji te sanitarni čvor s jednim muškim i jednim ženskim WC-om i tuševima. Prema anketama, gosti najčešće dolaze u kampove zbog ljetnih događanja i plaža, no značajan dio njih iskazuje nezadovoljstvo prevelikom gužvom i prenapučenošću u vršnim periodima (u pravilu od 14 do 20 dana). Prihodi u kampovima u 2024. godini porasli su između 5 i 10 % u usporedbi s istim razdobljem prethodne godine, dok su rashodi ostali jednaki ili su zabilježili rast do 10 %. Udio troška radne snage u prihodu iznosi do 15 %. Ulaganja u edukaciju su minimalna: više od 40 % ne ulaže u edukacije.

Održivost i ekološke prakse

Održivost je izrazito slabo zastupljena. Većina ispitanika u anketi navodi da ne koristi energetske učinkovite sustave, održivu rasvjetu, zelenu gradnju, niti zelenu nabavu. Samo jedan kamp kompostira organski otpad. Čišćenje se u većini slučajeva ne provodi ekološki prihvatljivim sredstvima, a hortikultura se tek u ograničenom opsegu temelji na autohtonim vrstama i organskoj zaštiti.

Vizija budućnosti

Prema mišljenju svih ispitanika, Vodice se nalaze na prekretnici na kojoj će doći do potpune degradacije kvalitete zbog prevelike izgrađenosti i prenapučenosti ili će se napraviti zaokret prema kontroliranom rastu i održivom turizmu. **Dvije trećine ispitanika smatra da će Vodice za pet godina biti preizgrađena destinacija** koja više neće biti privlačna turistima.

Identifikacija izazova

Kampovi u Vodicama predstavljaju segment smještajne ponude s potencijalom za održiv i produžen boravak gostiju, ali uz evidentan nedostatak sustavne podrške, ulaganja u održivost te tržišno konkurentno poslovanje. Iskazana je zabrinutost zbog komunalne infrastrukture (u vršnim terminima nestaje struje). Uvjeti za boravak gostiju su funkcionalni, ali nedovoljni za praćenje modernih standarda i tržišne konkurentnosti u kampovima.

Potrebne mjere

Potrebno je repozicionirati kampove u objekte s pretežito uslugama smještaja, povezane s ugostiteljskim i ostalim sadržajima u destinaciji. Potrebna je sustavna koordinacija s Turističkom zajednicom u cilju jačanja repozicioniranja u male *boutique* kampove, uz postupno napuštanje trenutnog modela poslovanja. Potrebno je ulaganje u ekološku infrastrukturu te destinacijska izrada strategije održivog razvoja kampova uz praćenje rezultata.

Jednodnevni posjetitelji

Turistički identitet Vodica snažno oblikuju ne samo gosti koji borave više dana već i velik broj jednodневnih posjetitelja koji predstavljaju značajan i logistički zahtjevan segment destinacije. Jednodnevni gosti najčešće dolaze iz Šibensko-kninske županije te iz gradova u blizini Vodica, poput Zadra i Splita, prelazeći u prosjeku udaljenost od 80 km kako bi proveli dan na plaži ili večer u gradskim klubovima i na događanjima.

Jednodnevni gosti u Vodicama mogu se podijeliti u dvije kategorije:

- dnevni posjetitelji, koji pretežno dolaze radi kupanja organizirano, putem izletničkih programa ili samostalno, vlastitim automobilom
- večernji posjetitelji, većinom mlađa populacija, dolaze zbog noćne zabave, koncerata i klupskih događanja. Posebno izražena dinamika primjećuje se tijekom vikenda i

blagdana, kada se evidentno povećava broj vozila na prilazima Vodica. Pritisak na parkiranje smanjuje se tek nakon ponoći.

Jednodnevni turizam donosi određene izazove u održivosti i kvaliteti boravka, među kojima se ističu:

- prenapučenost plaža, osobito na glavnoj plaži u Srimi (500 metara) i Plavoj plaži, utječe na osjećaj ugone stacionarnih gostiju i lokalnog stanovništva
- pritisak na parkiranje u zonama blizu plaža. Mnogi jednodnevni gosti dolaze automobilima i stvaraju prometna uska grla.
- ukupno opterećenje infrastrukture i sigurnosti, posebno tijekom velikih događanja, zahtijeva dodatne kapacitete komunalnih službi i zaštitarskih službi, uključujući MUP.

Unatoč tome, važno je istaknuti da jednodnevni posjetitelji predstavljaju značajan potencijal za dnevnu potrošnju, popunjavaju kapacitete ugostiteljskih objekata i podižu doseg manifestacija.

Jednodnevnim turizmom potrebno je strateški i kvalitetno upravljati kako bi se:

- sačuvala kvaliteta života lokalne zajednice
- kvalitetno organizirao protok gostiju
- izbjeglo prekomjerno opterećenje infrastrukture
- razvilo mreže usmjeravanja posjetitelja na manje poznate lokacije promocijom alternativnih sadržaja.

Za dugoročno održivo upravljanje jednodnevnim gostima nužno je razviti sustav praćenja protoka jednodnevnih posjetitelja, uvesti regulaciju parkiranja putem digitalnih sustava radi planiranja korištenja usluge parkinga prije samog ulaska u Vodice. Potrebno je nastaviti dislocirati događanja na više lokacija izvan samog centra (ili dijelova događanja) te poticati razvoj događanja i sadržaja izvan glavne sezone.

Vodice prepoznaju važnost ovog segmenta te se strateški usmjeravaju prema uspostavljanju ravnoteže između prihvatljivog opterećenja destinacije i očuvanja kvalitete turističkog doživljaja, kako za posjetitelje, tako i za svoje stanovnike.

Tablica 25: Jednodnevni posjetitelji u Vodicama po mjesecima

Mjesec	Procjena broja jednodnevnih posjetitelja	Glavni motivi dolaska	Ključni izazovi
Siječanj	300	Obiteljski izleti, lokalna događanja, šetnje	Ograničen broj sadržaja, zatvorenost objekata, mirni period
Veljača	500	Maškare, lokalna događanja	Nedostatak dodatne ponude, ograničenost javnog prijevoza
Ožujak	500	Prve sunčane šetnje, rekreativci, izletnici	Ograničena gastronomija, hladnije vrijeme
Travanj	1000	Uskrsni doručak, piknik u Rakitnici, priroda	Nema prometnih gužvi, promjenjivo vrijeme, još uvijek ograničena gasto ponuda, ograničena ponuda dodatnih usluga.
Svibanj	1500	Vikend izleti, manifestacije, more	Svi resursi funkcioniraju optimalno
Lipanj	2000	Kupanje, događanja, Đardin je IN, CMC	Svi resursi funkcioniraju optimalno
Srpanj	15 000	CMC (u lipnju), festivali, Đardin, koncerti, sunce i more	Velike gužve, buka, srednja do visoka opterećenost u svim segmentima destinacije
Kolovoz	20 000	Fešte, sunce i more, događanja, noćni život	Visoka opterećenost u svim segmentima destinacije, preopterećenost plaža
Rujan	4000	Kupanje, izleti, posezona, aktivni odmor, događanja	Nedostatak programa osim vikendom, svi resursi optimalno funkcioniraju
Listopad	1000	Aktivni turizam, šetnje, vino i gastro	Nepovezanost sa širim sadržajem, smanjenje dnevnih <i>evenata</i>

Mjesec	Procjena broja jednodnevnih posjetitelja	Glavni motivi dolaska	Ključni izazovi
Studeni	500	Jesenske šetnje, umjetnički sadržaji	Ograničena gastronomija, slaba ponuda
Prosinac	1500	Advent, obiteljski izleti, lokalni posjeti	Prometna regulacija, nedostatak dodatnih animacijskih sadržaja za djecu

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Procjenjuje se da Vodice godišnje imaju oko 47 300 jednodnevnih posjetitelja. Prema službenim statistikama za 2024. i 2025., prosječna potrošnja jednodnevnog posjetitelja u Hrvatskoj iznosi oko 55 eura po izletu (privatna i turistička putovanja, iznos za destinacije poput Vodica). Državni zavod za statistiku koristi taj podatak i primjenjuje ga kao realnu procjenu i za Vodice. S obzirom na to da je godišnji broj jednodnevnih gostiju oko 47 300, procjenjuje se da je ukupan godišnji prihod od jednodnevnih posjetitelja sljedeći: ukupan prihod = procjena godišnjeg broja jednodnevnih posjetitelja × prosječna potrošnja, odnosno: $47\,300 \times 55 \text{ €} = 2\,565\,000 \text{ €}$.

Potrebne strukturne i operativne mjere

Optimizacija prometne i komunalne infrastrukture s ciljem smanjenja negativnog utjecaja prekomjernog turizma, posebice u visokoj sezoni, uključujući primjenu nosivih kapaciteta destinacije i razvoj *smart destination* rješenja.

- **Optimizacija plažne infrastrukture:** unaprjeđenje sadržaja na svim plažama te dislociranje i upućivanje s glavnih plaža uz *Smart Beach* rješenja. Poticanje održivih turističkih modela, uključujući ravnomjernu prostornu i vremensku distribuciju turističkog prometa, promocija manje opterećenih lokacija i izleta izvan središta.
- Usklađivanje javnog prijevoza s događanjima i vikend događanjima te **uvođenje privremenih *shuttle* linija u periodima povećane potražnje.**

- Stalno podizanje kvalitete usluga i standarda **edukacijom i certificiranjem** pružatelja usluga (posebno u sektorima gastronomije, vodiča, animatora).
- Potencijalno rješenje je Vodice Pass s posebnim cijenama parkinga za stacionarne goste Vodica (za boravak od 3 ili više dana).

Ugostiteljstvo

U analizu su uključeni svi objekti iz skupina restorani i barovi, sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti.

Tablica 26: Procjena kapaciteta ugostiteljskih objekata u Vodicama

Vrsta objekta	Broj objekata (procjena)	Prosječan broj mjesta po objektu	Ukupan broj sjedećih mjesta
Restorani	72	80	5 760
<i>Fast food</i> objekti	25	10	250
Caffe barovi	35	50	1 750
Ukupno – vanjski prostori	–	–	7 760
Unutarnji prostori (procjena)	–	–	cca 1000
UKUPNI UKUPNI KAPACITET	–	–	cca 8 760 – 10 000

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 27: Procjena kapaciteta ugostiteljskih objekata po vrsti pravnog subjekta

Vrsta pravnog subjekta	Broj subjekata	Napomena
Registrirani obrti (NKD 56 – priprema i usluživanje hrane i pića)	144	Od toga 94 s pretežitom djelatnošću 56
Registrirane tvrtke (NKD 55 i 56 – smještaj i/ili usluživanje hrane i pića)	74	Ne postoji razdvojeno evidentiranje prema djelatnosti

Vrsta pravnog subjekta	Broj subjekata	Napomena
Pravne osobe (d.o.o., j.d.o.o.) u ugostiteljstvu	–	Nedostaju u izvještaju, nisu posebno evidentirane
Vrsta objekta	Broj objekata (ukupno)	Napomena
Restorani	72	Uključuju konobe, gostionice, pansion-restorane
Fast food objekti	25	Pretežito sezonski, često uz plaže i šetnice
Caffe / barovi	35	Od toga 14 <i>pizzeria</i> , 10 sladoledarnica

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 28: Procjena kapaciteta ugostiteljskih objekata po naseljima

Naselje	Restorani	Caffe / barovi	Fast food
Vodice (grad)	59	26	20
Srima	4	5	4
Prvić Šepurine	4	2	1
Prvić Luka	5	2	–
Čista Velika	–	1	1

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

U nastavku je analiza provedenog *online* upitnika za ugostiteljske objekte s posluživanjem hrane i pića u Vodicama.

Tablica 29: Rezultati analize online upitnika za ugostitelje (N=12)

Kategorija	Rezultati analize
1. Percepcija destinacije i strateške prednosti	Geografski položaj i prirodne ljepote ključne prednosti (100 %). Visoko ocijenjeni događaji tijekom cijele godine (75 %). Kvaliteta gastronomije ocijenjena visoko (75 %). Potencijal za razvoj: aktivni turizam (70 %), eno-gastro, festivalski i izletnički turizam (50 %).

2. Ocjena kvalitete i zadovoljstva	Čistoća destinacije: 6,5/7 Ljepota prirode: 6,25/7 Kvaliteta turističke signalizacije: 4,5/7 Zadovoljstvo gostima i prometnom povezanošću: 5,75/7 Mogućnosti dodatnog prihoda kod gostiju: 3,5/7
	50 % objekata radi cijelu godinu, 50 % radi 6-9 mjeseci Prosječna godišnja popunjenost: 59,25 % Potrošnja po gostu (2024): 69,5 € 75 % ispitanika navodi rast potrošnje gosta do 10 % u odnosu na 2023. godinu Popunjenost: srpanj i kolovoz 90 %; siječanj-ožujak ~10 %; listopad-studeni <30 %
3. Poslovanje i konkurentnost	
4. Kapacitet i pristupačnost	Kapacitet prosječno: 50-80 sjedećih mjesta Pristup za osobe s invaliditetom i mogući prilazak stolu: 80 % Olakšan ulaz bez stepenica: 75 % objekata
5. Radna snaga i zapošljavanje	Više od 70 % stalno zaposlenih u više od 50 % objekata Broj radnih dozvola po objektu (2023/24): 0-4 godišnje Mjere za zadržavanje radnika: dobra primanja, kvalitetni međuljudski odnosi, produženje sezonskog rada na cjelogodišnje ugovore.
6. Ulaganje u edukaciju	75 % objekata ulaže do 100 € po djelatniku godišnje Samo jedan objekt ulaže 500–1000 € po djelatniku godišnje
	a) Upravljanje energijom: 75 % koristi uređaje s automatskim isključivanjem, dok 50 % koristi inverterske klime Ostalo: dizalice topline, prirodna ventilacija, električna vozila (svi po 25 %) b) Rasvjeta: svi koriste LED rasvjetu, 50 % koristi rasvjetu s regulacijom svjetlosti c) Otpad i zero-waste: 75 % reciklira/kompostira, 50 % koristi dozatore umjesto malih pakiranja, 25 % provođenje zero waste sustava, 25 % selektira otpad u 5 kategorija d) Zelena gradnja/interijer: većina ne primjenjuje zelenu gradnju, 25 % koristi ekološki prihvatljive materijale, 75 % koristi prirodne materijale i destinacijske fotografije u interijerima, 50 % koristi autohtono bilje u hortikulturi e) Zelena nabava: svi nastoje nabavljati lokalno: ~25 % lokalnih proizvoda u ponudi, 50 % koristi ekološki prihvatljive proizvode, 25 % proizvodi s eko-certifikatima
7. Održivost poslovanja	
8. Društvena odgovornost i angažman	75 % sudjeluje u volonterskim aktivnostima i projektima Grada/TZ-a 50 % sudjeluje u donacijama kao dio društvene odgovornosti

9. Ponuda i proizvodi	a) Hrana/piće: 100 % ispitanika ima u ponudi prirodne sokove, min. 3 vrste lokalnih/regionalnih vina, 75 % ima u ponudi lokalne sireve, kraft piva, svježe začinsko bilje iz vlastitog vrta, 50 % ima u ponudi biljna mlijeka, svježe voće, proteinske namirnice. 25 % ima veganska/vegetarijanska jela jasno označena. b) Slastice: 50 % ima u ponudi sezonske voćne kolače, 25 % ima u ponudi kolače bez glutena i sladolede bez aditiva, 50 % ništa od navedenog.
10. Aktivnosti i vizija razvoja	Izazovi u narednih 5 godina: snažnije ujednačavanje turističkog prometa tijekom godine (50 % ispitanika) održivost kvalitetnog omjera cijene i kvalitete (50 % ispitanika) mjerjenje kvalitete i edukacija kadra (50 %) 50 % vidi budućnost Vodica kao cjelogodišnju destinaciju 25 % zabrinuto za budućnost Vodica zbog preizgrađenosti
11. Rast i rashodi	80 % ima rast prihoda zadnjih godina od +15 % do +20 % Rashodi za radnu snagu: 25 %–50 % ukupnih rashoda
12. Kolektivni godišnji odmori	Najčešće su zatvoreni u siječnju, kolektivni godišnji odmori

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, analiza mišljenja ugostitelja, obrada autora

Situacijska analiza

Fokus grupa održana s lokalnim proizvođačima i ugostiteljima Grada Vodica ukazala je na ključne značajke trenutnog stanja u ugostiteljskom i proizvodnom sektoru. Kadrovski potencijali: nedostatak kvalificirane, motivirane i pouzdane radne snage, osobito sezonske radne snage. Generacijska smjena otežava kontinuitet poslovanja. Vlasnici objekata preuzimaju operativne funkcije zbog nedostatka kvalitetnog osoblja. Urbanističko-komunalni izazovi: narušen je vizualni identitet i autentičnost Vodica uslijed neusklađenih štandova, nekontrolirane ponude i nelojalne konkurencije. Pekare i trafike prodaju alkohol i gotovu hranu u blizini ugostiteljskih objekata. U ugostiteljskoj i gastronomskoj ponudi dominira kvantiteta, dok kvaliteta opada. Vidljivost i prisutnost lokalnih proizvoda u ponudi je ograničena. Trendovi pokazuju potražnju za svježe pripremljenom hranom, kraćim jelovnicima i autentičnim iskustvima. Suradnja i promocija lokalnih proizvođača: postoji brošura OPG-ova, ali distribucija mora biti sustavnija. Dani otvorenih vrata (npr. OPG Birin) pokazuju veliki potencijal. Infrastrukturni i energetske aspekti uključuju poteškoće u opskrbi električnom energijom tijekom sezone. Primjeri korištenja učinkovitih izvora energije, kao što su solarne elektrane, pozitivni su i prepoznaju se kao održiva investicija. Grad je omogućio

svim ugostiteljskim objektima jednaku cijenu godišnjeg najma terasa na javnim površinama, neovisno o broju mjeseci korištenja, kao jednu od mjera poticanja cjelogodišnjeg rada.

Identifikacija izazova

Na temelju mišljenja ugostitelja, identificirani su sljedeći ključni izazovi. Problem s kadrovima: ograničen pristup kvalificiranoj radnoj snazi. Rizičan kontinuitet poslovanja obiteljskih objekata zbog generacijske smjene. Komunalni i prostorni izazovi: nepridržavanje jedinstvenih pravila za urbani izgled ponude i štandova te neusklađena ponuda stvara loš dojam kod gostiju. Lokalni proizvodi nisu dovoljno integrirani u ugostiteljsku ponudu. Energetska i komunalna infrastruktura: neadekvatna elektroopskrba tijekom sezone. Ukazuje se potreba za planiranjem daljnjeg razvoja ugostiteljskih objekata u Vodicama, uz preciznu regulativu o tome koji se ugostiteljski objekti smiju otvarati u sljedećim godinama, kakva će biti tema ugostiteljskih usluga, kakvi interijeri, razina kvalitete usluge. Razvoj ljudskih resursa: potrebno je poticati kontinuirane godišnje cikluse edukacija. Urbano planiranje i regulative: uvesti novi Pravilnik o komunalnom redu (boje tendi, izgled štandova, kategorije ponude). Potrebno je planirati ugostiteljske ponude prema urbanim zonama, tipu i trajanju rada. Kvaliteta ugostiteljske ponude: nastaviti mjeriti kvalitete i zadovoljstva gostiju, dodjeljivati oznake kvalitete za objekte koji surađuju s OPG-ovima i primjenjuju načela održivosti. Promocija gastronomije i lokalnih proizvoda bit će detaljnije objašnjena u dijelu o promotivnim aktivnostima. Infrastrukturna ulaganja i energetska održivost uključuju poticaje i olakšice za instalaciju solarnih elektrana i sustava pametnog upravljanja potrošnjom te nadogradnju elektrodistribucijske mreže u skladu s turističkim rastom.

Tablica 30: Situacijska analiza s ključnim rješenjima za razvoj ugostiteljstva u Vodicama

Područje	Stanje / izazovi	Rješenja / preporučene mjere
Kadrovski potencijali	Nedostatak kvalificirane, motivirane i pouzdane radne snage, osobito sezonske. Generacijska smjena otežava nastavak tradicije, vlasnici preuzimaju operativne poslove.	Sustavne edukacije, poticanje lokalnog zapošljavanja, godišnji ciklusi treninga, programi za mlade, olakšice i subvencije za stalne radnike.
Urbanističko-komunalni izazovi	Narušen vizualni identitet i autentičnost zbog neusklađenih štandova, nelojalne konkurencije	Novi Pravilnik o komunalnom redu, regulacija izloga/stila, regulacija ponude, strogi uvjeti za dozvole, monitoring, strategija promocije.

	pekara/trafika, nekontrolirane ponude.	
Ugostiteljska i gastronomska ponuda	Dominacija kvantitete nad kvalitetom, ograničena prisutnost lokalnih proizvoda, trend potražnje za svježim kuhanom hranom, autentičnostima i kraćim jelovnicima.	Uvođenje oznake kvalitete i održivosti, gastronomske edukacije, integracija lokalnih proizvoda, potpora inovativnim jelovnicima, promocija sezonske kuhinje.
Suradnja i promocija lokalnih proizvođača	Brošure OPG-ova slabo distribuirane, Dani otvorenih vrata pokazuju potencijal, slabije integrirani proizvodi OPG-ova u svakodnevnoj ponudi.	Sustavna promocija kroz TZ/Grad, redovite gastro manifestacije, digitalno povezivanje, preporuka minimalnog udjela 25 % lokalnih proizvoda, edukacija za ugostitelje.
Infrastrukturni i energetske aspekti	Otežana električna opskrba u sezoni, malo investicija u solare – nestabilna mreža utječe na standard usluge.	Poticaji i olakšice za investicije u solare/energetsku efikasnost, nadogradnja elektrodistribucije, uporaba pametnih sustava, partnerski programi za povlačenje sredstava EU-a.
Planiranje ponude i regulativa	Nedostatak strateškog planiranja vrste, tipa i standarda objekata – prevelika koncentracija istovrsnih i niskokvalitetnih objekata.	Precizno planiranje po zonama, uvođenje licenciranja, minimalni destinacijski standardi, sudjelovanje struke/javnosti u izradi pravilnika.
Razvoj ljudskih resursa	Nedostatak kontinuiranih edukacija, deficit menadžerskih i specifičnih kuharskih znanja, generacijski jaz kod obiteljskih obrta.	Ciklusi edukacije u organizaciji TZ-a, mentorstvo za mlade kadrove, razvoj Akademije znanja, posebni programi za ugostitelje.
Mjerenje kvalitete i održivost	Kvaliteta nije sustavno mjerena, povratne informacije slabo iskorištene, održivost praksi nije motivirana.	Redoviti monitoring i mjerenje zadovoljstva, nagrade za održivost, oznake kvalitete i priznanja za lokalno integrirane prakse.
Promocija gastronomije i lokalnih proizvoda	Nedovoljan marketing lokalnih proizvoda, tradicija slabo promovirana, promocija ovisna o pojedinačnim akcijama.	Posebne kampanje destinacije, izrada vodiča/o priča o lokalnoj gastronomiji, jače digitalne i društvene komunikacije TZ-a/Grada.
Infrastrukturna ulaganja i energetska održivost	Nedovoljna ulaganja u ekološke objekte, infrastrukturne manjkavosti remete poslovanje u špici.	Poticaji za zelene investicije, prioritetna gradnja obnovljive infrastrukture, partnerski EU fondovi ili sufinanciranja za najpotrebnije projekte.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Prijedlozi edukacija za ugostitelje:

Tržišno atraktivne edukacije za ugostitelje, prema potrebama iskazanim u sektoru i aktualnim trendovima, uključuju sljedeće:

Tablica 31: Tržišno atraktivne edukacije za ugostitelje

Tematika edukacije	Kratki opis koristi i ključne kompetencije za Vodice
Moderni standardi gastronomije i pića	Trendovi svježe kuhinje i kratkih menija, <i>craft</i> ponuda, vođenje vinskih karti, održivo kuhanje, bezglutensko i vegetarijanska ponuda.
Održivost i zelene prakse u ugostiteljstvu	Energetska učinkovitost, <i>zero waste</i> menadžment, održiva nabava, suradnja s OPG-ovima, korištenje eko-certificiranih proizvoda.
Upravljanje iskustvom gosta i standardi usluge	<i>Customer experience</i> menadžment, <i>mystery guest</i> , upravljanje pritužbama, digitalna komunikacija, alati za praćenje zadovoljstva.
Razvoj ponude za posebne ciljne skupine	Priprema i vođenje gastro-tura, edukacija za enoturizam, programi za sportaše, obitelji, grupe – <i>tailor made</i> pristup.
Pravni okvir, zakonodavstvo, fiskalizacija	Aktualno zakonodavstvo, fiskalizacija, radne dozvole, pravila fiskalnog računa i pokretačko poduzetništvo.
Ljudski potencijali, menadžment i timski rad	Voditelj restorana, motivacija zaposlenika, upravljanje održivosti zapošljavanja, vođenje multikulturalnih timova.
Upravljanje prihodima i optimizacija troškova	<i>Revenue management</i> , osnovne financije, optimizacija nabave i odgovornost u korištenju resursa.
Digitalni marketing i <i>online</i> prisutnost	Upravljanje vlastitim <i>online</i> profilima, <i>web</i> stranice, društvene mreže, digitalna promocija.

Potrebne mjere

Uz gore navedeno, potrebno je donošenje **Plana upravljanja ugostiteljskih objekata** kojim će se regulirati način rada i smjernice za ugostitelje. Važno je da ugostitelji imaju informacije o novim pravilima, budu suglasni s njima i da se na redovitim tematskim koordinacijama zajednički gradi razvoj ugostiteljstva u Vodicama.

Otvorenost turističkih objekata u Vodicama tijekom godine

Produljenje turističke sezone u Vodicama uvelike ovisi o otvorenosti smještajnih, ugostiteljskih i pratećih objekata izvan ljetnih mjeseci. Iako destinacija raspolaže potrebnom infrastrukturom,

problem predstavlja sezonska zatvorenost većine kapaciteta, posebice tijekom zimskih i prijelaznih razdoblja. Cjelogodišnji turizam zahtijeva dostupnu osnovnu strukturu i aktivne usluge kako bi se kvalitetno odgovorilo na potrebe gostiju. Trenutna analiza pokazuje da tek manji broj hotela i ugostitelja posluje tijekom ožujka, listopada i studenoga, što ograničava razvoj selektivnih oblika turizma i organizaciju događanja. Povećanje otvorenosti objekata, čak i kroz djelomične vikend modele, predstavlja preduvjet za razvoj održivog cjelogodišnjeg turizma.

Tablica 32: Sezonska otvorenost – Hoteli, ugostitelji i smještaj u Vodicama

Objekt / Usluga	Otvorenost
Hoteli Olympia i Olympia Sky	Cjelogodišnje
Hotel Imperijal	Cjelogodišnje
Hotel SeeSea	1. 4. – 30. 10.
Hotel Punta	4. 4. – 4. 11.
Hotel Villa Radin	16. 5. – 5. 10.
Arausa, Arausana, Antonina	28. 4. – 5. 10.
Hotel Maestral (Prvić)	1. 4. – 1. 11.
Hotel Stella Maris	Cjelogodišnje
Hotel Miramare	1. 4. – 1. 11.
Hotel Orion	15. 4. – 1. 10.
Hotel Nikola	23. 4. – 10. 10.
Hotel Skala	26. 3. – 12. 11.
Hotel Duje	17. 4. – 30. 10.
Ville Matilde	15. 4. – 10. 10.
Aparthotel Arancini	8. 4. – 30. 10.
Restorani (Spalato, Gulož, itd.)	Cjelogodišnje (neki rade vikendima zimi / imaju godišnji u siječnju)
Restorani na plažama	15. 5. – 15. 10. (manji dio 6.–9.)
Tri piruna	25. 4. – kraj listopada

Objekt / Usluga	Otvorenost
Ostali restorani	15. 5. – 15. 10.
Caffe barovi (centar i grad)	Cjelogodišnje
Ostali caffe barovi (plaže)	1. 6. – 30. 9.
Suvenirnica Fjok	Cjelogodišnje
Ostale suvenirnice	20. 5. – 30. 9.
Privatni smještaj (10%)	Cjelogodišnje
Privatni smještaj (ostali)	1. 6. – 30. 9.
Kampovi	1. 5. – 30.10.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 33: Atrakcije i sadržaji – otvorenost

Vrsta atrakcije	Otvorenost kroz godinu	Komentar
Kulturne znamenitosti (crkve, muzeji)	Rade normalno radno vrijeme, a u sezoni se produžuje	Interpretacijski centar MC „Faust Vrančić” radi skraćenim radnim vremenom.
Manifestacije i događaji	Od travnja do kraja godine	Advent u prosincu, događanja i lokalne fešte, sportski događaji: turniri, regate festivali, program Đardin je IN
Plaže i kupališta	Dostupne, ali bez usluge	Infrastruktura dostupna samo u ljetnim mjesecima (lipanj/rujan)
Eno-gastro ture (vina, ulje, OPG-ovi)	Po dogovoru ili u sezoni	Većinom aktivno od travnja do listopada

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 34: *Outdoor* i aktivni turizam - otvorenost

Infrastruktura / ponuda	Otvorenost tijekom godine	Komentar
Biciklističke i pješačke staze	Dostupne cijele godine	Održavanje nije uredno – nedovoljna signalizacija u zaleđu, potrebno definirati (ugovoriti) održavanje
Sportska dvorana	Dostupno cijele godine	Potrebno rezervirati termine
Skate park	Dostupno cijele godine	Potrebno najaviti treninge
Najam bicikala / skutera / brodova	Sezonski (travanj–listopad)	Većina zatvara u zimskim mjesecima
Pješačke staze i šetnice uz more	Otvorene cijele godine	Popularne među lokalnim stanovništvom i rekreativcima
Nautička luka / marina	Otvorena cijelu godinu	Mali broj nautičara izvan sezone

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 35: Ostala infrastruktura - otvorenost

Objekt / Usluga	Otvorenost	Komentar
Turističko-informativni centar (TIC)	Otvoren cijele godine (centar)	Radi puno radno vrijeme, a u glavnoj sezoni se produžuje radno vrijeme
Javni WC-i (uz rute i atrakcije)	Djelomično otvoreni	Zatvoreni na nekim lokacijama izvan sezone

Parking i javne površine	Dostupni cijele godine	Parking se naplaćuje tijekom cijele godine. Za vrijeme blagdana i za vrijeme Adventa je cijelo vrijeme besplatan kako bi privukli goste
Suvenirnice i trgovine	Pretežno sezonski	Dvije suvenirnice otvorene cijele godine

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Situacijska analiza

Vodice raspolažu raznolikom hotelskom i ugostiteljskom infrastrukturom, a raspored otvorenosti objekata otkriva jasnu sezonsku dinamiku koja snažno utječe na ukupan turistički ritam destinacije. Tijekom zimskih mjeseci tržište gotovo u potpunosti počiva na trima cjelogodišnjim hotelima: Olympia & Olympia Sky, Imperial i Stella Maris i Villa Radin. Hotel SeeSea otvara se već početkom travnja. U praksi to znači da je izvan ljetne sezone osiguran ograničen, ali stabilan hotelski kapacitet. Međutim, većina ostalih hotela i kampova službeno počinje s radom sredinom travnja ili čak u svibnju te se zatvaraju krajem rujna, odnosno početkom listopada. Privatni smještaj u izvansezonskim mjesecima funkcionira s tek 10 % kapaciteta, dok većina posluje isključivo od lipnja do rujna.

Ugostiteljski sektor pokazuje sličnu sliku. Nekolicina cjelogodišnjih restorana (Spalato, Gulož, Strikoman's, Tony, Šimun, Sky, Mario's, Riva, Santa Maria, Gara, Bonić, Pasarela, Makina, Konoba Okit, Šarm) eventualno se zatvara tijekom siječnja ili ranog proljeća i često prelaze na vikend-model. Ostali ne rade izvan ljetnih mjeseci.

Plažni restorani i bistroi u pravilu otvaraju sredinom svibnja i zatvaraju se sredinom listopada, dok neke lokacije na Plavoj plaži i u Srimi skraćuju sezonu na lipanj – rujan. To stvara izraziti kontrast: ljetna razina ugostiteljske ponude znatno je veća nego u ostatku godine, stoga su kongresne i sportske grupe u ožujku ili listopadu ograničene na manji izbor restorana i jelovnika.

Caffe-barovi u centru, zahvaljujući lokalnom stanovništvu, održavaju kontinuitet – kafići poput Centra, Virade, Dalmatina, Sunčanog sata i Espade, Valentin rade cijelu godinu. Ipak, velik broj

plažnih kafića aktivan je samo od lipnja do rujna, što ograničava doživljaj uz obalu izvan glavne sezone. Sličnu sezonsku logiku prate suvenirnice: Gloriamaris i Fjok rade cijele godine, dok ostale otvaraju od kraja svibnja do kraja rujna.

Sezonska amplituda otvorenosti objekata predstavlja izazov produljenja sezonskog poslovanja. Iako postoji infrastruktura za kongresni, sportski turizam i turizam događanja, logistički lanac usluga (ugostiteljstvo, izleti, događanja) tek djelomično prati ambicije cjelogodišnjeg poslovanja. Destinacija ima jasan prostor za optimizaciju – selektivnim otvaranjem dodatnih objekata izvan ljetnih mjeseci poticanje iznajmljivača i ugostitelja na dužu radnu godinu snažnijom promocijom (potrebna je sinergija i umrežavanje destinacijskih dionika) te koordiniranim planiranjem manifestacija koje će motivirati potražnju i u studenom, prosincu ili ožujku.

Identifikacija izazova i prijedlog postupnih promjena poslovanja

Najveći izazov nije nedostatak infrastrukture, već niska stopa otvorenosti većine objekata. Rješenje leži u postupnom modelu sezonske ekstenzije, gdje bi ugostitelji, iznajmljivači i drugi poduzetnici bili potaknuti na produljenje radne godine u skladu s novim potražnjama. Otvaranjem restorana i *caffe*-barova već početkom ožujka (uz događanja, kongrese, sportske turnire, zdravstveni turizam i sl.) ili zatvaranjem tek u studenom, omogućila bi se temeljna usluga gostima izvan glavne sezone uz postupno sve duži period rada tijekom godine, a istovremeno bi se poslovni rizik zadržao na prihvatljivoj razini.

Tablica 36: Prijedlozi postupnih mjera za poticanje produljenja sezone

Mjera / Preporuka	Opis i konkretizacija aktivnosti
Promocija objekata s duljim radnim periodom	Sustavno promovirati objekte otvorene izvan glavne sezone kroz TZ, društvene mreže, lokalna događanja te dodatno bodovati u javnim pozivima poduzetnike s minimalno 8 mjeseci rada.
Formiranje "osnovne mreže" otvorenih objekata	Mapirati, organizirati i promovirati smještajne objekte, ugostiteljske objekte, klinike, kafiće i suvenirnice otvorene u razdoblju ožujak–svibanj i rujan–studenj – osigurati standard kvalitete dostupnih sadržaja tijekom godine.
Usmjerene promotivne kampanje	Organizirati sportske pripreme, <i>team buildinge</i> , gastronomske i adventske manifestacije te informirati o otvorenim objektima i kreirati individualizirane itinerere za goste cijele godine.

Suradnja s turističkim sektorom	Motivirati iznajmljivače, agencije i organizatore izleta za cjelogodišnje poslovanje, omogućiti dodatnu promociju partnerima i organizirati ciljane edukacije s TZ-om.
Fleksibilni poslovni modeli za ugostitelje	Poticati sezonski prilagođene modele (vikend-rad zimi), proširiti uspješne primjere na ostale objekte uz podršku TZ-a i Grada, olakšati prilagodbu modela kroz informiranje i poticaje.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, obrada autora

Lokalni proizvođači

Tablica 37: Lokalni proizvođači koje najčešće posjećuju gosti Vodica

Naziv proizvođača	Lokacija	Vrsta proizvodnje	Kušaonica / posjete	Sortiment / proizvodi	Aktivnosti i suradnje	Posebnosti / održive prakse
Birin	Vodice – Blata	Vinarija	Da	Debit, Maraština, Plavina, Lasin, Babić	Degustacije, „Podrumske priče“, „Vino i gitara“, IQM, TZ	Autohtone sorte, ~25 000 boca/god., kušaonica, edukacije
Baraka	Srima / Prižba	Vinarija	Da	Pošip, Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz, Plavina	Kušaonica i podrum uz vinograd, događaji u vinogradu, eko, TZ, IQM	<i>Boutique</i> pristup, eko uzgoj, masline i lavanda
Uljara Sv. Ivan	Vodice	Maslinovo ulje	Da	Ekstra djevičansko maslinovo ulje	Posjete, lokalna prerada, IQM	Očuvanje autohtonih sorti, tradicija
OPG Sladić (Ivan i Ante)	Plastovo / Dubrava	Vinarija	Da/Ne	Debit, Maraština, Lasin, Plavina	Sajmovi, vinska ruta, manifestacije	Tradicija, obiteljska vinarija, autohtone sorte
Vinarija Lasin (Ivica Džapo)	Okalj	Vinarija	Ne	Lasin, Merlot, Maraština	Lokalni događaji	Fokus na sortu Lasin, male serije

OPG Zdravko Burazer	Srima	Maslinovo ulje	Ne	Ekstra djevičansko maslinovo ulje	Manifestacije, izravna prodaja	Obiteljska tradicija, očuvanje sorti
OPG Mate Živković	Vodice	Vino i masline	Ne	Plavina, Maraština, maslinovo ulje	Lokalni restorani	Tradicionalne metode, potencijal agroturizma
OPG Andrija Vlahov	Gaćezezi	Maslinovo ulje	Ne	Eko maslinovo ulje	Sajmovi, suvenirnice	Eko certifikat, mali volumen
Ranch 4 Me / OPG Mehić	Vodice zaleđe (Gaćezezi)	Mlijeko i mliječni proizvodi	Da (najava i posjete)	Svježe mlijeko, sirevi, jogurti, domaći proizvodi	Edukativni obilasci farme, suradnja s lokalnim školama i TZ	Održivi uzgoj stoke, edukacija djece, „farma do stola“ koncept
	OPG Škarić	Vodice okolica	Bademi i proizvodi od badema	Ne (moguće dogovorom)	Jezgra badema, prerađevine (kolači, ulje)	Prodaja na sajmovima i tržnicama
OPG Bulat	Vodice – zaleđe	Med i pčelinji proizvodi	Ne (izravna prodaja)	Med, propolis, vosak, medenjaci	Sajmovi, suradnja s TZ-om	Pčelarstvo bez pesticida, očuvanje pčela
OPG Srdarev	Vodice	Masline i poljoprivredni proizvodi (pretpost.)	Ne	Maslinovo ulje, sezonski proizvodi	Lokalna tržnica, manifestacije	Obiteljska tradicija, domaća proizvodnja
	OPG Fržop	Čista Velika / Vodice zaleđe	Maslinovo ulje i vino (pretpost. kombinacija)	Ne	Maslinovo ulje, vino (Maraština, Plavina)	Lokalna ponuda restorana, sajmovi
OPG Birin	Vodice	Maslinovo ulje	Da (najava, ograničeni broj)	Maslinovo ulje	Lokalna ponuda, restorani	Mali proizvođač, očuvanje lokalnih sorti
Destilerija Kraljević	Vodice	Destilerija-likeri i rakije	Artinel – degustacija i prodaja	Likeri i rakije od mente,	Lokalna ponuda, restorani, Artinel	Mali proizvođač

OPG Figold				višnje, limuna, oraha		
	Vodice	Suhe smokve	Ne	Suhe smokve	Lokalna ponuda	Mali proizvođač

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Situacijska analiza

Na području Vodica postoji tradicija malih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava (OPG-ova), vinogradarstva i maslinarstva. Zastupljene su brojne autohtone sorte vina i masline, prisutna je mala, *boutique* proizvodnja te sve veći interes za održivu i ekološku poljoprivredu. Nekoliko proizvođača otvorilo je kušaonice, organiziraju događanja u suradnji s Turističkom zajednicom grada Vodica te samostalno. Značajan broj malih OPG-ova i dalje posluje tradicionalno, a lokalna prodaja ograničena je na sajmove, izravnu prodaju ili povremenu suradnju s ugostiteljskim objektima. Grad Vodice nudi potpore poljoprivrednicima putem javnih natječaja. Osim lokalnih gradskih potpora, značajna su sredstva dostupna iz EU fondova za izgradnju i opremanje kušaonica, pokretanje agroturizma, diversifikaciju djelatnosti i ekološku proizvodnju. Ograničenja uključuju fragmentirane površine, male kapacitete, neujednačenu kvalitetu proizvoda i ograničenu tržišnu prepoznatljivost. Značajni izazovi su i klimatske promjene, nedostatak mladih, inovativnih nositelja gospodarstava. Prilike uključuju jačanje povezanosti s turizmom (agroturizam, manifestacije, vinske i maslinarske rute), razvoj održivih praksi te digitalizaciju prodaje.

Potrebne mjere

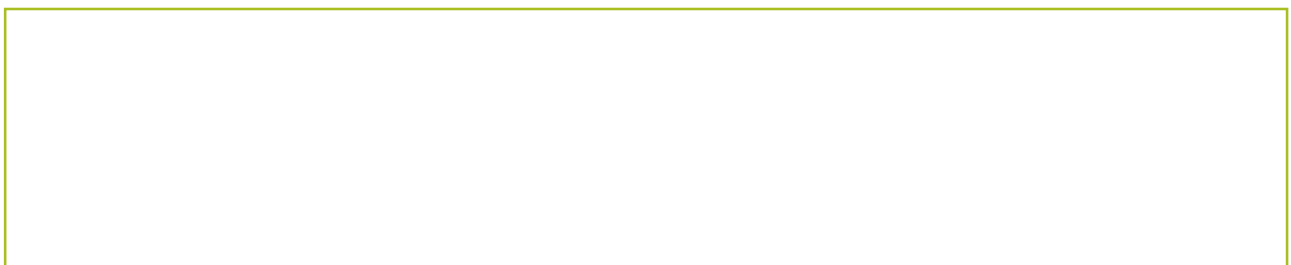
1. Jačanje prodajnih i promidžbenih kapaciteta:

- umrežavanje OPG-ova u udruge ili klastere u cilju zajedničkog nastupa na tržištu
- razvoj prepoznatljive marke/regionalnog brenda za vina, ulja i ostale lokalne proizvode

- digitalna promocija i podrška izradi *web* platformi za izravnu (*online*) prodaju i prezentaciju proizvoda.
2. Unaprjeđenje turističke ponude:
- diversifikacija ponude: razvoj kušaonica, smještaja, tematskih manifestacija, gastro tura i edukativnih radionica na OPG-u
 - povezivanje s turističkim agencijama i promocija vinskih i maslinarskih ruta u suradnji s turističkom zajednicom
 - poticanje razvoja agroturizma.
3. Edukacija i transfer znanja:
- provedba edukacija za suvremenu i ekološku poljoprivredu, komunikaciju s gostima, digitalni marketing i održivo upravljanje gospodarstvom
 - poticanje novih generacija za bavljenje OPG-om kroz stipendije, stručne prakse i suradnju sa školama (ovisno o mjerama lokalnih vlasti i dostupnim natjecajima).
4. Posebne mjere za održivost:
- jačanje održivih praksi, poticanje eko certifikacija i korištenja novih tehnologija za optimalno upravljanje resursima
 - uvođenje mjera za otpornost na klimatske promjene, kao što su: navodnjavanje, sadnja autohtonih sorti i očuvanje bioraznolikosti.
5. Jačanje lokalnih i nacionalnih potpora:
- aktivno informiranje o dostupnim javnim i potporama EU-a te osiguravanje savjetodavne službe za ispunjavanje prijave i provedbu projekata
 - suradnja s lokalnom samoupravom u oblikovanju odluka za povećanje investicija u ruralni razvoj i infrastrukturu.

Radi dugoročne konkurentnosti i održivosti, OPG-ovi Vodica i okolice trebaju maksimalno iskoristiti spoj tradicije i inovacije, bolje se povezati sa segmentom turizma te iskoristiti izvore financiranja i dostupne edukacije za jačanje cjelokupnog ruralnog gospodarstva.

Nautika



ACI marina Vodice ubraja se među vodeće nautičke centre na šibenskoj rivijeri i predstavlja važnu polazišnu točku za krstarenje prema Kornatima, Murteru i Šibeniku. Marina raspolaže s ukupno 412 vezova u moru i dodatnih 25 suhih vezova na kopnu, što učinkovito zadovoljava potrebe domaćih i stranih nautičara. Najveća dopuštena duljina plovila za dnevni i godišnji vez iznosi 25 metara, što čini marinu pogodnom za prihvat širokog spektra plovila, od manjih motornih brodica i jedrilica do većih jahti. Infrastruktura marine osmišljena je kako bi omogućila visoku razinu sigurnosti i funkcionalnosti, uključujući modernu opskrbu električnom energijom i vodom, servisne usluge te dodatne sadržaje koji odgovaraju zahtjevima suvremenog nautičkog turizma. Zahvaljujući svom položaju u samom centru Vodica, marina je posebno atraktivna zbog neposredne blizine bogate gastronomske i kulturne ponude grada te izvrsne prometne povezanosti sa Šibenikom i Zračnom lukom Split. ACI marina Vodice kontinuirano ulaže u podizanje kvalitete usluga i razvoj sadržaja s ciljem održavanja statusa pouzdane, sigurne i cjelogodišnje nautičke luke na Jadranu. ACI marina Vodice je u tijeku planiranja novih ulaganja, prvenstveno usmjerenih na podizanje kvalitete usluge i zadovoljavanju sve većih potreba nautičkog tržišta. Potražnja za vezovima je visoka, što potvrđuje i podatak da je na Jadranu registrirano oko 5900 charter plovila, od kojih je približno 80 % u vlasništvu stranih državljana. Osim toga, tranzitni promet bilježi značajan porast. Jedan od velikih izazova s kojim se ACI marina suočava odnosi se na buku i glasnu glazbu u ljetnim mjesecima u zoni ispred marine, što zahtijeva dodatnu koordinaciju i rješenja u suradnji s Gradom Vodice. Partnerstvo s lokalnom zajednicom ocjenjuje se iznimno dobrim, a Grad Vodice snažno podupire održivi razvoj nautičkog turizma. Marina raspolaže s ukupno 400 vezova, od kojih je 125 rezerviranih isključivo za domicilno stanovništvo s prijavljenim prebivalištem u Vodicama. Nautičari rado upotpunjuju svoj boravak uživanjem u vrhunskoj gastronomskoj ponudi destinacije, posebice u restoranima poput Tri piruna, Guloža i Strikomana, koji su prepoznati po visokoj kvaliteti i autentičnom doživljaju. ACI marina Vodice će i u budućnosti nastaviti s ambicijom razvoja i održavanja visoke razine kvalitete. Cilj je ostati pouzdan partner Gradu i lokalnoj zajednici te pružati nautičarima sigurnu i atraktivnu luku tijekom cijele godine, kao što je to bio slučaj i dosad.

Destinacijski turistički proizvodi

1. Plaže i ljetni odmor

Vodice su sinonim za ljetni odmor zahvaljujući dugačkim, šljunčanim, uređenim plažama. Glavna gradska plaža (Plava plaža) i plaža Srima opremljene su tuševima, spasilačkom službom, igralištima te sadržajima za djecu i osobe s invaliditetom. Slični sadržaji postoje i na obližnjim plažama, kao što su Hangar, Imperial i Male Vrulje. Plaže pružaju dodatne sadržaje, poput barova, sportskih i zabavnih sadržaja, a njihova ponuda je temeljna motivacija za dolazak u glavnoj sezoni. Upravo su zbog prekrasnih plaža, čistog mora i bogate ponude smještaja Vodice među najposjećenijim ljetnim destinacijama Šibensko-kninske županije.

2. Događanja

Dugogodišnja tradicija organiziranja događanja, poput Vodičke fešte, CMC festivala, Ribarske večeri, *Jazz & Blues* festivala, Đardin je IN, *Vodice Street* festivala te adventskih i uskrasnih programa, čini Vodice prepoznatljivim kulturnim središtem. Događanja obogaćuju doživljaj destinacije, potiču uključivanje lokalne zajednice i omogućuju turistima kontakt s lokalnim običajima. Programi se održavaju od travnja do prosinca i time izravno podržavaju produljenje sezone. Turistička zajednica grada Vodica aktivno kreira kalendar događanja u suradnji s lokalnim partnerima i tako osigurava kontinuiran sadržaj tijekom boravka gostiju.

3. Nautički turizam

Marina Vodice, sa svojih više od 400 vezova i visokom razinom opremljenosti, smještena je u središtu grada i pruža idealnu polaznu točku za istraživanje arhipelaga Kornata, Murtera i Prvić-Šepurine. Uz stalne i sezonske vezove, marina nudi i brojne prateće usluge, poput servisa, goriva, trgovina i *charter* agencija. Nautičari često kombiniraju boravak na kopnu s višednevnim izletima, čime doprinose ukupnoj potrošnji. Marina djeluje i kao baza za razne događaje nautičkog karaktera te regate.

4. Aktivni turizam i biciklizam

- Vodice su razvile snažnu infrastrukturu za aktivni turizam, osobito biciklizam, s više od 315 km označenih staza koje spajaju obalu s unutrašnjošću i obližnje atrakcije. Tu su i sportska dvorana Račice, stadion, teniski tereni te sadržaji za sportove na plaži (*fitness*, odbojka, *streetball*).

U ponudi su MTB staze, panoramske vožnje i tematske ture koje omogućuju posjetiteljima otkrivanje prirodnih ljepota i kulturnih lokaliteta. Aktivni turizam osobito je važan u predsezoni i posezoni jer su uvjeti idealni za sportove na otvorenom. Biciklistički festivali i utrke, poput „Orlovog kruga“, dodatno pozicioniraju Vodice na sportskoj karti Hrvatske. Aktivni odmor dodatno podržava održivi razvoj jer smanjuje pritisak na obalu te širi turizam na ruralna područja.

5. Gastroturizam i enološka ponuda

Vodice razvijaju snažan identitet autentične destinacije valorizirajući lokalne namirnice, vina, maslinovo ulje i dalmatinske specijalitete. Restorani i konobe sve više surađuju s OPG-ovima te sve se češće organiziraju večeri domaće kuhinje i tematski gastro tjedni. Tematske manifestacije povezuju gastronomiju s kulturom i događanjima. Lokalna vina i maslinova ulja mogu se degustirati u kušaonicama, na OPG-ovima i tematskim lokalnim suvenirnicama.

Tablica 38: Analiza značaja i potencijala turističkih proizvoda u Vodicama:

Turistički proizvod	Potencijali i nove prilike	Značaj za upravljanje destinacijom	Ključni izazovi i rizici	Prioritetne mjere upravljanja
Plaže i ljetni odmor	Unapređenje <i>Smart Beach</i> digitalnih rješenja. Razvoj održivih praksi, certifikacija i podizanje standarda. Diversifikacija sadržaja za specifične ciljne skupine izvan sezone	Osigurava konkurentnost u jadranskoj regiji i privlači najveći broj turista, glavni generator ekonomske aktivnosti	Visoka sezonalnost, opterećenje infrastrukture, pad percepcije kvalitete usluge u vršnim terminima	Promocija manje opterećenih plaža, promocija odlaska na brodske izlete, digitalna podrška putem aplikacija za kvalitetniju disperziju i upravljanje turističkim tokovima <i>Smart Beach</i> .

Događanja i kulturni turizam	Jačanje tematiziranih evenata. Povezivanje s europskim kulturnim rutama (npr. Camino). Razvoj proizvoda Faust Vrančić.	Dugoročno produljenje sezone, jačanje identiteta mjesta, motivacija za višekratne dolaske te angažman lokalne zajednice	Ovisnost o vremenu, ograničenost zatvorenih prostora, potreba za inovacijama	Razvoj partnerskih oblika organizacije, sustavno financiranje malih/velikih događaja, podrška kreiranju cjelogodišnjih programskih linija
Nautički turizam	Unaprjeđenje ekoloških standarda. Razvoj zimskog marina servisa, regate izvan glavne sezone	Pozitivna međunarodna percepcija destinacije, produljenje sezone	Rizici vezani uz okoliš, nedovoljno povezivanje s ponudom u destinaciji ako ne odgovara ponudi za nautičare	Uvođenje zelenih certifikata, suradnja s lokalnim agencijama na razvoju novih tura, povezivanje nautičara s događajima i ruralnom ponudom Vodica
Aktivni turizam & biciklizam	Razvoj <i>bike friendly</i> i <i>outdoor</i> infrastrukture. Organizacija međunarodnih sportskih događanja. Povezivanje s ruralnim dijelovima.	Ključan za produljenje boravka i sezonalnosti, usmjerava turizam na ekološki prihvatljive aktivnosti u prostoru	Nedovoljna promocija izvan Hrvatske, fragmentiranost staza i usluga.	Sustavni razvoj tematskih ruta, interpretacijski sadržaji, umrežavanje poslovnih subjekata u ruralnom zaleđu

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Posebni oblici turističke ponude

Situacijska analiza: Posebni oblici turističkih usluga u Vodicama

Vodice razvijaju raznolike i posebne oblike turističkih usluga koje nadopunjuju osnovnu ponudu, omogućuju produljenje turističke sezone, diversifikaciju profila gostiju i veću uključenost lokalne zajednice. U nastavku je prikazana detaljna tematska analiza trenutno prisutnih usluga i sadržaja.

1. Kulturni turizam

Vodice imaju bogat kalendar kulturnih događanja koji uključuju: likovne i umjetničke radionice za djecu i odrasle u organizaciji Udruge More (za stanovnike grada Vodica), Gradsku knjižnicu s programima izložbi i radionica, Centar za umjetnost i kulturu s programima kazališnih predstava i kino programom te izložbama, interpretacijske projekte poput Vodiških bunara, rimskih cisterni i Dana antike – Bakanalija, Prižba na Srimi, Kreativni dani Fausta Vrančića na otoku Prviću; *Vodice Street festival*, *Jazz & Blues festival*, koncerti, Festival kazališnih amatera, kazališne predstave i izložbe kroz cijelu godinu; tečajevi gitare, *Jazz & Blues kamp*, Ljetna glazbena akademija (radionice - 7 dana).

2. Eno-gastro turizam

Ovaj segment je značajan i uključuje aktivne vinarije s kušaonicama i vinskim probama, kao što su Birin, Baraka te povremene degustacije ostalih hrvatskih vinarija. Manifestacije su sljedeće: Vino i gitara, Podrumske priče, Dalmatinska marenda, Šaša i pulenta, Piknik u Rakitnici i Uskrsni doručak. Integracija s lokalnim ugostiteljima i promotivne večeri s domaćim vinima i jelima.

3. Zdravstveni i *wellness* turizam

Zdravstvene usluge postaju sve važniji motivi za dolazak, posebno izvan sezone. Dentalne ordinacije i poliklinike nude usluge domaćim i stranim gostima. Specijalističke privatne poliklinike (internističke, dermatološke), fizikalne terapije i spa sadržaji u hotelima i privatnom smještaju se razvijaju i nude (masaže, aromaterapija, joga na plaži).

4. Edukacijsko-kreativni turizam – u razvoju su mogućnosti za širenje: likovne škole, radionice za pripremu za umjetničke škole, planovi za likovne kolonije i glazbene tečajeve (npr. gitara, fotografija) te radionice u suradnji s kulturnim udrugama namijenjene lokalnom stanovništvu i turistima.

5. Ruralni turizam – u razvoju, ali prepoznato kao potencijal: lokacije u zaleđu poput Rakitnice i ruralnih dijelova Vodica; interes za domaću gastronomiju, tradicionalne recepte i lokalne

proizvode (vino, maslinovo ulje, pršut); Uljara Sveti Ivan – aktivna proizvodnja i mogućnosti za prezentaciju maslinovog ulja.

6. Vjerski turizam – Crkva sv. Križa, procesije i blagdani, osobito za domaće goste i dijasporu; crkva Gospe od Karmela (na brdu Okit), Krka - Otok Visovac - samostan; kulturno-duhovne ture u kombinaciji s interpretacijom lokalne baštine; Camino ruta Sv. Jakova.

Tablica 39: Situacijska analiza identifikacije izazova i potrebnih mjera za upravljanje svim ključnim turističkim proizvodima Vodica

Turistički proizvod	Status i udio u ukupnoj ponudi (2025)	Potencijal i nove prilike	Najveći prostori za napredak	Potencijal rasta i rok za iskorak	Ključni izazovi i rizici	Što je potrebno za unapređenje	Značaj i doprinos destinaciji
Plaže i ljetni odmor	Dominantan proizvod (60–65 % prometa)	Smart Beach, održiva uprava, diversifikacija za spec. grupe, certifikati Plava zastava	Disperzija posjetitelja, digitalna podrška, održivost	Ne planira se povećanje, već produljenje na pred i posezonu i disperzija	Sezonalnost, zagušenje, pad zadovoljstva	Digitalne platforme, edukacija, veća kontrola nad opterećenjem, dodatno uređenje plaža i sadržaja	Generator tržišnog imidža
Događanja i kulturni turizam	Udio u sezonskoj ponudi 15–20 %, ljetni/posezonski festivali (izvan glavne sezone korištenje predivnih plaža u animacijskom dijelu)	Jačanje proljetnih i jesenskih događanja, povezivanje s europskim rutama i tradicijom	Zimski i obiteljski programi, veći angažman mladih i lokalne zajednice	Srednji, značajan iskorak unutar 2–3 godine	Ovisnost o vremenu, inovacijska stagnacija	Jača suradnja TZ-a, stalno financiranje, europski projekti	Povećava identitet i produljuje sezonu
Nautički turizam	10–12 % tržišnog udjela, visoka individualna potrošnja	Zeleni marina servisi, regate izvan vršnih termina	Kvalitetnije povezivanje kopna i mora, održivost i ekologija	Vrlo visok, značajan rast, 1–3 godine	Ekologija, umreženost, sezonalnost	Uvođenje zelenih certifikata, zajedničke promotivne ture	Visokoplatežni segment, naglasak na kvaliteti, rastući brand

Aktivni turizam & biciklizam	10–12 % (porast u izvansezonskim terminima)	Digitalne mape, sportska događanja, povezivanje ruralnih zona, <i>bike-friendly</i> smještaj	Kvaliteta servisne ponude, promocija prema zapadnim tržištima	Velik za 2–4 godine (ovisno o ulaganju u promociju)	Fragmentiranost, prekratka sezona	Tematske staze, interpretacija, <i>cross-promotion</i>	Održivi razvoj, distribucija opterećenja
Eno-gastro turizam	10 %+, ali nedovoljno naglašen realni potencijal (OPG-ovi, večeri vina)	Oznake izvornosti, digitalna prodaja, gastro festivali u posezoni	Objedinjavanje ponude, jači marketing, certificiranje kvalitete	Velik, 1–3 godine uz orkestrirano djelovanje	Sezonalnost, vidljivost, brendiranje	<i>Gourmet</i> tematske ture, sinergija s outdoor i eventima	Lokalni identitet i dodatna potrošnja
Ruralni turizam	U nastajanju; udio <5 %, ali prepoznata strateška vrijednost	Razvoj izletničkih OPG-ova, edukacija o trad. vještinama, agroturistička okupljanja	Proaktivnije povezivanje s outdoor ponudom, edukacija OPG-ova	Velik, realno 3–5 godina do prepoznatljivosti	Nedostatak edukacije, udruživanja, promocije	Formiranje operativnog tima sa TZ	Diversifikacija, uključivost, autentičnost
Zdravstveni/wellness turizam	U razvoju, 2–3 % tržišnog udjela, visoka dodana vrijednost	Razvoj <i>well-being</i> , <i>joga & spa</i> , partnerstva s poliklinikama	Integracija sa smještajem, tematski vikendi, seniorski paketi	Srednji za 3–5 godina, uz sinergiju u ponudi i promociji	Nedovoljno sustavne promocije	Povezivanje usluga, zajednička promocija, <i>wellness event</i>	Produljuje sezonu, višednevni boravak
Edukacijsko-kreativni turizam	Pojedinačne radionice/periodično, <2 % trenutno	Razvoj <i>creative tourism</i> kolonija, likovne škole, glazbeni kampovi,	Bolja organizacija, komunikacija prema tržištu	Umjeren, 2–4 godine uz jaču promociju i umreženost	Povremeni angažman, manjak promocije	Jačanje partnerstva s udrugama i umjetničkim školama	Jačanje imidža

Vjerski turizam		suradnja s akademijama					
	Povremeni dolasci, <2 %, ali visoku emotivnu vrijednost	Camino / sv. Jakov ruta, valorizacija lokalnih blagdana i tradicija	Povezivanje sa kulturnim turizmom i manifestacijama	Umjeren, 2–4 godine, zahtijeva integraciju	Novi proizvod, potrebna dodatna sredstva za promociju, sezonalnost	Paketi Camino, interpretacija vjerskih sadržaja.	Nišni segment, jača autentičnost ponude

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Turističke atrakcije

Turističke atrakcije destinacije oblikuju se kroz sinergiju prirodnih i kulturnih vrijednosti, funkcionalne infrastrukture i kvalitete pruženih usluga, što zajedno formira prepoznatljivu i konkurentnu ponudu. Dostupnost i korisničko iskustvo uvelike ovise o razvijenosti primarne i sekundarne infrastrukture, a osmišljeni programi i sadržaji unose dinamiku, doživljaj i dodatnu vrijednost. Turistički proizvodi nastaju kao promišljen rezultat strateškog upravljanja resursima, inovacija i tržišne orijentacije. Njihov kontinuirani razvoj omogućuje pozicioniranje destinacije na temelju vlastite posebnosti te osigurava ravnotežu između atraktivnosti, konkurentnosti i održivosti.

Kulturne atrakcije

Pregled najposjećenijih atrakcija u Vodicama za 2024. godinu uključuje najznačajnije kulturne, prirodne i interpretacijske sadržaje destinacije. Tablica prikazuje godišnju posjećenost, procijenjene maksimalne kapacitete te postotak iskorištenosti u izvansezonskim mjesecima. Na temelju toga procijenjen je potencijal za rast posjećenosti kako u sezoni, tako i u predsezoni i posezoni.

Tablica 40: Kulturne atrakcije

Atrakcija / Lokacija	Godišnji broj posjetitelja	Maks. kapacitet (osoba/dan)	% iskorištenosti izvan sezone	Potencijal rasta u gl. sezoni (srpanj/kolovoz)	Potencijal rasta izvan sezone
Crkva Gospe Karmelske (Okit)	~ nekoliko puta godišnje do 5000	150	20 %	+50 %	+30 %
Župna crkva sv. Križa	~15 000	200	25 %	+40 %	+25 %
Čorićev toranj	Nema mogućnosti posjeta	100	15 %	+60 %	+35 %
Arheološki lokalitet Prižba (Srima)	~ 1500	80	10 %	+70 %	+40 %
Kušaonica OPG-a Birin	~2000	35	30 %	+50 %	+30 %
Klupske večeri (ljetni ciklus)	5000	300	10 %	+60 %	+40 %
Povijesna jezgra / šetnica promenadom	~30 000	500	35 %	+50 %	+30 %
Camino / Caminño dio ruta Camino Šibenik - Put sv. Jakova, dio Camino Hrvatska	~ 1000	100	20 %	+60 %	+40 %
MMC Fausta Vrančića	~4 000	150	15 %	+40 %	+20 %
Arheološki lokalitet Velika Mrdakovica i Rimska cisterna	2.500	400	20 %	+50 %	+50 %

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Prirodne atrakcije

Situacijska analiza

Vodice raspolažu nizom prirodnih atrakcija s iznimnim razlikama u sezonalnosti. Svi resursi imaju prostora za razvoj izvan glavnih ljetnih mjeseci (srpnja/kolovoza). Sustavni razvoj tih resursa, uz digitalnu vidljivost i kvalitetnu interpretaciju, nudi priliku za ravnomjerniju turističku raspodjelu i jačanje cjelogodišnje ponude.

Identifikacija izazova

Glavni izazov leži u ostvarivanju uravnotežene iskorištenosti zbog intenzivnog ljetnog pritiska na središnje plaže. Smanjena je vidljivost vanjskih sadržaja, ograničena digitalna infrastruktura koja ne pruža detaljne informacije o stazama i uslugama te fragmentirano upravljanje posjetiteljskim tokovima otežavaju potpunu valorizaciju prirodnih resursa.

Potrebne mjere

Rješenje se nalazi u proaktivnom usmjeravanju gostiju prema manje opterećenim plažama, otocima i stazama putem aplikacije s interaktivnim kartama, *shuttle* ili *bike-share* povezivanjem i kvalitetnoj signalizaciji, koja je ujedno poziv za nove sadržaje. Paralelno, vođeni programi u proljeće i jesen, poput tematskih *hikinga*, biciklističkih tura, *bird-watchinga* na Vrani ili otočnih *slow-tour* paketa, posjeta Nacionalnom parku Krka i Nacionalnom parku Kornati, mogu motivirati posjete izvan vrhunca ljeta. Uvođenjem sustava brojanja posjetitelja i digitalnih najava kapaciteta osigurava se održivo upravljanje. Uključivanje lokalnih OPG-ova i ugostitelja u stvaranje integriranih doživljaja potiče novu potrošnju i istovremeno širi prepoznatljivost Vodica kao destinacije s prirodnim atrakcijama dostupnim tijekom cijele godine.

Sportsko-rekreacijske atrakcije

Tablica 41: Pregled sportsko-rekreacijskih atrakcija i sadržaja

Naziv infrastrukture	Opis i karakteristike	Lokacija / Napomena
MTB XCO „Orlov krug“	4,95 km kružna staza; UCI C2 rang; slobodno korištenje	Orlov Krug

Skate park Račice	Betonska površina 2 500 m ² (<i>street, pool, vert</i>); LED rasvjeta; otvoren 2025.	Račice
Nogometni stadion Račice	Tribina s 1000 sjedećih mjesta; pomoćno igralište	Račice bb
Sportska dvorana Račice	Višenamjenska dvorana (27 × 45 m); tribina ≈ 500 sjedećih mjesta; otvorena 2025.	Račice
Teniski tereni	5 teniskih terena	Više lokacija
Plažni tereni (Plava plaža / Srima)	Odbojka na pijesku, <i>streetball, outdoor fitness</i> , penjačka stijena; ukupno 17 350 m ² rekreacijske zone	Plava plaža i Srima
Kombinirana igrališta	Košarka, rukomet, mali nogomet: Vodice (2), Srima (1), Prvić (1)	Više lokacija
Biciklističke staze	314 km – povezane sa širim područjem Šibensko-kninske županije	Šire područje županije
Pješačke staze	Oko 40 km pješačkih staza	Šire područje Vodica i okolice

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, obrada autora

Situacijska analiza

Uz postojeću kvalitetnu destinacijsku sportsku infrastrukturu, Vodice moraju pokrenuti operativni sustav koji smještajnim objektima i organizatorima događanja omogućuje jasan pregled raspoloživih resursa, uvjeta i kapaciteta. Prilika je da se osnaži iskorištenost mnogih javnih prostora u pred- i posezoni te time ojača planiranje *evenata* i manjih skupova, koji bi mogli pomoći potaknuti dolazak u Vodice.

Identifikacija izazova

Centralnim sustavom objedinile bi se informacije o destinacijskoj infrastrukturi, tehnički uvjeti i dostupnost za organizaciju događanja. Nedostatak strukturirane komunikacije među dionicima otežava strateško planiranje i propušta priliku za ciljani razvoj kongresne i *event* scene u predsezoni i posezoni.

Potrebne mjere

Ključno je stvoriti jedinstveni koordinacijski sustav koji svim smještajnim objektima, pretežito hotelima i organizatorima *evenata*, kongresa i grupa jasno prezentira destinacijske resurse koji se mogu ponuditi i koristiti. Prvi je korak formirati koordinacijski tim "Vodice Active Hub" (Grad, TZ, hoteli, voditelji sportskih objekata), koji vodi zajednički popis resursa, objavljuje cjenike i tehničke podatke te pruža podršku, od rezervacije do logistike.

Zabavni sadržaji, izleti i doživljaji

Ljetna događanja i festivali: CMC festival, najveći festival domaće zabavne i pop-glazbe u Hrvatskoj, održava se sredinom lipnja na vodičkoj rivi, okuplja tisuće posjetitelja i prenosi se uživo. Vodice *Jazz & Blues* festival glazbena je manifestacija koja se održava u srpnju. Ribarske večeri i pučke fešte održavaju se od lipnja do rujna. Tradicionalna glazba, domaća hrana i rukotvorine nude se gotovo svakog vikenda tijekom sezone. Izleti brodom i otoci - poludnevni i cjelodnevni izleti na Prvić, Zlarin, NP Kornate, NP Krka, *sunset cruise* ture posebno su popularni među mladima te nude glazbu, DJ-eve i koktele uz zalazak sunca. Zadnjih godina popularna su *tailor made* vjenčanja na brodu, posebne proslave i poslovna događanja. Plaže i adrenalinska zabava: odbojka na pijesku, *streetball* i *outdoor fitness* dostupni su u sklopu plažnih zona. *Skate park* Račice (novo 2025.), površine 2 500 m² s LED rasvjetom i *street* i *pool* zonama, dizajniran je za rekreativce i natjecatelje te čini središte urbanog sporta i festivala na otvorenom. Noćni klubovi i barovi (Makina, Hacienda) mjesta su domaće *party scene*, s gostovanjima DJ-eva i glazbenika.

U Vodicama je moguće birati između brojnih atraktivnih izleta i ribarskih tura prilagođenih različitim interesima gostiju. Najpopularniji izleti uključuju posjet Nacionalnom parku Krka, gdje brodovi prevoze goste u srce rijeke Krke do prekrasnog Skradinskog buka, nudeći mogućnosti razgledavanja, kupanja i degustacije lokalnih delicija. Izlet na Kornate otkriva 89 nenaseljenih kamenih bisera Mediterana uz panoramu krških litica i skrivenih plaža, nudeći mogućnost ronjenja i uživanje na suncu.

Tijekom cijelog ljeta dostupni su kraći izleti rivijerom, posjeti slikovitim otocima poput Babca, kao i *sunset cruises* brodom Lirica. Flota brodova Destina (tri broda), Jastog, Babac i Lirica (zalazak sunca) redovito nude tematske i privatne ture na odredišta po izboru gostiju.

Za ljubitelje ribolova, Vodice su polazište za *Big fishing* ture, organizirane ribarske avanture s trima specijaliziranim brodovima za sportski ribolov, uključujući *Big Game* i posebnu ponudu broda Glasboat Mate, uz stručno vodstvo i opremu za ulov kapitalnih riba.

Ovi izleti idealan su izbor za jednodnevne posjetitelje, obitelji, grupe i individualne goste željne autentičnih doživljaja, netaknute prirode i aktivnog odmora uz vrhunsku organizaciju.

Turističke usluge

Turističke agencije i organizacija putovanja

U kontekstu Plana upravljanja destinacijom, turističke agencije u Vodicama obavljaju niz konkretnih operativnih i posredničkih djelatnosti. Njihova osnovna funkcija je organiziranje i prodaja izleta (kopnenih i morskih), što uključuje posjete nacionalnim parkovima, kulturno-povijesnim lokalitetima te otocima u okolici. Također su odgovorne za rezerviranje smještaja, posredovanje u najmu vozila, organiziranje transfera, pružanje informacija i prodaju turističkih paketa. Mnoge agencije nude vođene ture, tematske doživljaje (poput eno-gastro obilazaka) te grupne i individualne aranžmane. Uz navedeno, dio agencija surađuje s inozemnim touroperatorima te sudjeluje u *incoming* segmentu, odnosno dovođenju gostiju u destinaciju i koordinaciji njihovih aktivnosti na terenu.

Usluge turističkog vođenja

U Vodicama djeluje manji broj profesionalnih turističkih vodiča, većinom sezonski angažiranih, koji su registrirani za pružanje usluga vođenja na hrvatskom i stranim jezicima, najčešće engleskom, njemačkom, talijanskom i francuskom. Turističko vođenje obuhvaća vođenje povijesnom jezgrom Vodica uz interpretaciju lokalne baštine, arhitekture, sakralnih objekata i urbanog razvoja mjesta. Osim same jezgre, vodiči vrlo često vode organizirane izlete do okolnih lokaliteta, primjerice u

Šibenik, NP Krka, otok Prvić, ali i dalje do NP Kornati, Trogira, Splita i Zadra, ovisno o zahtjevima agencija i grupa. Usluge se pružaju najčešće u suradnji s lokalnim turističkim agencijama ili putem izravnog angažmana grupa, školskih ekskurzija i turista. Vođenja su prilagođena različitim profilima posjetitelja, od kulturno-edukativnih tura za organizirane skupine do tematskih šetnji, poput eno-gastro ture, vođenja po vjerskim lokalitetima ili interpretacije prirodne baštine. Unatoč bogatoj baštini i potencijalu, kapacitet profesionalnog vođenja u Vodicama još uvijek nije sustavno razvijen. Nedostaje strukturiran registar vodiča, stalna edukacija, kao i destinacijski standardi interpretacije sadržaja. U okviru Plana upravljanja preporučuje se uspostava koordinirane platforme vodiča, njihova bolja vidljivost i promocija te povezivanje sa školama, interpretacijskim centrima i kulturnim ustanovama kako bi se razvila sveobuhvatnija usluga vođenja tijekom cijele godine.

Organizacija sportskih i rekreacijskih aktivnosti

Situacijska analiza

Zajednica sportova Grada Vodica koordinira cjelokupne sportske aktivnosti, a trgovačko društvo Vodički sport upravlja ključnom infrastrukturom. Unaprijed najavljenim grupama omogućuje se turističko korištenje nogometnog igrališta, sportske dvorane u Račicama, *skate* parka u Račicama, dvorane za borilačke sportove, natkrivenog igrališta kod Osnovne škole Vodice, školske dvorane u naselju Čista Velika te igrališta za mali nogomet i košarku u Srimi. Četverogodišnji plan predviđa izgradnju dodatnih terena u Račicama za mali nogomet, košarku i rukomet, postavljanje novih teniskih terena i padel igrališta te izgradnju natkrivenog boćališta. Grad aktivno podupire 22 sportske udruge s ukupno 3196 registriranih sportaša, pokrivajući sve operativne troškove klubova i održavanje objekata. U 2024. godini za sport je izdvojeno 6 201 018 €, od čega je 5 706 700 € namijenjeno izgradnji i uređenju sportskih objekata, 442 390 € za rad sportskih udruga, a ostatak za tekuće održavanje i ostale programe.

Vodice danas raspolažu razgranatom mrežom od oko 314 km označenih biciklističkih staza i 40 km tematskih pješačkih staza, što uključuje šetnice uz more Vodice – Tribunj i Vodice – Srima. Cestovne i makadamske rute povezuju obalnu zonu s priobalnim selima, vidikovcima i arheološkim lokalitetima, a pješačke staze vode do brda Okit, bazilike Prižba i kružnih otočnih

putova na otoku Prviću. Infrastruktura je upotpunjena dugom tradicijom MTB događaja (npr. XCO Orlov krug) te mogućnošću organiziranja biciklističkih i *trekking* utrka izvan ljetnog termina. Turistička zajednica grada Vodica paralelno provodi model potpore događanjima s naglaskom na predsezonu i posezonu. Javni poziv predviđa sufinanciranje do 1500 € po manifestaciji, pri čemu se ocjenjuje doprinos obogaćivanju ponude izvan srpnja i kolovoza. Stvoren je administrativni okvir koji potiče razvoj outdoor manifestacija i vođenih tura u razdobljima umjerene potražnje.

Identifikacija izazova

Biciklističke staze ili rute standardizirane su na razini županije. Izrađene su karte, posebna *web* stranica, GPS koordinate, servisne točke, odmorišta i certificirani *bike-friendly* smještaji. Organizatori sportskih događanja se potiču na snažnije korištenje potpora te osmišljavanje pretežno međunarodnih sportskih događanja u proljetnim i jesenskim mjesecima. Važno je voditi brigu o ugovorenom održavanju staza, organizacijskim mogućnostima i prihvatnim kapacitetima kako bi se izbjegla prekomjerna opterećenja pojedinih dionica te osigurala zaštita osjetljivih prirodnih zona.

Potrebne mjere

Ugovorenim održavanjem staza, uvođenjem jedinstvene mobilne aplikacije s GPS vođenjem, profilima staza i kalendarom nadolazećih događanja, biciklistima i hodačima omogućilo bi se samostalno planiranje izvan glavne sezone, čime se rasterećuju plaže i središte grada. Precizno označavanje ruta na terenu, uz postavljanje servisnih stupova i odmorišta, učinilo bi staze atraktivnim i za manje iskusne korisnike. Turistička zajednica može dodatno usmjeriti svoj program potpora na manifestacije koje kombiniraju sport, gastronomiju i interpretaciju baštine, potičući vinare, OPG-ove i ugostitelje da se uključe u eno-gastro biciklističke ture i vikende za pješačenje. Istodobno, partnerstvo s lokalnim prijevoznicima za uvođenje *shuttle* servisa i *bike-share* sustava olakšat će pristup udaljenijim dionicama bez potrebe za osobnim automobilom, čime se promiče održivi prijevoz i produljuje turistička sezona.

Događanja u Vodicama

Vodice tijekom godine nude raznolika i iznimno atraktivna događanja koja okupljaju posjetitelje svih generacija, od velikih glazbenih festivala i koncerata do kulturnih manifestacija, amaterskih kazališta i radionica za djecu. U ljetnim mjesecima regiju obogaćuju ulični festivali, ribarske večeri, eno-gastro edukacije, sportska natjecanja te jedinstvena tradicionalna slavlja i piknici u prirodi.

Tablica 42: Pregled događanja s analizom potrošnje i razinom gužve

Događanje	Kvaliteta (1–5)	Broj posjetitelja	Jednodnevni/stacionarni	Procjena potrošnje (€)/gostu/posjeti	Razina gužve (1–5)
Vodička fešta	5	25000	40 : 60	50–80	5
Vodice Jazz & Blues Festival	5	1500	10 : 90	40	1
Đardin je IN (4 mjeseca)	5	5000	10 : 90	20	1
Advent u Vodicama (višednevni)	5	10 000	30 : 70	30–70	2
Vodice Street Festival (višednevni)	5	3000	10 : 90	30	1
Dani antike – Bakanalije	4	Do 400 - ograničenje broja posjetitelja	10 : 90	25	2
Festival dalmatinskih klapa – Klapske srijede	5	1000	10 : 90	20	1
Uskrsni doručak	3	1000	70 : 30	10–15	2
Piknik u Rakitnici	3	500	80 : 20	10	1
CMC Festival	4	15 000	70 : 30	60	5
Ribarske večeri	4	2000	50 : 50	30–40	3
Šaša i pulenta	4	1200	60 : 40	15–20	2
Burtiž – Prvić	4	400	70 : 30	15	1
Kreativni dani Fausta Vrančića (Prvić)	5	600	40 : 60	20	1

Događanje	Kvaliteta (1–5)	Broj posjetitelja	Jednodnevni/stacionarni	Procjena potrošnje (€)/gostu/posjeti	Razina gužve (1–5)
Ljetna događanja – Šepurina i Luka (Prvić)	3	800	60 : 40	15	1

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, obrada autora

Za manja događanja ističe se djelatnost Udruga More koju vodi Manuela Srdarev. Udruga organizira umjetničke slikarske radionice za djecu i odrasle. S aktivnostima započinju već u proljeće, koje uključuju Dan voda i Dan planeta Zemlje, u suradnji s organizacijama poput Argonauta i uz podršku lokalnih domaćina, kao što je obitelj Ivanda. Radionice su kontinuirane tijekom ljeta i vrlo su dobro posjećene, a među polaznicima ima mladih koji se pripremaju za upis u umjetničke škole i akademije. Završetak programa obilježava se javnim izložbama i dodjelom diploma, što dodatno pridonosi vidljivosti i valorizaciji kreativnog rada. Jedan od posebno prepoznatih događaja je Vodice Street Festival koji organizira Turistička zajednica grada Vodica s LU More i vanjskim suradnicima (M. Srdarev). Stanovnici ga ističu kao iznimno kvalitetan i autentičan festival, uz aktivno sudjelovanje djece i roditelja u stvaranju umjetničkih djela na otvorenom. Ovakva interaktivna i međugeneracijska forma izuzetno je cijenjena jer povezuje zajednicu i posjetitelje s umjetnošću. Stanovnici smatraju da u budućnosti postoji veliki potencijal za razvoj umjetničkih sadržaja, uključujući održavanje radionica tijekom cijele godine (barem jednom tjedno), organizaciju likovnih kolonija s javnim izložbama, doniranje umjetničkih djela javnim prostorima te razvoj novih oblika radionica, kao što su tečajevi gitare, fotografije, keramike i srodnih oblika kreativnog izražavanja. Za realizaciju ovih ideja ključni su dostupnost financijskih sredstava, institucionalna podrška te spremnost lokalne zajednice da aktivno sudjeluje u planiranju i provedbi sadržaja. Zaključno, kulturno-umjetnički programi percipiraju se kao alat za unapređenje kvalitete života i interakcije stanovnika te stvaranje dodatne vrijednosti za turiste izvan klasične ponude. U 2024. godini ukupni budžet za organizaciju svih događanja u Vodicama iznosio je 629 793 eura, a procijenjeni broj posjetitelja tijekom godine kretao se oko 100 000. Iz toga proizlazi da je prosječno godišnje ulaganje po posjetitelju 6,30 eura. Ovaj pokazatelj

potvrđuje racionalno i ciljano korištenje sredstava te omogućuje uvid u ekonomski aspekt održavanja događanja u odnosu na njihov doseg.

Tablica 43: Tradicijska i održiva događanja u destinaciji Vodice i na otoku Prviću

Događanje	Elementi tradicije	Postotak lokalnog sadržaja	Održivi razvoj (ocjena 1–5)	Elementi održivosti
Uskrsni doručak	gastro, folklor, nošnje	90 %	5	Njegovanje tradicionalnih običaja, starih recepata, angažiranje kulturnih udruga
Piknik u Rakitnici	gastro, kulturna baština	100 %	5	Tradicionalni običaji, povratak prirodi, lokalna gastronomija
Večer antike – Bakanalije	kultura, gastro	95 %	5	Tradicija, edukacija, lokalni proizvodi i lokalna gastronomija
Šaša i pulenta	gastro, kultura	100 %	5	Gastronomija, kulturni običaji, lokalna gastronomija
Dalmatinska marenda	gastro, kultura	95 %	5	Kulturni običaji, lokalna gastronomija, lokalni recepti
Vino i gitara, podrumske priče	eno-gastro	100 %	5	Tradicija, promocija lokalnih vinarija
Ribarske večeri	ribarska tradicija, lokalna hrana	95 %	5	Očuvanje ribarske baštine, direktna promocija lokalnih proizvoda i gastronomije
Burtiž (Prvić)	običaji otoka, kultura, glazba	100 %	5	Očuvanje otočnog identiteta, uključivanje lokalne zajednice, lokalni izvođači
Kreativni dani Fausta Vrančića	baština, edukacija, radionice	90 %	5	Edukativni sadržaji za djecu, lokalna tematika (Faust), stvaranje memorije mjesta
Festival dalmatinskih klapa	vokalna glazba, tradicija	100 %	5	Njegovanje klapskog pjevanja, lokalne udruge i izvođači

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Tablica 44: Analiza najvećih događanja – radno vrijeme i prometna opterećenja

Događanje	Radno vrijeme i trajanje	Procjena opterećenja (većernji sadržaji)	Prometna opterećenja i pristupačnost
Vodička fešta	Početak oko 20:00, završetak iza 2:00	Vrhunac sezone, visoka buka i gužva do 1:30.	Velika opterećenost parkirnih kapaciteta, pješačke zone s visokom

Događanje	Radno vrijeme i trajanje	Procjena opterećenja (većernji sadržaji)	Prometna opterećenja i pristupačnost
	(ukupno trajanje: ~6–7 sati)	Dozvoljena buka je 4 puta godišnje.	razinom gužve. Centar je u večernjim satima zatvoren za sva vozila
CMC Festival	Višednevni, koncerti od 20:00 do iza 1:00 (2–3 večeri)	Intenzivan večernji sadržaj, koncerti, snimanja, visoka frekvencija posjetitelja	Potreban dodatni parking i prometna regulacija
Advent u Vodicama	Dnevni i večernji sadržaji od 17:00 do 22:00, vikendima do 23:00	Umjerena večernja aktivnost, povećanje prometa u centru	Dobra pristupačnost, dio zone zatvoren za promet, nema većih gužvi, osim vikendom
Vodice Jazz & Blues Festival	Većernji koncerti od 20:30 do 23:30 (3 večeri)	Visoka kvaliteta, mirnija publika, blaže večernje opterećenje	Blagi porast prometa i parkiranja
Đardin je IN	Tjedni večernji program, svake više puta tjedno 20:00–23:00 tijekom 4 mjeseca	Niska razina buke, kulturni sadržaj, lagano opterećenje	Blagi porast prometa
Vodice Street Festival	Višednevni, svakodnevni programi 19:00–23:00	Raste broj posjetitelja, večernja šetnja, vizualni i glazbeni sadržaji	Nema gužve jer još nije puna sezona na šetnicama, pješačke zone pune
Festival dalmatinskih klapa	Jednodnevni, glazbeni sadržaj od 20:30 do 23:00	Niska razina buke, umjerena gužva, visoka lokalna uključenost	Manje prometno opterećenje, posjetitelji dolaze ranije i pješice
Dani antike – Bakanalije	Cjelovečernji program od 18:00 do 23:00	Vizualna dominacija, edukacija, lokalna hrana i glazba, srednje opterećenje	Program se odvija u zaleđu - <i>in situ</i> . Nema prometnog opterećenja.
Šaša i pulenta	Većernji gastro sadržaj od 18:00 do 22:00	Ugodna večernja atmosfera, bez glasne glazbe	Događanje se odvija u pješačkoj zoni.
Uskrсни doručak	Dnevni program 10:00 – 14:00	Nema večernjeg sadržaja, mirna obiteljska atmosfera	Laka prometna pristupačnost, bez zagušenja

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Tablica 45: Detaljna analiza održivosti i opterećenja zone događanja u Vodicama

Pokazatelj	Opis i analiza
Prosječno vrijeme zadržavanja posjetitelja	Prosječno vrijeme koje posjetitelji provedu u zoni događanja je između 2 do 4 sata. Kod većih događanja, poput Vodičke fešte i CMC festivala, zadržavanje raste i do 6+ sati. Ovo trajanje ima značajan utjecaj na opterećenje infrastrukture, posebno javnih površina, sanitarnih čvorova i sigurnosnih službi.
Razina buke u zoni	Iako nema službenih podataka iz mjernih stanica, iskustva lokalne zajednice i organizatora potvrđuju da razina buke u zoni u vršnim večernjim satima (20:00 – 2:00) znatno premašuje 80 dB, osobito u blizini klubova i koncerata na otvorenom. Buka je glavni izazov za lokalne stanovnike, osobito uz rivu i na lokacijama s noćnim sadržajem. Potrebna je sustavna i kontinuirana kontrola buke, postavljanje fiksnih senzora i definiranje limita po vremenu i zonama.
Sigurnosne i sanitarne službe	Svako događanje priprema se s operativnom sigurnosnom procjenom: broj redara, sanitarnih službi i suradnja s policijom, gradskim redarstvom, komunalnim poduzećem i TZ-om. Kod velikih događanja poput Vodičke fešte, angažira se dodatna sigurnost, a ukupno se koristi 10+ redara i više interventnih timova.
Ekološki otisak događanja	Za svaki događaj posebno se procjenjuje potrošnja struje, vode, otpada, u suradnji s komunalnim poduzećem i Gradom. Samo gastro manifestacija i fešte generiraju otpad. Sve gastro događanja su <i>plastic free</i> . Štandovi (dodatni) su prisutni samo na velikoj fešti i većim koncertima - kojih je u 2024. godini bilo 3, a u 2025. godine 2. Korištenje električne energije raste do vršnih opterećenja (npr. koncertna rasvjeta, štandovi, visina buke). Sva događanja traju do max. 23:30, osim vodičke fešte koja traje do 2:00.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Analiza događanja

1. Na području grada Vodica godišnje se organizira oko 170 događanja različitog tipa i razine organizacije. Najveći udio u realizaciji ima Turistička zajednica, koja je odgovorna za više od 60 % svih manifestacija. Ostali organizatori uključuju Kulturni centar Vodice, koji organizira izložbe, kazališne predstave i slično, te lokalne inicijative poput MO fešti, Udruge Otok s programima u Šepurini i na otoku Prviću.
2. Za vrijeme Vodičke fešte, kada je vrhunac sezone i najveći broj posjetitelja, na vodičkoj rivi podaci su sljedeći: ugodno (1 osoba po m²): okvirno 6000 do 8000 posjetitelja, što

omogućuje slobodu kretanja, komunikaciju i sigurnost. Navedena maksimalna gustoća preporučuje se za većinu kulturnih, zabavnih i glazbenih programa.

3. Financijski okvir i potrošnja: neposredna potrošnja ne mjeri potrošnju posjetitelja. Predviđeni su iznosi troškova događanja, uključujući popratne troškove. Potrebno je planirati ekonomsku isplativost i održivost. Okvirna potrošnja iznosi 30 eura po osobi.
4. Kriteriji i upravljanje događanjima – jedan od izazova u organizaciji je nedostatak definiranih kriterija za odabir i evaluaciju događanja. Trenutno se događanja uglavnom definiraju putem javnih poziva. U okviru smjernica Plana upravljanja preporučuje se uspostavljanje međusektorskog tima koji bi pratio kvalitetu, održivost i doprinos pojedinih programa razvoju destinacije.
5. Lokalna baština kao temelj za tematski razvoj – potencijal lokalne baštine se koristi, ali uvijek postoji potreba za kreativnijim interpretacijama lokalnih priča, običaja i prostora koji bi bili temelj za sadržajno i identitetski prepoznatljivo pozicioniranje Vodica. Navedeno podrazumijeva povezivanje lokalne povijesti, zanata, gastronomije i običaja u tematska događanja, koji imaju potencijal za aktivaciju izvan glavne sezone i veće uključivanje lokalnog stanovništva.

Upravljanje i evaluacija događanja

Potrebno je postaviti formalno uspostavljen sustav upravljanja događanjima koji obuhvaća inicijalno planiranje (definiranje ciljeva, budžeta, izbora lokacije), koordinacije s dionicima i jedinicom lokalne samouprave, promociju i komunikaciju s ciljnim skupinama, provedbu događanja i logistiku te evaluaciju uspješnosti (anketiranje, financijska analiza, izvještaji). Potrebno je postaviti sustav izvještavanja o prometu poslovnih subjekata putem Porezne uprave, u cilju dobivanja prihoda događanja po posjetitelju.

Mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte i događanja

Sustavno mjerenje učinkovitosti ulaganja u projekte, događanja i srodne aktivnosti ključan je alat za procjenu njihove financijske opravdanosti, društvene vrijednosti i doprinosa ukupnom imidžu destinacije. Definirani financijski i nefinancijski pokazatelji omogućuju objektivnu evaluaciju ostvarenih rezultata, bolju alokaciju sredstava te unapređenje budućih planova i odluka. Potrebno

je obuhvatiti zadovoljstvo sudionika, doprinos lokalnoj zajednici, kao i razinu medijske prisutnosti te vrijednost na digitalnim platformama. Predloženi holistički pristup pruža konkretne podatke za procjenu učinka i osigurava temelje za strateško upravljanje i dugoročno održiv razvoj destinacije.

Tablica 46: Pokazatelji uspješnosti događanja - prijedlog mjerenja (izravni i neizravni prihodi i troškovi) na testnom primjeru događanja Đardin je IN

Kategorija	Pokazatelj	Vrijednost / Procjena	Napomena
FINANCIJSKI	Prihodi u ugostiteljstvu	55 000 EUR	Vidi rast prometa u odnosu na isti vikend prošle godine
	Prihodi od parkinga	3500 EUR	Pojačan priljev u zonama oko Trga i Đardina
	Prihodi od smještaja	10 000 EUR	Nema značajnijeg zakupljivanja cijelih kapaciteta
	Dodatni prihodi (ulaznice, suveniri itd.)	2000 EUR	Službeni prodajni štandovi, ulaz na specijalne sadržaje
	Vrijednost PR-a (objave, medijsko praćenje)	8000 EUR (procjena)	Lokalni i regionalni mediji, web portali
	Povrat uloženog (ROI)	1,45:1	
	Trošak promocije / PR-a	2000 EUR	Promotivni materijali i oglasi
	Trošak organizacije događaja	50 000 EUR	Organizacija scene, izvođači, logistika
	Trošak čišćenja i komunalnih usluga	1200 EUR	Pojačani odvoz i čišćenje
	Trošak sigurnosti i regulacije	1000 EUR	Osiguranje i redari
STATISTIČKI	Ukupan broj posjetitelja	5000	Brojanje, ulazi, analiza snimki
	Broj domaćih posjetitelja	1000	Uglavnom lokalno i okolica
	Broj stranih posjetitelja	4000	Turisti u destinaciji i vikend gosti
	Prosječna duljina boravka turista	1,2 dana	Ranije/poslije fešte
	Popunjenost smještaja (%)	71 %	Nešto iznad lipanjskog prosjeka
	Broj partnera/izvođača/volontera	35	Uključeni mali obrtnici i izvođači

PROMOCIJSKI/DIGITALNI	Vrijednost promocije na društvenim mrežama	2200 EUR (procjena)	Impresije i oglasi s #vodiceinsummer
	Broj <i>online</i> spominjanja	270	Postovi, story objave na Instagramu/Facebooku
NEFINANCIJSKI	Zadovoljstvo posjetitelja (anketa)	8,5	Ocjena (1-10)
	Zadovoljstvo lokalnog stanovništva (anketa)	8,0	Većinom pozitivne reakcije
	Net Promoter Score (NPS)	+57	Skala od -100 do +100
	Zadovoljstvo partnera i izvođača	8,7	Povratne ocjene
	Povratne informacije zajednice	Pozitivne	Mjesni odbori i udruge
	Doprinos brendu destinacije	Srednje visok	Jače povezivanje s konceptom aktivnog ljeta
	Broj edukacija/dodatnih aktivnosti	2	Npr. radionice, dječje igraonice
	Uključenost obrazovnih/sportskih ustanova	3	Lokalna škola + glazbena škola uključene
ODRŽIVOST/EKOLOŠKI	CO ₂ otisak događaja	1450 kg	Manje zbog manjeg transporta i otpada
	Broj održivih aktivnosti/partnerstava	2	Eko radionica i osvježanje bez plastike

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Potrebne mjere: ključne preporuke za daljnje upravljanje događanjima

Tehnička i operativna poboljšanja događanja:

- implementacija mjernih stanica za monitoring razine buke na strateški odabranim lokacijama sukladna je postojećim odredbama zaštite okoliša i propisima o javnim sadržajima
- standardizacija trajanja večernjih programa prema definiranim zonama uključuje preporučeno ograničenje do 23:00 sata u urbaniziranim područjima
- optimizacija radnog vremena autobusnog kolodvora uključuje prilagodbu trenutnom 24-satnom režimu rada prema potrebama lokalne zajednice i prometnim zahtjevima

- uspostava regulacije distribucije i prodaje pića iz rashladnih uređaja na javnim površinama izvan ugostiteljskih objekata zahtijeva strožu kontrolu prodaje nakon 20 sati
- jačanje vidljivosti aktivnosti i poticanje participacije stanovništva kroz izradu informativnih panela i organizaciju javnih savjetovanja ima za cilj transparentno odlučivanje.

Analiza i evaluacija javnih događanja:

- predlaže se kontinuirana analiza većih odnosno posebnih događanja radi unapređenja kvalitete sadržaja i zadovoljstva posjetitelja, dionika u turizmu i stanovnika
- ne provodi se sustavno anketiranje sudionika, no prikupljeni indikatori uspjeha služe za donošenje odluka vezanih uz buduću organizaciju, uključujući sadržaj, raspored i lokaciju događanja.

Akustički monitoring u okruženju javnih manifestacija:

- sustavna mjerenja buke na lokacijama i u neposrednoj okolini događanja nisu uvedena. Preporučuje se izrada plana za buduće akustično praćenje radi očuvanja kvalitete života stanovništva, osobito u urbanim zonama tijekom večernjih događanja.
- mjerenja se predviđaju uz korištenje zvučnih mjerača, s permanentnim nadzorom u skladu s propisanim granicama i korektivnim radnjama prema rezultatima.

Organizacija *shuttle* usluga i mobilnosti:

- potreba uvođenja privremene *shuttle* linije za pojedina događanja zbog ograničenih kapaciteta parkinga i potrebe za rasterećenjem prometnih tokova
- ova praksa temelji se na planovima Grada koji uključuju transfere s udaljenijih lokacija, predstavljajući potencijal za razvoj održivog modela transporta (električna vozila, digitalna komunikacija).

Upravljanje izazovima i opterećenjem destinacije:

- trenutno nisu identificirani značajniji infrastrukturni ili logistički pritisci poput prometnih gužvi, problema sa smještajem, otpadom ili bukom
- analize ukazuju na nastavak potrebe organizacija manjih događanja, tematskih događanja, dislociranosti i planskog upravljanja tijekom najfrekventnijih termina, naročito u zoni rive, gdje se preporučuje raspodjela sadržaja po zonama i smanjenje akustičkog opterećenja.

2.2. Resursna osnova

Tablica 47: Osnovni podaci o resursu

Element	Sadržaj
Naziv destinacije	Grad Vodice
Geolokacija	Šibensko-kninska županija, Dalmacija
Koordinate	Približno 43.7570° N, 15.7842° E
Površina	98 km ²
Urbano/ruralna podjela	Grad Vodice, naselja: Srima, Prvić Luka, Prvić Šepurine, Čista Velika, Čista Mala, Gaćezezi, Grabovci

Izvor: Grad Vodice, obrada autora

Vrste raspoloživih resursa

Kulturni i povijesni resursi:

- stara gradska jezgra – kamene ulice, tradicijske kuće, sakralna arhitektura
- Velika Mrdakovica i Rimska cisterna
- crkva sv. Križa, Okit i sakralna baština – hodočasničke točke
- Prvić Luka i Prvić Šepurine – otočka baština, Memorijalni centar „Faust Vrančić”

- kulturne manifestacije i običaji – vodičke fešte, klapske večeri, lokalni zanati
- muzeji i galerije – lokalna zbirka i stalni postavi.

Prirodni resursi:

- jadranska obala s brojnim plažama (Plava plaža, Srma, Lovetovo)
- zaštićeni krajobrazi – otoci Prvić, prirodna obala, podmorje
- bioraznolikost mora i priobalja – morski ekosustavi, promatranje ptica
- zelene površine i vidikovci – Okit i lokalne staze.

Aktivni i *outdoor* resursi:

- biciklističke i pješačke staze – više od 300 km staza
- sportska infrastruktura – dvorana Račice, *skate* park, tereni, *outdoor* teretane
- ronilačke i nautičke aktivnosti – ronilački centar, marina, sportski ribolov
- sezonske aktivnosti – regate, vaterpolo, sportski turniri.

Gastronomski i eno-resursi:

- autohtona hrana i piće – maslinovo ulje, vino, riba, domaći sir
- lokalni OPG-ovi i kušaonice – 3 registrirane vinarije i uljare
- gastro manifestacije.

Infrastrukturni resursi:

- ugostiteljstvo – 72 restorana, 25 *fast food* objekta, 35 *caffe*-barova
- smještaj – oko 5700 smještajnih jedinica ukupno
- prometna povezanost – pristup autocestom A1, zračna luka Split/Zadar (do 60 min), marina, luka
- parkirališta – 800 mjesta u trima zonama, ali bez *smart* sustava

- zdravstvo i sigurnost – 1 ambulanta, vatrogasne jedinice, Crveni križ, policija, bolnica u Šibeniku (15 min vožnje)
- turistička infrastruktura – 3 TIC centra, digitalna aplikacija, označene staze.

Prirodni resursi i zaštita okoliša

Ukupna površina Grada Vodica iznosi 9265 ha. Zaštićena prirodna područja i ekološka mreža – Grad Vodice: ukupna površina zaštićenih područja: 2719,67 ha. Udio zaštićenih područja u odnosu na ukupnu površinu Grada Vodica: 29,35 %.

Morski dio – značajni krajobraz: Uvala Tijašnica (otok Tijat) – zaštićeno područje zbog morske flore, površina: 53,67 ha

Kopneni dio – područje unutar ekološke mreže: ekološka mreža oznake 7006 – područje Krke i okolnog platoa s Gudučom – obuhvaća područje Natura 2000 površine 2666 ha. Guduća označena kao Z (posebna zaštita)

Okolni plato: zaštićeni krajobraz, močvarno područje s karakteristikama opadanja vodotoka: oznaka POP – posebno područje značajno za ptice

Upravljanje kulturnom baštinom

Tablica 48: Kulturni i baštinski resursi destinacije Vodice

Kategorija	Najznačajniji primjeri (Vodice, Prvić, Srima)
1. Zaštićena kulturna dobra (nepokretna)	Župna crkva sv. Križa (barok, 1746.–1749.); Crkva sv. Križa (gotika, 1402.); Čorićev turanj (1533.); Bunari na glavnom trgu; Brdo Okit – crkva Gospe od Karmela (arh. Bašić); Rašina bunja; Ljetnikovac Fausta Vrančića (Prvić Luka)
2. Materijalna kulturna baština	Liburnsko-rimska cisterna (Pišća); obrambeni kaštel Gradina (Rakitnica); suhozidni krajolik maslinika i vinograda; crkva sv. Jurja (Dragišić)
3. Arheološki lokaliteti	Velika Mrdakovica (Arauzona – gradina i nekropola); Srima – Prižba (dvostruka ranokršćanska bazilika, V.–VI. st.); rimska opekarska peć "Tri bunara"; Gradina Rakitnica i antička kaptaža "Ograđenica"

4. Nematerijalna baština	Klasko pjevanje (UNESCO), Klapske večeri (srijedom ljeti), Priče o rimskim cisternama, Vodičke legende
5. Tradicijski obrti	Suhozidarstvo, maslinarstvo i uljarske kušaonice (Fržop, Birin, Ivan), vinogradarstvo (maraština, debit, babiće), suveniri od lavande, maslinovog drva i kamena
6. Vjerska događanja	Uskrsno vrijeme u Vodicama, Procesija Gospi Karmelskoj (15./16. srpnja); sv. Ivan Krstitelj (24. lipnja, Rakitnica); sv. Ilija Prorok (30. srpnja, Pišća); misa na Okitu
7. Proizvodi s oznakom zemljopisnog podrijetla / izvornosti	Dalmatinski pršut (ZOZP EU), vino "Babiće" (ZOI Šibenik–Primošten); ekstra djevičansko maslinovo ulje (OPG Fržop, Birin, Ivan), hrvatski otočni proizvod – Prvić Natura Škoj
8. Istaknuta arhitektura	Suptilna mješavina kamene arhitekture u starim jezgrama, crkva Gospe od Karmela – reinterpetacija "bunje", suhozidne bunje i terasasti vinogradi
9. Lokalna kuhinja	Brudet od grdobine ili sipe, rižot od liganja; srdele i girice, riba na gradele; blitva s maslinovim uljem; morski plodovi, paštica, tuna, šaša, pulenta, divlje zelje, fritule, kroštule, vina maraština i babiće
10. Kulturni programi / festivali	Vodička fešta (4.8.); Dani antike (Bakanalije); 1. svibnja u Rakitnici; Šaša i pulenta; uskrsni običaji; <i>Street</i> festival; klapske srijede; programi u MC Faust Vrančić; Kreativni dani Fausta Vrančića; <i>Jazz & Blues</i> festival; Festival kazališnih amatera, Ljetne glazbene akademije
11. Vodička glazba	Slavi u 2026. godini 100 godina postajanja, s nizom događanja tijekom cijele godine

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Ministarstvo kulture i medija RH

Web Registar kulturnih dobara RH

Rbr.	Registarski broj	Naziv kulturnog dobra	Naselje	Vrsta	Pravni status
1	Z-5322	Arheološko nalazište Biskupija	Vodice	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
2	Z-5324	Arheološko nalazište Prižba	Srima	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
3	Z-6504	Arheološko nalazište Velika Mrdakovica s rimskom cisternom	Vodice	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
4	Z-3659	Bunje Rašinov stan u Okitu	Vodice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
5	Z-3326	Crkva Gospi Porođenja	Prvić Luka	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
6	Z-3192	Crkva i samostan sv. Marije od Milosti	Prvić Luka	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
7	Z-6302	Crkva Našašća sv. Križa	Vodice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
8	Z-5129	Crkva sv. Ivana Krstitelja	Vodice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
9	Z-4658	Crkva sv. Jurja	Čista Mala	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
10	Z-4657	Crkva sv. Križa	Vodice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
11	Z-4067	Čorićev toranj	Vodice	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
12	RST-0716-1973.	Gradina Dragišić	Čista Mala	Arheologija	Zaštićeno kulturno dobro
13	Z-2456	Kulturno-povijesna cjelina otoka Prvića	Prvić Luka	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
14	Z-3029	Kulturno-povijesna cjelina Vodice	Vodice	Kulturnopovijesna cjelina	Zaštićeno kulturno dobro
15	Z-3348	Ljetnikovac Draganić - Vrančić	Prvić Šepurine	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro
16	Z-6022	Rodini stanovi	Srima	Nepokretna pojedinačna	Zaštićeno kulturno dobro

Ukupno rezultata: 16

Upravljanje sportskim resursima i društvene inicijative

U nastavku slijedi sveobuhvatna analiza sportskih i rekreativnih kapaciteta te doprinosa lokalnih udruga razvoju aktivnog života i održivog turizma u Vodicama. Podaci su prikupljeni za potrebe Plana upravljanja destinacijom Vodice te uključuju mišljenja, preporuke i identifikaciju ključnih izazova fokus grupe od 10 osoba. Vodice raspolažu kvalitetno razvijenom i raznolikom sportskom infrastrukturom, koja uključuje i klasične sportske terene i objekte te moderne prostore urbane i *outdoor* rekreacije.

Pregled sportske i rekreativne infrastrukture

Tablica 49: Klasična sportska infrastruktura

Objekt / Lokacija	Opis / Karakteristike
Nogometni stadion Račice	Tribina za 1000 gledatelja, pomoćno igralište
Sportska dvorana Račice	Višenamjenska, otvorena 2025., dimenzije 27×45 m, tribina za 500 gledatelja
Teniski tereni	Ukupno 5 terena, dostupni tijekom cijele godine
Kombinirana igrališta (košarka/rukomet/mali nogomet)	Vodice: 2 igrališta Srima, 1 igralište Prvić, 1 igralište
Rekreativne plaže i aktivne zone	Zona Plava plaža / Srima: odbojka na pijesku, <i>streetball</i> , <i>outdoor fitness</i> , ukupno 17 350 m ² aktivne zone
Biciklističke staze	Približno 314 km, povezane sa županijskom mrežom
Pješačke staze	Približno 100 km

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 50: Urbana rekreativna infrastruktura

Objekt / Aktivnost	Opis / Karakteristike
MTB XCO "Orlov krug"	Kružna MTB staza duljine 4,95 km, UCI C2 kategorija
Skate park Račice	Najveći <i>skate</i> park u Hrvatskoj: betonska površina 2500 m ² , discipline: <i>street</i> , <i>pool</i> , <i>vert</i> – LED rasvjeta, otvoren 2025.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 51: Skejterska zajednica i urbana kultura

Element	Opis
Udruga skejtera	20 članova (6 aktivnih) - djeluje u sklopu skate parka Račice
Djelatnosti	Sportska natjecanja i škole skejtanja, kulturni programi (izložbe, koncerti, filmovi), umjetničke intervencije (12 grafitnih panela), panel diskusije o društvenim temama
Financiranje	Grad Vodice i Turistička zajednica Vodice
Planovi	Pokretanje škole za najmlađe skejtere - promocija sporta, kulture i zajedništva

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Preporuke i vizija razvoja Vodica:

- prioritet financiranja i promocije manifestacija u predsezoni i posezoni
- suradnja s lokalnim zajednicama i mjesnim odborima kroz sustav upitnika i godišnjih planova
- veće uključivanje stanovnika u promociju destinacije putem društvenih mreža
- vizija Vodica za 5 godina: unatoč mnogobrojnim izazovima, stanovnici izražavaju visoku razinu optimizma te postoji zajednički stav o potrebi za kvalitativnim razvojem destinacije, s jačim naglaskom na održivost, uključivanju zajednice i poticanje cjelogodišnje aktivnosti
- Vodice imaju potencijal postati model urbane, sportske i kulturne mediteranske destinacije, uz jasan strateški pravac i otvoreni dijalog sa svim dionicima.

2.3. Javna turistička infrastruktura

Primarna turistička infrastruktura

Tablica 52: Pregled biciklističkih i pješačkih staza u Vodicama

Vrsta staze	Broj staza	Duljina (km)	Tip staze	Opremljenost	Povezanost s lokalitetima	Digitalne karte	GPS koordinate	Održavanje i nadzor
Biciklističke staze	15	314	Pretežno <i>off-road</i>	Karte, signalizacija, servisne stanice, povezano s vodičima i klubovima	Da (zaleđe, prirodni lokaliteti, Vransko jezero)	Da	Da	Godišnja inventarizacija i održavanje (Grad, TZ, biciklistički klub)
Pješačke/šetnice	N/A	40	Pješačke staze	Karte, signalizacija, digitalne karte	Da	Da	Da	Redovno označavanje i čišćenje s TZ-om i županijom
Planinarske staze	N/A	U pripremi	Planinarski putevi	U razvoju (Camino ruta) - označeno	U planu povezivanja	U planu	U planu	U razvoju

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 53: Primarna turistička infrastruktura

Kategorija	Naziv / lokacija	Opis i značajke
Kulturne znamenitosti	Čorićev turanj	Renesansna kula (1533.), zaštićeno kulturno dobro
	Kaštel Gradina (Rakitnica)	Mletačko-osmanska tvrđava, 16.–17. st., panoramski vidikovac
	Ljetnikovac Fausta Vrančića (Privić)	Renesansna kurija, dio Memorijalnog centra, interaktivna postava
Kongresni centri	Olympia & Olympia Sky	7 modularnih dvorana, do 506 mjesta, A/V oprema, prirodno svjetlo, parking
	Hotel Punta	Kongresna dvorana (150 mjesta) mala dvorana

	Hotel Imperial (t)	3 dvorane + vrtni paviljon, mogućnost evenata na plaži
Vidikovci i odmorišta	Brdo Okit (135 m)	Pogled 360°, klupe, infotabla, noćna rasvjeta, stubište, pristup vozilima
	Velika Mrdakovica (Arauzona, 160 m n.v.)	Arheološki punkt, sjenilo, klupa
	Šetnica Vodice–Srima	LED rasvjeta
Kampovi / odmorišta	Camp Imperial	★★★ 91 parcela i 60 mobilnih kuća
	Grubelić (Srima)	Mini kamp, - 5 jedinica
	Phoenix (Srima)	Mini kamp, - 7 jedinica
	Kamp Roko (Srima)	Mini kamp, 10 jedinica
	Kamp Dvorina (Srima)	Mini kamp, 5 jedinica
	Kamp Bagić (Srima)	Mini kamp, 10 jedinica
	Kamp Blata, Vodice	Mini kamp, 5 jedinica
	Kamp Šime (Vodice)	Mini kamp, 3 jedinice
	Kamp Ivona (Vodice)	Mini kamp, 8 jedinica
	Kamp Perla (Prvić Luka)	Mini kamp, 10 jedinica
	Camperstop Olivia, Vodice	12 jedinica, 500 m od centra
Kupališta i plaže	Plava plaža	4 km, Plava zastava, pristup OSI, <i>street workout</i> , tuševi, spasilačka služba
	Hangar	Masaža, škola jedrenja, sup, <i>beach bar</i> , bistro
	Male Vrulje	Laguna, vaterpolo bazen, igralište, kabine, za obitelji
	Srima central	3 km šljunka, trampolin ponton, mirna zona
Tematske staze	"Put u povijest"	15 km, 12 edukativnih panela
	Križni put Okit	14 reljefa (1909.), noćna rasvjeta, hodočasnički put
	Suhozidna tura "Labirint Srime"	3,5 km među maslinicima i suhozidima
Centri za posjetitelje	Memorijalni centar „Faust Vrančić“ (Prvić Luka)	Interaktivni 3D prikazi, audiovodiči na HR/EN/DE jezicima
	TIC Vodice, Srima i Prvić	Turističko-informativni centri
Prijevoz / izleti	Turistički vlakić	35 sjedala, obalna ruta (Srima – Vodice)
	Izletnički brodovi	Flota ~12 brodova, 40–140 pax, izleti za NP Kornati i NP Krka, otoke

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Tablica 54: Sekundarna turistička infrastruktura

Kategorija	Sadržaj / Lokacije	Opis / napomena
Arheološka nalazišta i povijesni spomenici	Velika Mrdakovica, Srima, Gradine	Poučne staze, info-panoi, vidikovci, ranokršćanske bazilike, dostupne <i>hiking/bike</i> rutama
	Brdo Okit, Via Crucis	14 kapelica, crkva Gospe od Karmela, asfaltni prilaz, panoramski vidikovac
Parkirališta i pristupne ceste	-	Postojeća infrastruktura, pristupi ključnim lokalitetima
Javni sanitarni čvorovi	WC Tržnica, WC Plaža Vruje, WC Srima	Rade sezonski, naplata 1 €, u nadležnosti LEĆ d.o.o. i grada (gradsko poduzeće)
Sportski objekti / aktivni turizam	MTB Orlov krug, <i>skate</i> park Račice, stadion Račice	Biciklističke i <i>skate</i> staze, tribine, LED rasvjeta
	Sportska dvorana Račice	Otvorena 2025., kapacitet ≈ 500 sj.
	Plažni tereni	Odbojka, <i>streetball</i> , <i>fitness</i> – 17 350 m ²
	Biciklističko-pješačka mreža	>314, 14 ruta, GPS karte, digitalne karte
Rodne kuće poznatih osoba	Ivo Brešan, Faust Vrančić	Rodna kuća Brešana i ljetnikovac Fausta Vrančića nisu dostupni za posjete.
Biblioteke i kulturni centri	Gradska knjižnica, Kulturni centar Vodice	Javne i kulturne aktivnosti
Lokalni trgovi i javni prostori	-	Korištenje za manifestacije i javne sadržaje
Zdravstveni centri i ambulate	Ispostava Doma zdravlja, ljekarne, privatne ordinacije	Produženo radno vrijeme ljeti, turistička ambulanta
Tradicijski obrti i radionice	Suveniri, zanati, Udruga Čista Velika	Dani otvorenih vrata, edukacije, očuvanje vještina
Obalne šetnice i pristaništa	Šetnica Vodice–Tribunj, pristaništa za izlete	Pristup moru, šetnje, dnevni izleti NP Kornati, NP Krka i otok Prvić
Tradicijske farme i ruralna gospodarstva	OPG-ovi u zaleđu (Gaćezezi, Grabovci, Čista Velika, Čista Mala)	Degustacije ulja, vina, domaći proizvodi, agroture
Religijske ustanove	Crkva sv. Križa, Gospa od Karmela	Povijesni značaj, hodočašća i vjerski turizam
Dostupnost informacija	TIC Vodice, brošure, web stranica	Informacije ažurirane, prilagođene OSI osobama

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Analiza sigurnosti

Sigurnosni sustav destinacije pokazuje visoku razinu organiziranosti i operativne spremnosti. Na području Vodica djeluju Javna vatrogasna postrojba (JVP) i Dobrovoljno vatrogasno društvo (DVD), koji su opremljeni za sve vrste intervencija, uključujući poplave, požare i zdravstvene krize. U kriznim situacijama automatski se aktivira sustav civilne zaštite u suradnji s policijom, domom zdravlja, Crvenim križem, lokalnom upravom i ključnim gospodarskim subjektima. Policijska postaja Vodice djeluje u okviru temeljne policije, no nema specijalizirani prometni sektor niti sistematizirano radno mjesto službenika za prometnu prevenciju. Tijekom 2024. godine zabilježena su 633 kaznena djela i 111 prekršaja iz domene javnog reda i mira, a najveći broj prekršajnih postupaka (28) zabilježen je u kolovozu. Ipak, nije provedena klasifikacija prekršaja koji su izravno povezani s turističkim aktivnostima. Policija nije zaprimila nijedan prigovor turista u Vodicama, što potvrđuje visoku razinu profesionalnosti i povjerenja. Stanje sigurnosti ocijenjeno je kao povoljno. Sanitarni kapaciteti ne zadovoljavaju u potpunosti potrebe sezone. U centru postoji samo jedan javni toalet (kod tržnice), dok su na plažama Plava plaža, Vičevica i Bristak postavljene veće sanitarne jedinice, uključujući kemijske toalete. Srima ima jednu jedinicu, dok Prvić Šepurina, kao i dio između Lovetova i centra Srima, nemaju javne WC-e. Tuševi su općenito prisutni na plažama, izuzev u dijelovima Srima i Šepurine. Vodice imaju turističku ambulantu, dok ukupni zdravstveni kapacitet uključuje pet hitnih timova, šest liječnika opće prakse, jednog pedijatra i pet stomatoloških ordinacija. U Šepurini na otoku Prviću postoji ambulanta koju liječnik posjećuje jednom tjedno. S obzirom na 25 000 gostiju u vršnim periodima ljeta, sustav funkcionira uz velika opterećenja. Potencijalno rješenje je izmještanje ambulante u novi objekt u Račicama.

Tablica 55: Sigurnost u destinaciji Vodice

Kategorija	Podaci / Napomene
Komunalni redari	4 prometna redara, 5 komunalnih redara, poljoprivredni redar, pomorski redar, za područje >100 km ²
Vatrogasne službe	Javna vatrogasna postrojba + DVD; visoka operativnost, dodatne edukacije
Aktivacija u kriznim situacijama	Civilna zaštita, policija, Crveni križ, dom zdravlja, institucije i privatni sektor
Broj kaznenih djela (2024.)	633

Kategorija	Podaci / Napomene
Broj prekršaja (2024.)	111 (zakon o prekršajima protiv javnog reda i mira)
Prigovori turista policiji	0 u Vodicama
Prekršaji tijekom kolovoza (2024.)	28 u kolovozu
Sigurnosna ocjena	Povoljna, prema Policijskoj postaji Vodice

Izvor: Policijska postaja Vodice, Grad Vodice

Tablica 56: Sanitarni kapaciteti

Kategorija	Podaci / Napomene
Javni toaleti (centar)	1 (kod tržnice)
Javni toaleti (plaže)	Plava plaža, Vičevica, Bristak (veće jedinice), Srima (1 jedinica), Šepurina – nema
Kemijski WC-i	Uključeni na određenim plažama (npr. Bristak)
Tuševi	Uglavnom dovoljno; izuzetak: Lovetovo–centar Srima i Šepurina

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Tablica 57: Zdravstvena infrastruktura

Kategorija	Podaci / Napomene
Broj turističkih ambulanti	1
Hitne medicinske službe	5 timova hitne pomoći
Liječnici opće prakse	6
Pedijatri	1
Stomatološke ordinacije	5
Ambulanta na otoku Prvić (Šepurina)	Liječnik dolazi jednom tjedno
Gosti u špici sezone	Približno 25 000
Potencijalno rješenje	Preseljenje ambulante i povezivanje s vatrogasnom postrojbom u Račicama

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Prostorno planiranje i infrastrukturni resursi

Uloga Grada u prostornom planiranju

Grad Vodice postao je stranka u postupku za izdavanje građevinske dozvole, što omogućuje aktivno sudjelovanje u regulaciji i usmjeravanju prostornog razvoja. Turistička infrastruktura u zaštićenim zonama: turistički smještaj i infrastruktura atrakcija nalaze se u "ranjivoj zoni", zaštićenom području – Otok Prvić (Prvić Luka i Prvić Šepurina), povijesna zona Grada Vodica.

Tablica 58: Smjernice za upravljanje prostorom / strategije i dokumenti

Naziv dokumenta / smjernice	Postoji / Dostupnost
1. Prostorni plan (izrađen i javno dostupan)	DA
2. Urbanistički plan (izrađen i javno dostupan)	DA
3. Strateška procjena utjecaja na okoliš (izrađena i javno dostupna)	NE

Izvor: Grad Vodice, obrada autora

Tablica 59: Udio T-zona izvan građevinskog područja naselja

Naselje	Površina T-zona (ha)
Čista Velika	64 ,8
Čista Mala	80 ,1
Gaćezezi	47 ,2
Grabovci	10
Prvić Šepurina	32
Prvić Luka	21 ,31
Srima	67 ,9
Vodice	361 ,1
UKUPNO	684 ,41 ha

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Napomena: riječ je o T-zonama (T1/T2/T3) izvan građevinskog područja naselja koje su namijenjene ugostiteljsko-turističkoj namjeni

Površina izgrađenih T-zona – ukupna površina izgrađenog dijela ugostiteljsko-turističkih zona na razini destinacije: 17,78 ha.

Uloga Grada Vodica u prostornom planiranju – Grad Vodice je postao stranka u postupku izdavanja građevinske dozvole, čime je ojačana institucionalna kontrola nad planiranjem izgradnje i infrastrukturnim razvojem, uz mogućnost usmjeravanja procesa u skladu s ciljevima održivog razvoja i zaštite prostora.

Područja pod zaštitom i ranjive zone – ranjive zone uključuju povijesnu jezgru Vodica i Otok Prvić (Luka i Šepurina). Podložne su pojačanom planerskom nadzoru zbog kulturne i prostorne osjetljivosti.

Tablica 60: Postojeći planski dokumenti:

Dokument	Status
Prostorni plan	Dostupan javno
Urbanistički plan	Dostupan javno
Strateška procjena utjecaja na okoliš	Nije izrađena

Izvor: Grad Ogulin, obrada autora

1. Udio T-zona izvan građevinskog područja – ukupna površina destinacijskog područja (lokalna samouprava): 978,73 ha, od toga je za T1/T2/T3 zone (ugostiteljsko-turističke namjene) izgrađeno 17,78 ha
2. Mješovita i stambena izgrađenost – po naseljima

Tablica 61: Izgrađeni i neizgrađeni dijelovi prema prostornom planu

Naselje	Izgrađeno (ha)	Neizgrađeno (ha)	Ukupno (ha)	Od toga T-zone (ha)	Od toga mješovito/stambeno (ha)
Čista Velika	64,8	44,61	109,41	–	64,8
Čista Mala	80,1	48,7	128,8	–	80,1

Gaćezezi	47,2	14,67	61,87	–	47,2
Grabovci	10	5,84	15,84	–	10
Prvić Šepurina	32	9,8	41,8	–	32
Prvić Luka	21,31	9,7	31,01	–	21,31
Srima	67,9	30,2	98,1	–	67,9
Vodice	361,1	130,8	491,9	38,6	323,7
UKUPNO	684,41	294,32	978,73	38,6	(nepotpuni podatak)

Izvor: Grad Vodice, obrada autora

Napomena: podaci o površini izgrađenih T-zona uzeti su iz dokumenta Analiza izgrađenosti i mogućnosti proširenja građevinskog područja. Moguća odstupanja jer brojke variraju među dokumentima.

Tablica 62: Analiza pokazatelja održivosti i rezultata

Pokazatelj	Status / Numerički podatak / Rezultat
Površina izgrađenog dijela zona stambene namjene destinacije	Detalji prema prostornom planu naselje Vodice: cca 712 ha za Vodice+Srima
Površina izgrađenog dijela zona mješovite namjene pretežito stambene namjene	Definirano prostornim planom (naselja: poslovne, javne, društvene, mješovite površine)
Površina izgrađenog dijela zona ugostiteljsko-turističke namjene destinacije	684,40 ha
Objavljen dokument strategije održivog korištenja prostora (zasebno/kao dio šire strategije)	DA – Strategija održivog razvoja do 2030. javno dostupna
Smjernice vezano za održivo korištenje prostora jasno sadržane u strateškim razvojnim dokumentima	DA – definirano u strategiji
Strategija održivog korištenja prostora izrađena i javno dostupna – DA/NE	DA
Smjernice/politike za održivo korištenje prostora sadržane u strateškom dokumentu – DA/NE	DA
Razvijen i implementiran sustav za praćenje utjecaja turizma na atrakcije s jasno definiranim aktivnostima i nadležnostima	DA – istraživanja tržišta, ankete, mjerenje zadovoljstva turista
Razvijen sustav pokazatelja za praćenje utjecaja turizma na atrakcije uz referentne vrijednosti (npr. studije kapaciteta)	DA – pokazatelji i praćenje kroz sustav IQM, eVisitor, statistike
Definirana obveza prikupljanja podataka o pokazateljima utjecaja turizma na atrakcije uz analizu i izvještaje	DA – sustavno praćenje, izvještaji godišnje

Izrađen i javno dostupan prostorni plan – DA/NE	DA
Izrađen i javno dostupan urbanistički plan – DA/NE	DA
Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu (izvješće, inventar, analiza, studija intenziteta i oblika turizma)	DA – analizirano u strategiji, aktivnosti baština – nematerijalna i materijalna
Zoniranje - Površina izgrađenog dijela zona stambene i mješovite namjene JLS (Ps)	684,40 ha
Površina atrakcija po zonama u ha (izvor: Registar prostornih jedinica, GIS)	2,94 ha
Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskog područja naselja	684,41 ha
Ukupna površina izgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene	684,41 ha
Prosječna površina građevne čestice u izgrađenom dijelu građevinskog područja naselja stambene/mješovite namjene	Prema izvodima PPU-a za nove objekte: min. 400 m ²
Najveći broj dozvoljenih stambenih jedinica u odnosu na površinu prosječne građevne čestice	Norma prostornog plana: 1 jedinica na min. čestici, mogućnost više na većima
Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja	Planirane mogućnosti prostornim planom, detalji prema programu razvoja
Stvarna površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja	294,32 ha
Površina neizgrađenog dijela građevinskih područja naselja stambene i mješovite namjene (stambeno-poslovne i poslovno-stambene)	294,32 ha
Minimalna površina građevne čestice	350 m ² (prema PPU-u)
Najveći dozvoljeni broj stambenih jedinica na odabranoj minimalnoj građevnoj čestici	1
Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina	DA – definirano prostornim planom
Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim područjima ugostiteljsko-turističke namjene	Mogućnost: zona Bristak, Donja Srima, prema PPU-u Donja Srima – 72,4 ha Zona Bristak – 90,00 ha
Mogućnosti proširivanja plažnog prostora	Planovi za nove zone predviđeni prostornim programima, Bristak – 7779 m ² Srima – 14023 m ² Donja Srima – 35000 m ² Na otoku Zmajanu i Tijatu nije dozvoljena gradnja, ali mogu biti divlje plaže. Prvić – 9400 km duljina

	Tijat – 10100 km duljina Zmajan – 11280 km duljina
--	---

Izvor: Grad Vodice, obrada autora

2.4. Analiza komunalne infrastrukture

Vodoopskrba i odvodnja

Tablica 63: Strukturirana tablica s ključnim informacijama i indikatorima vezanim za vodoopskrbu i odvodnju u Vodicama

Pokazatelj / Pitanje	Odgovor / Status
Kvaliteta i pouzdanost opskrbe vodom	Kvalitetna i stabilna opskrba u cijeloj destinaciji, s posebnim naglaskom na sezonu visoke posjećenosti. Udio domaćinstava koja nemaju opskrbu vodom: oko 1 %.
Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja	Sanitarna voda koja dolazi na uređaja tretira se do 2. stupnja pročišćavanja
Redovito održavanje i unaprjeđenje infrastrukture	Provođenje redovnih mjernih kampanja, formiranje DMA zona, nastavak rekonstrukcije mreže (u sklopu aglomeracije Vodice-Tribunj-Srima). Planirano je daljnje unaprjeđenje i sanacija stare mreže u cilju smanjenja gubitaka i kvarova.
Izazovi u kapacitetima vode zbog novih sadržaja (bazeni)	Rast broja priključaka i ekspanzija građevinskih područja stvaraju pritisak na vodocrpilišta. Izgradnja novih bazena i popratnih sadržaja može predstavljati prijetnju kontinuiranoj opskrbi vodom, posebice uz trend smanjenja padalina. U ishodu je dozvola za novo vodocrpilište. Trenutačni kapaciteti su gotovo maksimalno iskorišteni.
Trajanje godišnjih prekida u opskrbi vodom	Nema značajnih prekida u opskrbi.
Optimalni kapacitet stanovnika i gostiju u upravljanju otpadnim vodama	UPOV za aglomeraciju Vodice-Tribunj-Srima izgrađen za 20 000 ES (ekvivalent stanovnika) - 1. faza. Planirana dogradnja na ukupno 37 500 ES, 2. faza. Ljetni kapaciteti dosežu maksimalne vrijednosti.

Kapacitet i utjecaj postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda	UPOV izgrađen za 20 000 ES s planiranom dogradnjom na 37 500 ES. Postrojenje radi do 7300 ES zimi i 20 000 ES ljeti. Cijeli projekt pridonosi visokom stupnju zaštite okoliša i održivom prihvatnom kapacitetu destinacije.	
Sustav pravovremene reakcije na probleme s kvalitetom vode	Sustav postoji: redovito uzorkovanje vode na izvoristima i u mreži provode Vodovod i odvodnja d.o.o. te Zavod za javno zdravstvo (HZJZ). Monitoring se obavlja tijekom cijele godine, uz višestruke laboratorijske analize i terensko praćenje	
Vršno opterećenje u odnosu na kapacitet mreže u sezoni	Kapacitet vodovodne mreže u ljetnim mjesecima doseže granične vrijednosti – trenutno nije ugrožena vodoopskrba, ali uz nastavak rasta gradnje bez novog vodocrpilišta izvorna opskrba ne može biti dugoročno garantirana. Planira se novo vodocrpilište. Prosječna dnevna potrošnja ljeti: 6960,36 m³; pik: 14 535,32 m³.	
Postotak domaćinstava koji su spojeni na kanalizacijsku mrežu	~45 %	
Grad Vodice – potrošnja vode u m3 za 2024. godinu		
	Siječanj	Kolovoz
Domaćinstva	36 659	183 680
Privreda	8599	65 610
Ukupno	45 258	249 290

Izvor: Grad Vodice, Vodovod i odvodnje Šibenik d.o.o., vanjski izvori, obrada autora

Gospodarenje otpadom – Grad Vodice

Tablica 64: Zaprimitljena količina miješanog komunalnog otpada u 2024. godini (u tonama)

RB	Mjesec	LEĆ d.o.o.
1	Siječanj	268,10
2	Veljača	238,02
3	Ožujak	268,10
4	Travanj	347,32
5	Svibanj	416,26

RB	Mjesec	LEĆ d.o.o.
6	Lipanj	579,38
7	Srpanj	1027,96
8	Kolovoz	1139,26
9	Rujan	597,70
10	Listopad	402,98
11	Studenj	277,94
12	Prosinac	281,14
	Ukupno	5844,16

Izvor: BIKARAC d.o.o., Šibenik

Analiza elektroenergetske infrastrukture

Tablica 65: Tablica potrošnje električne energije u 2024. godini

MJESEC	SMJEŠTAJ	KUĆANSTVO	UKUPNO POTROŠNJA
1	23.347	3.202.280	3.638.820
2	11.807	2.172.823	2.510.694
3	23.670	3.323.250	3.816.265
4	7.438	1.269.120	1.508.479
5	7.071	1.295.035	1.545.448
6	15.574	2.466.896	2.938.888
7	16.198	2.569.394	3.253.934
8	14.624	2.507.157	3.187.062
9	11.026	1.570.160	1.908.953
10	12.440	1.537.346	1.808.856
11	10.529	1.853.268	2.136.168
12	12.974	2.354.534	2.768.356
UKUPNO	166.698	26.121.263	31.021.923

Izvor: Hrvatska elektroprivreda

Tablica 66: Podaci za pokazatelje održivosti vezano za elektrifikaciju

Izazov	Opis
Vršna opterećenja mreže	U ljetnim mjesecima potrošnja dostiže gornje granice raspoloživih kapaciteta. Nedostatak preciznih podataka otežava planiranje.
Nedovoljna primjena obnovljivih izvora	Premali udio solarne energije i manjak fotonaponskih sustava na smještajnim objektima i javnim zgradama.
Zastarjela infrastruktura	Dijelovi mreže nisu modernizirani, što povećava rizik od prekida i tehničkih gubitaka.
Nema distribuirane proizvodnje	Većina energije dolazi iz centralnog sustava, umjesto iz lokalnih obnovljivih izvora, što povećava ranjivost.
Nedovoljna kontrola i mjerenje	Nedostaju podaci o dnevnim vršnim potrošnjama po tipu korisnika, što onemogućuje ciljana rješenja. Dostavljeni samo osnovni podaci.
Energetska neučinkovitost u privatnom sektoru	Stariji apartmani i objekti nemaju sustave za pametno upravljanje energijom niti energetske učinkovite opreme.

Izvor: Stavovi temeljem analiza, vanjski izvori, obrada autora

Postavljanje i održavanje sanitarnih objekata

Tablica 67: Održavanje javnih WC-a na upravljanje Leć d.o.o.

Lokacija	Vrsta	Kapacitet / napomena
Tržnica Vodice (centar)	fiksni sanitarni čvorovi	Nedovoljno za centar
Plaža Srima	sanitarni čvor + tuševi	Dovoljno, Plava zastava
Plava plaža	sanitarni čvor + tuševi	Dovoljno
Plaža Hangar	sanitarni čvorovi + tuševi	Dovoljno
Plaža Male Vruje	sanitarni čvorovi + tuševi	Dovoljno
Plaža Vičevica	sanitarni čvorovi (2m, 2ž) + tuševi	Dovoljno
Plaža Bristak	sko sanitarni čvorovi + tuševi	Nedovoljno

Izvor: Grad Vodice, obrada autora

Upravljanje javnim zelenim površinama

Leć d.o.o. djeluje u skladu sa svim propisanim gradskim odlukama te uvodi ekološki održiva rješenja u hortikulturi, od primjene autohtonih biljnih vrsta i naprednih sustava navodnjavanja do uvođenja kompostiranja i selektivnog zbrinjavanja otpada. Tvrtka pruža transparentnu uslugu redovitog održavanja parkova, vrtova i javnih zelenih zona, koje čine srce svakodnevnog života Vodica. Njihovu stručnost dodatno potvrđuje suradnja s Gradom Vodice u implementaciji mjera za zaštitu i unapređenje kvalitete javnih površina, što je vidljivo u gradskim strategijama i provedbenim dokumentima.

Leć d.o.o. zaslužno nosi reputaciju jednog od ključnih faktora za visoku razinu svakodnevnog zadovoljstva građana i pozitivne ocjene gostiju Vodica, kroz kvalitetu izvršenih radova, ažurnost i usmjerenost korisnicima. Dugogodišnjim radom Leć d.o.o. iz Vodica postavlja visoke standarde kvalitete i održivosti uređenja hortikulturnih površina, što građani i gosti grada redovito ocjenjuju najvišim ocjenama zadovoljstva, posebno za čistoću i uređenost javnih zelenih zona. Njihov profesionalni pristup, briga o prostoru i inovativna ekološka rješenja, korištenje autohtonog bilja i održivih praksi, prepoznati su kroz pohvale lokalne zajednice te su integrirani u gradske odluke, strategije i provedbene programe.

Leć d.o.o. ne samo da redovito održava parkove, igrališta, vrtove i javne površine već i stalno podiže razinu komunalnih usluga, transparentno komunicira s korisnicima te podržava edukaciju i osvještenost o važnosti zelenih prostora. Svojim radom tvrtka značajno doprinosi atraktivnosti Vodica, čineći grad zelenim, čistim i poželjnim mjestom za boravak te podiže ukupnu kvalitetu života i zadovoljstvo posjetitelja u destinaciji.

Danas tvrtka Leć d.o.o. broji 45 stalno zaposlenih djelatnika, raspoređenih u četirima radnim jedinicama, a u ljetnim mjesecima im ispomoć pružaju sezonski zaposlenici. Dvadeset zaposlenih radi na poslovima odvoza i zbrinjavanja komunalnog otpada, 16 radnika održava javne površine, čisti i njeguje zelene površine, dvoje radnika je zaposleno na održavanju groblja i pružanju pogrebnih usluga, a jedan je zadužen za održavanje tržnice. U upravi društva zaposleno je šest djelatnika.

Telekomunikacijska infrastruktura i dostupnost interneta

Vodice raspolazu osnovnom telekomunikacijskom infrastrukturom uključujući:

- pokrivenost 4G mrežom gotovo cijelog područja
- ograničenu pokrivenost 5G mrežom (tek se uvodi u urbanom središtu)
- ograničen broj optičkih priključaka, dominantno u novijim stambenim zonama
- slabiju povezivost u ruralnim područjima i na otoku Prviću
- Wi-Fi pristup većine objekata baziran na DSL/kabelskoj vezi s oscilirajućim brzinama.

Povećanje korisnika tijekom srpnja i kolovoza uzrokuje opterećenje mreže, što rezultira padom brzine i stabilnosti interneta. Sve više turista koristi podatkovne servise za rad na daljinu, *streaming* i IoT uređaje, što zahtijeva pouzdan internetski pristup. Očekivanja korisnika uključuju besplatan, brz i stabilan Wi-Fi u svim smještajnim jedinicama, na plažama, javnim površinama i u ugostiteljskim objektima.

Tablica 68: Identificirani izazovi u pokazateljima digitalnih sustava

Izazov	Opis
Zagušenje mreže u vršnim terminima	U sezoni dolazi do zasićenja baznih stanica, posebno u večernjim satima, što uzrokuje pad kvalitete usluge.
Nedovoljna pokrivenost brzim internetom	Ruralni dijelovi, zaleđe i otoci nemaju optičku infrastrukturu ni stabilnu mobilnu mrežu.
Niska razina digitalne opremljenosti smještajnih objekata	Neuređeni apartmani često nemaju kvalitetan Wi-Fi, a signal u objektima zna biti slab.
Loše iskustvo korisnika u javnim zonama	Nedostatak besplatnog Wi-Fi-ja na trgovima, u parkovima, kod pristaništa i plaža smanjuje digitalnu pristupačnost.
Digitalni jaz za stanovništvo i OPG-ove	Dio starije populacije i manji obrti nemaju pristup digitalnim alatima i edukaciji.

Izvor: Anketa dionika, obrada autora

Potrebne strateške mjere i rješenja

1. Infrastrukturna modernizacija – dogovor s telekom operaterima za proširenje optičke mreže i pokrivenost 5G signalom u svim naseljima, uključujući Srimu, Gaćeleeze, otoke; financiranje infrastrukture kroz NPOO, fondove EU-a i nacionalne poticaje za digitalizaciju ruralnih područja.

2. Javni Wi-Fi – postavljanje besplatnog Wi-Fi-ja na ključnim lokacijama: riva, tržnica, šetnice, autobusna stanica, javna plaža, Turistički informativni centar; ugradnja stupova s Wi-Fi pristupom i USB punjačima.

3. Digitalni standard za smještaj – izrada minimalnih digitalnih standarda za smještajne objekte: Wi-Fi brzina min. 30 Mbps, pokrivenost svih prostorija, vanjska pristupna točka; poticanje prijave objekata za eko/digitalno označavanje u suradnji s TZ-om.

4. Edukacija i digitalna inkluzija – organizacija edukativnih radionica za iznajmljivače, OPG-ove i obrtnike: korištenje digitalnih alata, *online* marketing.

5. Pametni turizam i aplikacije – Grad Vodice radi na ojačavanju digitalne infrastrukture kako bi zadovoljila potrebe modernog gosta, ali i osigurala inkluzivnost lokalnog stanovništva.

Održiva i energetska učinkovitost

U Vodicama su evidentni pomaci prema održivoj i energetske učinkovitoj infrastrukturi, posebno u segmentu hotelskog smještaja i novoizgrađenih turističkih objekata.

Hoteli i veći turistički kompleksi imaju najznačajnija ulaganja: uvođenje solarnih panela planirano je u nekoliko hotela; toplinska izolacija – primjena *kamene vune* i sustava energetske učinkovitih fasada; zasebni sustavi grijanja i hlađenja po sobama – omogućuje individualno upravljanje potrošnjom energije; inteligentne sobe – pametni sustavi koji reguliraju rasvjetu, temperaturu i klimatizaciju, ovisno o prisutnosti gosta; štedne slavine i tuševi – smanjenje potrošnje vode do 50 %. Uvode se sustavi za podizanje temperature vode pomoću solarnih kolektora, osobito u *wellness* objektima i bazenima. U privatnom smještaju sve češće se integriraju solarni sustavi i klase energetske učinkovitosti A+.

Identificirani izazovi

Tablica 69: Pokazatelji energetske učinkovitosti u Vodicama

Izazov	Opis
Neujednačena primjena održivih rješenja	Većina energetske učinkovitih sustava prisutna je u većim hotelima, dok su privatni smještaj i starije zgrade daleko od održivih standarda
Nedostatak standardizacije i poticaja	Nema jasnih smjernica i poticajnih mjera za zelenu obnovu objekata u funkciji turizma

Visoka početna investicija	Solarni sustavi, napredni izolacijski materijali i pametne tehnologije zahtijevaju veća početna ulaganja
Niska razina edukacije vlasnika smještaja	Mali iznajmljivači često nisu informirani o dugoročnim prednostima održive infrastrukture
Slaba kontrola i certificiranje	Nema sustavnog praćenja održivosti po objektima, niti motivacije za postizanje ekoloških certifikata (npr. EU Ecolabel, Green Key)

Izvor: Stavovi temeljem analiza upitnika dionika, vanjski izvori, obrada autora

Tablica 70: Potrebne strateške mjere i preporuke

Mjera / Aktivnost	Opis
Uvođenje „Zelenog standarda“ za objekte	Definirati lokalne smjernice za ekološku i energetska učinkovitost za objekte u turizmu (solar, izolacija, voda, upravljanje energijom).
Subvencije i poticaji za OIE i zelenu obnovu	Sufinanciranje ugradnje solarnih sustava, pametnih termostata, štednih uređaja i energetske obnove.
Edukacija i savjetovanje iznajmljivača	Pokrenuti edukacijske radionice i info-točke o uštedi energije i vode, važnosti energetske klase i održivog poslovanja.
Certificiranje i promocija „zelenih objekata“	Uvesti oznake održivosti i kvalitete i dodatno promovirati takve objekte na službenim platformama TZ-a.
Energetski monitoring i godišnji izvještaj	Pratiti potrošnju energije i vode u hotelima i objektima >10 kreveta – izvještavati javno i kroz „Zeleni registar destinacije“, s mogućnostima za sufinanciranje kao partnerstva.
Pametna javna rasvjeta i infrastruktura	Modernizirati rasvjetu javnih površina LED tehnologijom, s mogućnošću upravljanja intenzitetom (<i>smart lighting</i>).
Poticanje kružnog gospodarstva u turizmu	Uključivanje zelenih praksi u svakodnevno poslovanje: kompostiranje bio otpada, lokalna nabava, ponovna upotreba resursa.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, obrada autora

Vodice pokazuju jasne ambicije prema jačanju održivosti u turizmu, ali sustavni pristup i uključivanje šire zajednice još uvijek izostaje. Fokus se mora prebaciti s pojedinačnih inicijativa hotela na cjelovitu destinacijsku tranziciju prema zelenoj infrastrukturi. Ključni prioriteti: osnažiti kapacitete iznajmljivača kroz edukaciju i financijske modele; uspostaviti lokalne „zelene“ standarde i certifikate; intenzivirati suradnju s TZ-om, komunalnim poduzećima i fondovima EU-a za sufinanciranje energetske tranzicije.

Estetski i funkcionalni urbanizam

Situacijska analiza

Urbanistički identitet Vodica suočava se posljednjih godina s izazovom nedostatka jedinstvene estetike i standardizirane urbane opreme na razini cijeloga grada. Urbana oprema (klupe, koševi za otpad, info-paneli, rasvjeta, nadstrešnice, stupići i oznake, izložena roba izvan objekata) često je neujednačena po stilu, kvaliteti i održavanju, što narušava cjelovitost prostora i estetski doživljaj destinacije. Problem predstavljaju i reklamne oznake, tende te samoinicijativno postavljeni sadržaji ugostiteljskih objekata i trgovina, koji nisu dosljedno regulirani, što stvara vizualnu neujednačenost i narušava cjelokupni ambijent. Nedostaje sustavna odluka o standardima urbane opreme, kao i usklađeni pravilnik o bojama, materijalima i oblikovanju, što otežava planiranje i održavanje javnih prostora. Potreban je participativni model u odlučivanju o uređenju javnih površina, pri čemu, uz struku, i stanovnici trebaju biti uključeni u planiranje funkcionalnosti tih prostora. U mnogim dijelovima grada postoji prostor za napredak i nastavak uređenja zelene infrastrukture, sjenila, drvoreda, s ciljem smanjenja otpornosti na klimatske promjene i povećanje kvalitete boravka. U konačnici, grad ima potencijal za vizualno i funkcionalno zaokružen urbanizam, ali potrebna je koordinirana odluka o urbanoj opremi i dizajnerski smjer koji će dugoročno oblikovati prepoznatljiv identitet Vodica. Nužno je donijeti novu odluku, definirati urbani kodeks, uvesti nove standarde i postupno (tijekom godina, bez pritiska na brze promjene) osigurati integrirano upravljanje prostorom koje spaja estetiku, funkcionalnost i održivost.

Mali Lošinj – primjer dobre prakse

Grad Mali Lošinj razradio je precizna pravila za urbanu opremu (terase, reklame, natpisi) s ciljem očuvanja kulturno-povijesne baštine i estetskog integriteta stare jezgre: zoniranje: posebna pravila za Zonu A – staru jezgru; boje terasa: dozvoljene su samo neutralne svijetle boje (bijela, *ecru*), uz ograničen dekorprint na rubovima; reklame: jasne dimenzije (2 m² u jezgri), zabrana plastike, neona i treperećih efekata; digitalni sadržaji: dozvoljen je samo 1 LED ekran izvan povijesne jezgre; obvezno je konzervatorsko odobrenje za svaki vizualni element u Zoni A; GIS katastar reklamnih tijela – digitalni sustav praćenja lokacije i valjanosti dozvola.

Vodice – trenutno stanje: nema zoniranja, pravila su ista za staru jezgru i novije dijelove; boje terasa: nisu regulirane – dopuštena je slobodna uporaba svih tonova i printova; reklame: definirane su općenito, bez ograničenja po vrsti, materijalu ili zoni; LED reklame: dopuštene su bez posebnih ograničenja (osim navoda da ne smiju stvarati „svjetlosno onečišćenje”); skice se odobravaju pojedinačno, ali bez sustava nadzora ili tehničke kontrole; nema digitalnog inventara ni QR nadzora za legalnost postavljenih objekata.

Tablica 71: Identificirani izazovi u Vodicama vezani za urbanu opremu

Izazov	Opis
Estetska neujednačenost	Šarolike tende, stolice, reklame, narušeni izgledi fasada (vješanje odjeće po fasadama i na javnim površinama), boje narušavaju ambijent stare jezgre.
Nepostojanje zona zaštite	Nema razlike u regulaciji između povijesne jezgre i ostalih područja.
Svjetlosno zagađenje	Ne postoje tehničke norme (npr. $LED \leq 2700\text{ K}$), dopuštena svjetlosna animacija.
Nema kataloga urbane opreme	Svaka terasa izgleda drugačije – stolice, suncobrani i reklame bez standarda.
Nadzor je slab i bez alata	Redari nemaju digitalni sustav provjere; nema QR sustava ni GIS baze podataka.
Zastarjela pravna osnova	Odluka o komunalnom redu iz 2019. ne odgovara suvremenim estetskim zahtjevima.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad vodice, vanjski izvori, obrada autora

Tablica 72: Preporučena rješenja za Vodice – na temelju prakse Malog Lošinja

Mjera	Opis
1. Uvesti zoniranje javnih površina	Poseban režim za <i>povijesnu jezgru</i> , s jasno definiranim pravilima opreme i reklama.
2. Odrediti obveznu paletu boja za terase u jezgri	Dopuštene samo neutralne boje (bijela, bež, svijetlosiva); print samo na rubu.
3. Donijeti poseban Pravilnik o urbanoj opremi	Uključiti katalog dozvoljene opreme (suncobrani, tende, stolice) i načina postavljanja.
4. Ograničiti veličinu i materijal reklama	U jezgri dozvoljene max 2 m^2 , zabrana plastike, neona i konzolnih nosača.
5. Reglementirati svjetlosne standarde	$LED \leq 2700\text{ K}$, bez animacije, obvezno gašenje između 23:00 i 6:00.
6. Uvesti obvezu obnove dozvola svakih 10 godina	Uz dokaz održavanja i tehničke ispravnosti reklamnih tijela.

Mjera	Opis
7. Uspostaviti GIS katastar reklamnih tijela	Svaka reklama ima QR kod – redar skenira i vidi status dozvole.
8. Sufinanciranje i savjetovanje za ugostitelje	Preko TZ-a i Grada pružiti smjernice i potporu za zamjenu postojeće opreme.
9. Promidžba „uređenih terasa“	Web katalog najljepših terasa u jezgri – motivacija za ostale.
10. Uvođenje periodičnog monitoringa i anketa	Provoditi ocjenu vizualnog dojma od struke i posjetitelja.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad vodice, vanjski izvori, obrada autora

Vodice imaju veliki potencijal za estetsko i funkcionalno unaprjeđenje javnog prostora, osobito u povijesnoj jezgri. Usporedba s Malim Lošinjem jasno pokazuje koristi koje donosi regulacija vizualnog identiteta – od povećanja turističke atraktivnosti do lakšeg održavanja i zaštite kulturne baštine.

Sada je idealan trenutak za usvajanje nove Odluke o urbanoj opremi, s ciljem estetskog unificiranja terasa i reklama, uvođenja transparentnog sustava nadzora te postizanja većeg zadovoljstva stanovnika i gostiju.

Plaže

Upravljanje plažama, kao temeljnim ljetnim resursom, predstavlja ključnu smjernicu za cjelokupno pozicioniranje Vodica na turističkom tržištu, posebno u vrijeme vršne ljetne sezone kada grad bilježi najveću posjećenost. Nastojanjem da se destinacija repozicionira i podigne kvaliteta u svim segmentima ponude, potrebno je podići standarde na samim plažama, ali i duž šetnica te u izgledu i sadržaju ugostiteljskih objekata. Istodobno, unapređenje sportskih i animacijskih programa omogućuje stvaranje niše visoke kvalitete koja nadilazi osnovne ljetne atrakcije te doprinosi modernoj slici Vodica kao *premium* turističke destinacije. Ovim se pristupom stvara nova percepcija grada i podiže razina zadovoljstva gostiju, što je osobito važno za održivost i dugoročnu konkurentnost hrvatskog turizma. Integriranim upravljanjem plažama Vodice se pozicioniraju kao destinacija koja aktivno podiže ljestvicu i kreira primjere dobre prakse u domaćem i regionalnom turizmu.

Tablica 73: Plaže s analizom opreme i opterećenosti

Nazi v plaž e	Vrsta plaže	Duljin a (m)	Prosječna širina (m)	Površina (m ²)	Karakteristike	Procjena kupača	m ² po kupaču	Opterećenost
Plav a plaž a	mješovita (šljunak, beton, pijesak)	4000	20	80 000	Glavna gradska plaža, visoka frekvencija, pogodna za obitelji i mlade. Plava zastava (2024.)	~8000	10 m2 (do 20. 7., od 15. 8.)	srednje
						~22 800	3,2 m2 (20. 7. do 15. 8.)	preopterećeno
SITUACIJSKA ANALIZA: Plava plaža u Vodicama, kao najpoznatija i najfrekventnija gradska plaža, nudi bogatu infrastrukturu s tuševima, sanitarnim čvorovima, kabinama za presvlačenje i pristupom za osobe s invaliditetom. Unatoč prirodnom hladu i priznanjima poput Plave zastave, zbog visokog broja korisnika postoji potreba za intenzivnijim komunalnim nadzorom, češćim čišćenjem i redovitim održavanjem svih sanitarnih objekata te javnih prostora.								
IDENTIFIKACIJA IZAZOVA: Sezonska opterećenost, posebice tijekom ljetnih mjeseci, zahtijeva dodatni angažman komunalnih službi, pravovremenu kontrolu funkcionalnosti WC-a i tuševa te sanaciju eventualnih tehničkih zastoja. Jednako je važno kontinuirano pratiti prilagođenost objekata osobama s invaliditetom i osigurati nesmetan rad spasilačke službe.								
POTREBNE MJERE: Potrebno je dodatno unaprijediti sanitarnu infrastrukturu i komunalni red. Plava plaža nastaviti će opravdavati status sigurnog, atraktivnog i kvalitetno uređenog prostora za odmor svih posjetitelja. Zbog opterećenosti u vršnim terminima (15. 7./15. 8.) i zbog velike posjećenosti potrebna pojačana briga o komunalnom nadzoru i redovnom funkcioniranju sanitarne infrastrukture. Zbog brojnog dnevnog prometa, nužno je osigurati češće čišćenje, tehnički ispravne WC-e i tuševe te stalno dostupne kabine za presvlačenje kako bi standardi higijene bili na visokoj razini tijekom cijele sezone. Iako su prisutni pristupni elementi za osobe s invaliditetom, povremeno je potreban dodatni nadzor i bolja dostupnost specijaliziranih sanitarnih sadržaja kako bi pristupačnost bila zajamčena u svakom trenutku. Kontinuirana suradnja komunalnih službi, spasilaca i koncesionara ključna je za očuvanje kvalitete, sigurnosti i reputacije Plave plaže kao vodeće javne gradske zone.								

Naziv plaže	Vrsta plaže	Duljina (m)	Prosječna širina (m)	Površina (m ²)	Procjena kupača/dan	m ² po kupaču	Opterećenost
Hangar plaža	šljunčana	800	15	12 000	~2200	5,5 (do 20. 7., od 15. 8.)	optimalno
					~3000	4 m2 (20. 7. do 15. 8.)	preopterećeno
SITUACIJSKA ANALIZA: Plaža Hangar smještena je 10 minuta šetnje od centra Vodica, u neposrednoj blizini hotelskog kompleksa Olympia i Olympia SKY. Površina iznosi oko 12 000 m ² , šljunčana je i obiluje dodatnim sadržajima: restoran, <i>beach bar</i> , <i>caffe</i> , trgovine, <i>aquapark</i> , trampolin, sportovi na vodi (<i>jet-ski</i> , SUP, pedaline, vodeni tobogan, jedrenje, <i>parasailing</i> , banana, <i>tube</i>), košarkaško igralište te najam ležaljki i suncobrana. Prisutan je pristup za osobe s invaliditetom, kabine za presvlačenje, tuševi i sanitarni čvorovi.							
IDENTIFIKACIJA IZAZOVA: Komunalna čistoća i sanitarna infrastruktura: veliki broj korisnika, posebno u sezoni opterećuju postojeće kapacitete sanitarnih čvorova i tuševa, stoga je održavanje često zahtjevno. Komunalni nadzor: potreban je aktivniji nadzor nad radom svih ugostiteljskih i zabavnih aktivnosti s obzirom na visoku frekvenciju korisnika. Očuvanje sigurnosti: zbog velike koncentracije zabavnih i sportskih aktivnosti potrebna je trajna prisutnost spasilačke službe i redovita kontrola prostora. Pristupačnost: iako postoji pristup za osobe s invaliditetom, nužno je kontinuirano održavati infrastrukturu i osigurati potpune funkcionalnosti svih namijenjenih sadržaja.							
POTREBNE MJERE: Pojačati komunalni nadzor: uvesti dodatne smjene osoblja i češće kontrole čistoće sanitarnih objekata, tuševa, svlačionica i javnih površina. Unaprijediti sanitarnu infrastrukturu: postaviti luksuzne dodatne mobilne WC-e i tuševe u ljetnim terminima, uz brzu intervenciju tehničkih službi u slučaju kvara. Edukacija posjetitelja: pružiti jasnije informacije o pravilima ponašanja, odlaganju otpada i korištenju infrastrukture putem info-ploča i digitalnih kanala. Sigurnost organizacija: ojačati kapacitete spasilačke službe. Redovno održavanje pristupačnosti: osigurati sustavnu kontrolu funkcionalnosti rampi, sanitarija i prilaza za osobe s invaliditetom. Potrebno je mjerenje zadovoljstva posjetitelja i sustav reakcija na reklamacije, prijedloge za unaprjeđenje.							

Naziv plaže	Vrsta plaže	Duljina (m)	Prosječna širina (m)	Površina (m ²)	Karakteristike	Procjena kupaca/dan	m ² po kupcu	Opterećenost
Male Vrulje	mješovita, laguna	200	3,5	650	Dječja infrastruktura; tematski obiteljska plaža (mala djeca)	~130	5 m ² (do 20. 7. od 15. 8.)	optimalno
						~200	3,2 m ² (20. 7. do 15. 8.)	vrlo visoko – mala zona, velika koncentracija djece

SITUACIJSKA ANALIZA: Plaža Male Vrulje je novouređena šljunčana laguna na istočnoj gradskoj obali Vodica, s površinom od oko 6500 m². Ističe se borovom šumom i plitkim ulazom u more, što ju čini pogodnom za djecu i slabije plivače. Infrastruktura uključuje restoran, *beach bar*, kafić, vaterpolo bazen, odbojku na pijesku, dječje igralište, najam ležaljki i suncobrana, kabine za presvlačenje, tuševе, sanitarne čvorove te pristup za osobe s invaliditetom. Osim toga, plaža je ambijentalno osvijetljena i ugodna za večernje boravke.

IDENTIFIKACIJA IZAZOVA: Komunalni nadzor i sanitarna infrastruktura: gustoća posjetitelja tijekom ljetnih mjeseci opterećuje sanitarne objekte, koji povremeno zahtijevaju češće čišćenje i tehničko održavanje radi očuvanja epidemioloških i higijenskih standarda. Održavanje i kvaliteta sadržaja: zahvaljujući polivalentnom karakteru (od dnevnih sportskih do večernih kulturno-umjetničkih sadržaja) nužno je osigurati stabilno održavanje opreme kao što su tuševi, svlačionice, sportski tereni i rasvjeta. Ekološka održivost: potrebno je kontrolirati čistoću, sprječavati nelegalne zahvate te voditi brigu o očuvanju prirodne hladovine. Pristupačnost i sigurnost: potreban je stalni nadzor funkcionalnosti rampi i opreme namijenjene osobama s invaliditetom te organizirati spasilačku službu.

POTREBNE MJERE: Pojačati komunalni nadzor: proširiti kapacitete radnog osoblja s više smjena te osigurati učinkovitije i češće čišćenje sanitarija, javnih površina, kabina i dječjih igrališta. Unaprijediti infrastrukturu: dodati mobilne sanitarne čvorove te provoditi redovite tehničke inspekcije bazena, rasvjete i sportskih objekata. Ekološka kontrola: edukacija posjetitelja o pravilnom odlaganju otpada, postavljanje dodatnih spremnika za selektivno prikupljanje otpada i redovite ekološke akcije za čišćenje podmorja i obale. Sigurnost i pristupačnost: osigurati stalnu prisutnost spasilačke službe, sustavno kontrolirati pristup za osobe s invaliditetom, pregledavati i održavati rampe te prateću opremu. Očuvanje multifunkcionalnosti: redovito održavati polivalentne vodene i sportske sadržaje kako bi plaža zadržala atraktivnost prije i nakon glavne sezone.

Naziv plaže	Vrsta plaže	Duljina (m)	Prosječna širina (m)	Površina (m ²)	Karakteristike	Procjena kupaca/dan	m ² po kupcu	Opterećenost
Plaža Srima	šljunčana	3000 m	20 m	60 000 m ²	Mirna, pogodna za duži boravak, pogodna za obitelji. Plava zastava	~ 10 000	6 m ² (do 20. 7., od 15. 8.)	optimalna
						~ 15 000	4 m ² (20. 7. do 15. 8.)	vrlo visoka

SITUACIJSKA ANALIZA: Plaža Srima je šljunčana, prostorno uređena i ima Plavu zastavu zbog visokih standarda čistoće mora, sigurnosti i infrastrukture. Nalazi se u centru mjesta Srima, lako je dostupna lokalnom stanovništvu i turistima, odlikuje se organiziranim zonama za sunčanje, pješčanicom, sportskim terenima, bogatom dječjom infrastrukturom, barom i zelenilom. Uređeni su tuševi, sanitarni čvorovi, prilaz za osobe s invaliditetom, spasilačka služba i obalna zaštita.

IDENTIFIKACIJA IZAZOVA: Opterećenost i kapacitet u vršnim terminima: intenzivna frekvencija kupaca tijekom vrhunca sezone rezultira preopterećenjem sanitarnih čvorova i infrastrukturnih kapaciteta, posebno u zoni za djecu, suncobrana, ležaljki i barova. Održavanje čistoće i infrastrukture: sezonska gužva zahtijeva učestalije čišćenje i nadzor kabina, tuševa, WC-a, sportskih i zabavnih sadržaja, osobito na najopterećenijim dijelovima. Ekološka održivost: dohranjivanje plažnog prostora oblucima i slojevima pijeska može imati utjecaj na morski ekosustav, što zahtijeva stručni nadzor i periodična ekološka izvješća. Pristupačnost: pristup i oprema za osobe s invaliditetom moraju biti stalno funkcionalni, uz redovitu provjeru rampi i specijalizirane sanitarne opreme.

POTREBNE MJERE: Pojačati komunalni nadzor: uvesti dodatno osoblje za čišćenje i održavanje svih sanitarnih i javnih objekata te aktivnije kontrolirati stanje plaže. Sanitarna optimizacija: postaviti dodatne WC-e i tuševе u vršnim terminima koristeći samo

visokokvalitetnu opremu te redovito servisirati postojeću opremu. Održavanje pristupačnosti: sustavno provoditi tehnički pregled prilaza i opreme za kupanje, osobito rampi i visokih ležaljki za osobe s invaliditetom. Unaprijediti sadržaje: modernizirati pješčanik i sportske terene, dodati ekološke spremnike za otpad te organizirati dodatne edukacije o očuvanju okoliša.

Naziv plaže	Vrsta plaže	Duljina (m)	Prosječna širina (m)	Površina (m ²)	Karakteristike	Procjena kupaca/dan	m ² po kupcu	Opterećenost
Plaže Vičevica i Lovetovo	šljunčane / djelomično prirodne	500 m + 500 m	10 m + 10 m	5000 m ² + 5000 m ²	Manje poznate lokalne plaže, blizu šetnice; prirodni hlad i mir	~ 1000	5 m ²	optimalna
						~ 1200	4 m ²	vrlo visoka

SITUACIJSKA ANALIZA: Plaže Vičevica i Lovetovo smještene su u zapadnom dijelu Vodica, u blizini šetnica, a karakterizira ih kombinacija šljunka i prirodnih elemenata s bogatim hladom borova. Ove lokalne plaže imaju relativno nisku posjećenost u odnosu na gradske plaže, prostrane površine (obje su duljine 500 m, širine 10 m, 5000 m²), jednostavan pristup i blizinu ugostiteljske ponude. Idealne su kao obiteljske i rekreativne zone za miran odmor, šetnje i relaksaciju, izvan masovnih tokova.

IDENTIFIKACIJA IZAZOVA: Komunalno održavanje i čistoća: manje opterećenje korisnika može dovesti do rjeđeg komunalnog nadzora. Očuvanje prirodnog karaktera: zaštita prirodnog hladovinskog sklopa i sprječavanje devastacije autentičnih habitata zahtijevaju jasnu granicu između uređenih i prirodnih zona. Pristupačnost i oprema: s obzirom na status lokalnih plaža, djelomični nedostatak je razvijanje pristupne infrastrukture, a ponuda ležaljki, suncobrana i sportskih sadržaja je manja je nego na urbaniziranim plažama. Kvaliteta šljunka i podloge: korisnici povremeno ističu grubu podlogu, što negativno utječe na udobnost djece i starijih osoba.

POTREBNE MJERE: Povećati intenzitet komunalnog održavanja organiziranjem češćeg čišćenja te nadzorom urednosti tuševa, sanitarija i kabina. Prilagoditi pristupačnost: sagraditi i održavati jednostavne pristupne staze za lakši dolazak do plaže i mora, posebno za osobe sa smanjenom pokretljivošću. Zaštititi prirodni habitus: ograničiti urbanizaciju, očuvati postojeću hladovinu borova, uvesti ekološku signalizaciju te jasno definirati granice između aktivne i prirodne zone. Podići kvalitetu podloge povremenom nivelacijom i nasipanjem finijeg šljunka gdje je potrebno, bez narušavanja prirodnog reljefa. Promovirati ekološku tematizaciju razvojem Vičevica i Lovetova kao pilot eko-plaža kroz aktivnosti edukacije korisnika, selektivnog zbrinjavanja otpada i zaštite staništa. Navedenim mjerama Vičevica i Lovetovo mogu održati visok standard očuvane prirode i lokalne autentičnosti, istovremeno podižući kvalitetu boravka za korisnike koji preferiraju mirniji i ekološki osviješten doživljaj kupanja.

Segment / Plan	Detaljna mjera / preporuka	Europski primjer / standard
STRATEŠKO UPRAVLJANJE I TRANSPARENTNOST		
Plava zastava na svim plažama	Javno dostupni monitoring, kontinuirana evaluacija, digitalni i fizički rezultati, certifikat, stroga ekološka/sigurnosna kontrola, stalni audit, javna objava statusa	<i>Blue Flag</i> certifikat (Švedska, Francuska, Španjolska)
Online povezivanje s TZ-om	Sve ekološke i kapacitivne informacije <i>online</i> , digitalna redistribucija	<i>Costa Brava, digital occupancy portals</i>
Signalizacija kapaciteta	Info-table, QR kodovi, prikaz popunjenosti, digitalna redistribucija	Portugal, Grčka: <i>digital eco zone, live display</i>
Tumačenje razine opterećenja	m ² /osobi – info-paneli, aplikacije, edukacija o normama	<i>EU Bathing norms, ISO 13009</i>
Smart upravljanje kapacitetom	Brojači kupaca, aplikacije, digitalna redistribucija, SMS sustav sigurnosti	<i>Costa Brava, Peloponez: live occupancy management</i>
Certifikacija eko svjetskim standardima	Mjerenje standarda kojima se povećava povjerenje gostiju i podiže standard na plažama.	Francuska, Italija
PRISTUP I INFRASTRUKTURA		
Pristup OSI	Mobilne rampe, liftovi, prilagođeni WC-i, vodiči, digitalna aplikacija, periodični audit	Njemačka, Belgium: <i>Accessible impact zone</i>

Urbano uređenje/dizajn	Uniformiran dizajn opreme, UV/sol-otporni, vizualna hijerarhija, primjena i na privatno	Skandinavija, Nizozemska: <i>furniture standards</i>
Privatni utjecaj / javne mjere	Standardi za privatne površine kao za javne, digitalni nadzor, audit	Belgija, Njemačka: <i>eco-concession, urban impact zones</i>
Ugostiteljstvo/šetnice	Zoning terasa, ograničenje broja objekata, bio-ambalaža, solarna rasvjeta, estetski kriteriji	Francuska, Španjolska: <i>eco-zoning</i>
Trgovačka ponuda	Limiti prodajnih mjesta, eko kiosci, sortiranje otpada, natječaji po eko standardima	Italija, Portugal
Redistribucija posjetitelja	Signalizacija i tematsko/eko usmjeravanje na rubne ili slabije popunjene plaže	Portugal: <i>eco quiet beaches</i>
Smjernice slabije plaže	Digitalna promocija, multifunkcionalnost, raznolik sadržaj za rasterećenje	Portugal, <i>EarthCheck: eco quiet beach</i>
EKOLOŠKI MONITORING I ODRŽIVOST		
Ekopojas/vegetacija	Sadnja drveća, tampon-zone, anti-erozijski slojevi, mjerenje mikroklimе	<i>Natura 2000, EU Green Infrastructure</i>
Čistoća mora/monitoring	Info-paneli, "Blue Beach" certifikat, javno uzorkovanje mikroplastike, izvještaji	Švedska, <i>EU Bathing Water Directive, Blue Flag</i>
Podvodne barijere/mikroplastika	Mehanički filteri, čišćenje, eko klubovi, pilot projekti	Belgija, Nizozemska: <i>microbarrier eco pilots</i>
Redovito čišćenje podmorja/obale	Javne akcije čišćenja s klubovima, transparentna objava, obveza koncesionara	WWF "Blue Beach", zajedničko ekološko čišćenje
PONUĐA, EDUKACIJA		
Sportska/animacijska ponuda	Modularne zone, eko oprema, <i>soft play</i> , digitalni <i>booking</i> , monitoring buke, partnerstva	Belgija, Danska: <i>smart sport zones, club partner</i>
Audio brendiranje/buka	Centralizirani sustav audio brendiranja u cilju nemiješanja zvukova i ugodne atmosfere, max 65 dB, mirne zone, praćenje visine ukupne buke, vizualna signalizacija	UK, Italija: <i>digital noise zoning monitoring</i>
Edukacija, okoliš, ekosustav	Info-paneli, QR kodovi, edukacija o moru i mikroplastici, vodiči, certificirana čistoća	Španjolska, Francuska: <i>Blue School, Bathing Directive panels</i>
Plan edukacije/animacije	Modularne radionice i <i>eventi</i> , stalna edukacija, partnerstva s klubovima i udrugama u edukativnim animacijskim programima za očuvanje mora	Belgija, Španjolska: <i>beach calendars, eco-school</i>

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad vodice, vanjski izvori, obrada autora

Upravljanje morskim plažama danas predstavlja kompleksan proces koji obuhvaća ekološke, infrastrukturne, društvene i digitalne aspekte te se temelji na načelima održivosti i transparentnosti. Preporučene mjere obuhvaćaju stroge ekološke i sigurnosne standarde, digitalnu kontrolu kapaciteta, transparentni monitoring i objavu podataka o stanju okoliša. Moderni europski primjeri pokazuju nužnost usklađivanja infrastrukture, ponude i pristupa sa zahtjevima različitih skupina korisnika, uz stalnu prilagodbu kapaciteta korištenja. Poseban naglasak stavlja se na edukaciju, inovativne ekološke tehnologije i partnerstvo javnog, civilnog i

privatnog sektora. Cilj je dugoročno očuvanje vrijednosti plažnog resursa uz povećanje kvalitete i sigurnosti boravka za sve posjetitelje.

Klimatske promjene

Kvaliteta zraka i okolišni pokazatelji

Prema nacionalnoj klasifikaciji, Grad Vodice pripada u prvu kategoriju kvalitete zraka, što označava najvišu razinu čistoće. U vršnim razdobljima turističke sezone (25. srpnja do 5. kolovoza) kvaliteta zraka ostaje stabilna i ne bilježi se pogoršanje, što potvrđuju službeni podaci Zavoda za javno zdravstvo. Također, kvaliteta morske vode za kupanje u 2024. godini bila je izvrsna na svih 18 mjernih postaja na području Vodica, Srine i otoka Prvića (100 %), dok su u 2023. dvije lokacije imale ocjenu „dobro“, što ukazuje na konstantno visoke standarde u očuvanju morskog okoliša. Voda za piće na području Vodica u potpunosti udovoljava Pravilniku o zdravstvenoj ispravnosti. Tijekom 2024. analizirano je 139 uzoraka, svi su bili sukladni, a povremene mutnoće nisu prelazile dopuštene granice. Klimatski uvjeti i emisije stakleničkih plinova – prema podacima DHMZ-a za Šibenik za 2023. godinu, destinacija godišnje bilježi oko 2690 sunčanih sati, prosječno 105 kišnih dana te oko 806 mm oborina, što pogoduje turizmu u većem dijelu godine. Procijenjena godišnja emisija CO₂ po stanovniku iznosi oko 4,2 tone, na temelju ukupne emisije od 37 800 t CO₂e za 2021. godinu i broja stanovnika od 8930 (DZS, 2021.).

Strategije za prilagodbu klimatskim promjenama

Od 2024. godine Grad Vodice formalno provodi integrirane politike za smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima, povećanje energetske učinkovitosti i poticanje obnovljivih izvora energije. Ključni strateški dokumenti uključuju: SECAP – Akcijski plan za održivu energiju i prilagodbu klimatskim promjenama, procjenu klimatskih rizika, Plan upravljanja pomorskim dobrom i Strategiju zelene obnove. Ovi dokumenti osiguravaju dugoročnu platformu za ublažavanje klimatskih učinaka te definiraju mehanizme provedbe i izvještavanja. Prvo godišnje evaluacijsko izvješće planira se za drugi kvartal 2026. godine. Grad aktivno informira stanovnike, turističke

dionike i posjetitelje o klimatskim rizicima i prilikama te potiče sudjelovanje svih sektora u održivoj tranziciji. Unatoč postignutom napretku, destinacija još uvijek ne raspolaže sustavom za praćenje godišnjih izvješća o klimi, nema izrađenu procjenu ekološke nosivosti područja, a procjena utjecaja turizma na biološku raznolikost još nije provedena.

2.5. Analiza prometne infrastrukture

Situacijska analiza

Prema informacijama Gradskog poduzeća Vodice d.o.o. Vodice, trenutno stanje parkirališne infrastrukture raspolaže sa 600 parkirališnih mjesta, raspoređenih u tri zone, a, prema izjavama nadležnih, sustav je u cjelini funkcionalan. Zimski i predsezonski mjeseci ne predstavljaju opterećenje za prometnu strukturu, dok su najveći izazovi koncentrirani u ljetnim mjesecima, osobito od 1. lipnja do 1. rujna. Sezonski pritisak i manjkovi parkirališnih mjesta: u vršnim razdobljima nedostaje oko 20 % parkirališnih kapaciteta, što se najčešće manifestira u zonama uže jezgre, oko rive, kod plaža i tijekom većih manifestacija, poput CMC festivala i Vodičke fešte. Trenutno u centru grada ne postoje prostorne mogućnosti za gradnju novih garaža ili dodatnih površinskih parkirališta, što predstavlja strukturni izazov za dugoročnu mobilnost. Urbanistički okvir, gustoća izgrađenosti i blizina obale ograničavaju intervencije koje bi rezultirale proširenjem kapaciteta. Vodice trenutno ne koriste sustave pametnog parkiranja. Digitalizacija i uvođenje pametnog sustava upravljanja parkiralištima planirano je za 2026. godinu. To bi uključivalo elektronički nadzor slobodnih mjesta i povezanost s centraliziranim aplikacijama za turiste i građane. Vodice nemaju organiziran gradski javni prijevoz, niti *shuttle* bus. Trenutno se koristi povremeni prijevoz po narudžbi, a javni linijski prijevoz prema županijskom modelu obavlja ŠIK Bus.

Situacijska analiza: prometna infrastruktura i parkirališta u Vodicama

Grad Vodice ima zadovoljavajuću osnovnu infrastrukturu s jasno označenom turističkom signalizacijom na svim glavnim ulaznim čvorištima. Glavne prometnice uključuju: autocestu A1 (izlaz Pirovac), magistralu D8 i lokalne ceste prema obalnim i otočnim naseljima. Kao najvažniji projekt ističe se izgradnja tzv. Gaćeleške ceste, spoja obilaznice s Jadranskom magistralom, što bi

znano rasteretilo središnji dio grada tijekom sezone. Navedena trasa ima značajan razvojni potencijal, no njezina realizacija nije jasno vremenski definirana. Prema ocjeni grada, cestovna mreža je u odličnom stanju, uz redovito održavanje, kvalitetnu signalizaciju i implementirane sigurnosne mjere. Nema naglašenih problema u pogledu asfaltiranja ili tehničke izvedbe prometnica. Grad raspolaže s oko 600 uređenih parkirališnih mjesta, raspoređenih u tri tarifne zone. U izvansezonskim mjesecima raspoloživi kapaciteti zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva i manjeg broja posjetitelja. U vršnim mjesecima (lipanj–rujan) dolazi do deficita od najmanje 20 %, osobito u zonama blizu plaža i centra. Najveći problem predstavljaju neregulirani parkirani automobili na javnim cestama, što onemogućuje prolaz hitnim službama (npr. vatrogasnim vozilima). Potrebno je ucrtati koridore i osigurati rigorozne kazne za nepropisno parkiranje, osobito tijekom vršnih perioda. Jednodnevni posjetitelji značajno opterećuju parkirališni sustav, osobito tijekom srpnja i kolovoza. Jednodnevni posjetitelji dolaze u velikom broju, često organizirano s 3–4 autobusa dnevno, a najvećim dijelom privatnim automobilima.

Situacijska analiza – *Smart City* aplikacija Vodice

Grad Vodice koristi *Smart City* aplikaciju kao alat za digitalno upravljanje komunalnim i administrativnim uslugama. Aplikacija omogućuje građanima i posjetiteljima prijavu komunalnih problema (npr. nepropisno odlaganje otpada), pregled korisnih informacija o gradu, prijavu nepravilnosti te podnošenje upita gradskoj upravi. Usto, aplikacija se koristi za određene segmente edukacije turista o održivim praksama. Povezana je s dijelom biciklističke infrastrukture i nudi osnovne kontakte i servisne informacije. Primjena je funkcionalna, ali u ograničenom opsegu i ne koristi puni potencijal *Smart City* rješenja u kontekstu turizma, mobilnosti, upravljanja resursima i personalizacije korisničkog iskustva.

Identifikacija izazova

Aplikacija *Smart City* Vodice trenutno nudi osnovne komunalne i informativne funkcije čime osigurava čvrstu početnu platformu za daljnji razvoj u smjeru napredne pametne destinacije. Proširenje funkcionalnosti na područje turističkih podataka u stvarnom vremenu, analiza ponašanja posjetitelja i kartografije gužvi otvaraju dodatne mogućnosti za modernizaciju

korisničkog iskustva. Aktivnija promocija aplikacije među turistima stvara priliku za povećanje njezine prepoznatljivosti i koristi tijekom sezone. Razvoj dvojezične i višejezične podrške povećava pristupačnost aplikacije međunarodnim gostima i doprinosi imidžu otvorene destinacije. Napredna integracija s turističkim i prometnim sustavima, implementacija senzora i IoT tehnologija za nadzor kapaciteta i kvalitete okoliša predstavljaju buduće korake koji će podići razinu usluge na visoku, konkurentnu razinu.

Potencijalna rješenja

Kako bi aplikacija postala cjelovit alat za suvremenu destinaciju, preporučuje se njezino proširenje novim funkcionalnostima koje uključuju ažurne informacije o događajima, interaktivne karte atrakcija, podatke o stanju gužvi na plažama i parkiralištima, biciklističke rute s integriranom navigacijom te inovativne interaktivne sadržaje, poput proširene i virtualne stvarnosti (AR/VR). Važan iskorak predstavlja povezivanje s aplikacijom *Visit Vodice* te integracija s bazama Hrvatske turističke zajednice, sustavima *online* rezervacija i *e-ticketinga*, što bi posjetiteljima omogućilo sveobuhvatno i jedinstveno korisničko sučelje. Za maksimalnu dostupnost korisnicima, preporučuje se uvođenje promocije putem QR kodova na ulaznim točkama grada, hotelima, turističko-informativnim centrima, *web* stranici, promotivnim materijalima i društvenim mrežama. Postavljanjem senzora na ključnim pozicijama (plaže, parkirališta, šetnice, zone interesa) omogućit će se prikaz u stvarnom vremenu opterećenja i proaktivne sugestije alternativa, čime se podiže razina pametnog destinacijskog upravljanja. Usto, implementacija višestruke jezične podrške (HR, EN, DE, IT, PL, FR, CZ) pozicionirat će aplikaciju kao pristupačno digitalno rješenje za širok krug međunarodnih posjetitelja.

2.6. Analiza stanja digitalizacije

Informativni sustavi za turiste: Turistička zajednica Grada Vodica kontinuirano ulaže u informativne sustave kako bi unaprijedila korisničko iskustvo posjetitelja. Na raspolaganju su Turističko-informativni centri (TIC-evi) u kojima su dostupne fizičke i digitalne karte s QR kodovima i GPS

koordinatama za biciklističke staze, pješake i planinare. Posebno su istaknute karte za bicikliste. U prostoru grada i zaleđa postavljene su informativne ploče s prikazom rute, osnovnim informacijama, pravilima ponašanja i QR kodovima za dodatne sadržaje, uz kulturne i prirodne atrakcije. U TIC-u je implementiran i interaktivni kiosk koji nudi dodatne sadržaje i interaktivnu edukaciju u sklopu projekta "Voda – moćna stvarateljica povijesti".

Sustavi za upravljanje odnosima s gostima: u destinaciji ne postoji aktivan sustav upravljanja odnosima s gostima (CRM) koji bi omogućio praćenje interakcija, personalizaciju ponude ili dvosmjernu komunikaciju. Navedeno predstavlja prostor za budući razvoj, osobito u segmentu pametnog turizma. Interaktivne mape i digitalni vodiči: digitalni vodiči i interaktivne karte dostupni su u svim TIC-evima, recepcijama hotela i kod iznajmljivača. Uz fizičku distribuciju, sadržaj je dostupan i *online* putem *web* stranice te aplikacije *Visit Vodice*. Kroz projekt "Voda – moćna stvarateljica povijesti" posjetiteljima je dostupno VR iskustvo povezano s arheološkim nalazištem Velika Mrdakovica te kulturnom baštinom Burnuma i Nacionalnog parka Krka. *Chatbotovi* i virtualni asistenti: trenutno nije implementiran *chatbot* ni virtualni asistent za komunikaciju s posjetiteljima u stvarnom vremenu putem *web* stranice ili aplikacije, što predstavlja značajan izazov za digitalnu dostupnost informacija 24/7. Analitika turističkih kretanja: ne postoje aktivni digitalni sustavi za praćenje kretanja turista putem GPS-a, senzora ili mobilnih uređaja. Nema alata koji bi u realnom vremenu omogućili upravljanje gužvama, redistribuciju turista ili analizu vršnog opterećenja. **Primjena IoT (Internet of Things) rješenja:** u Vodicama još nije implementirana IoT infrastruktura u turističkoj ponudi. Nisu dostupne pametne sobe, mobilni ključevi, personalizirani sadržaji, pametni sigurnosni sustavi ni *beacon* tehnologija koja bi omogućila interaktivnu komunikaciju na lokacijama interesa. Pametni kiosci izvan TIC-a također nisu prisutni. Mobilne aplikacije: postoji destinacijska mobilna aplikacija *Visit Vodice*, koja se redovito ažurira i sadrži informacije o atrakcijama, događanjima, smještaju i lokalnim uslugama. Uz navedeno, koristi se sustav *e-visitor* kojim se svi gosti u destinaciji prijavljuju *online*. **Promocija kroz videoigre:** destinacija ne koristi gamifikaciju ni videoigrice u promociji, niti organizira natjecanja koja bi popularizirala lokalne atrakcije kroz digitalni svijet. **Pristupačnost digitalnih resursa:** službena *web* stranica Turističke zajednice grada Vodica prilagođena je osobama s

invaliditetom, koristeći odgovarajuće fontove i strukturu prikaza, ali dodatni elementi pristupačnosti, poput audioopisa i alternativnog teksta za slike, još nisu sustavno implementirani.

Identifikacija izazova / potrebne aktivnosti

Identifikacija izazova i potrebnih aktivnosti u procesu digitalne transformacije destinacije ukazuje na jasne strateške prioritete za daljnji razvoj Vodica kao pametne turističke destinacije. Nedostatak digitalne infrastrukture onemogućuje implementaciju naprednih tehnologija poput senzorske mreže za upravljanje gužvama, sofisticiranih sustava za praćenje kretanja posjetitelja te primjenu IoT uređaja, čime se ograničava učinkovitost upravljanja destinacijom. Ograničena dostupnost javne Wi-Fi mreže umanjuje digitalnu pristupačnost informacija i smanjuje kvalitetu korisničkog doživljaja tijekom boravka. Izostanak *chatbotova* i virtualnih asistenata onemogućuje digitalnu podršku za informiranje 24/7, orijentaciju, kao i individualizirane preporuke gostima. Niska razina digitalne pismenosti među lokalnim dionicima usporava proces prihvaćanja inovativnih alata te otežava postizanje integrirane digitalne transformacije destinacije.

Preporučene mjere uključuju proširenje i modernizaciju digitalne infrastrukture, s naglaskom na dostupnost stabilne, javne Wi-Fi mreže u svim turističkim zonama, čime se osigurava optimalna digitalna povezanost destinacije. Razvoj i integracija *chatbotova* i virtualnih asistenata na *web* platformama i mobilnim aplikacijama osigurava kontinuiranu korisničku podršku u stvarnom vremenu. Sustavna edukacija lokalnih dionika o uporabi digitalnih alata, uz tehničku podršku, ubrzava usvajanje pametnih rješenja i ostvaruje višu razinu digitalne zrelosti destinacije. Implementacija IoT rješenja i senzorske tehnologije na ključnim točkama doprinosi optimizaciji turističkog prometa, naprednom upravljanju gužvama te boljoj zaštiti okoliša, čime se stvaraju preduvjeti za održivi razvoj i konkurentnost suvremene destinacije.

2.7. Analiza pristupačnosti osoba s invaliditetom

Pristupačnost za osobe s invaliditetom postaje ključni pokazatelj kvalitete suvremenih turističkih destinacija, a Grad Vodice prepoznaje važnost razvoja inkluzivne infrastrukture. Iako su već

pokrenute određene inicijative, poput rampi za ulaz u more, prilagođenih hotela i posudionice ortopedskih pomagala, pristupačnost još uvijek nije sustavno integrirana u planiranje i upravljanje destinacijom. Nedostatak analitičkih podataka, standardiziranih oznaka i digitalne vidljivosti ograničava puni potencijal destinacije u segmentu inkluzivnog turizma.

Situacijska analiza

Grad Vodice je poduzeo niz koraka s ciljem poboljšanja pristupačnosti osobama s invaliditetom, osobito u turističkim područjima. Plava plaža i plaža Srima opremljene su rampama za ulazak u more, kabinama za presvlačenje te kabinama za presvlačenje beba, što potvrđuje osnovna razina inkluzivnosti. Dodatno, Gradsko društvo Crvenog križa Vodice nudi posudionicu ortopedskih pomagala, što je vrijedan oblik socijalne podrške posjetiteljima s invaliditetom. Na svim gradskim plažama postoje pristupi za osobe s invaliditetom, uključujući slipove, a na jednoj je plaži postavljen specijalizirani lift za osobe u invalidskim kolicima. Većina hotela na području Vodica opremljena je pristupnim rampama, rukohvatima te sobama prilagođenim osobama s invaliditetom, što omogućuje osnovnu razinu pristupačnosti unutar smještajnog sektora. Trenutno ne postoji cjelovita analiza pristupačnosti ključnih javnih i turističkih točaka, uključujući turističku ambulantu, gradski prijevoz, kulturne atrakcije, javne institucije i parkirališta. Nedostatak standardiziranih evaluacijskih alata i službenih smjernica dodatno otežava planiranje, nadzor i poboljšanje pristupačne infrastrukture. Daljnji razvoj inkluzivne destinacije zahtijeva strukturiran pristup, međusektorsku suradnju i strateško planiranje utemeljeno na analitičkim pokazateljima i međunarodnim standardima pristupačnosti.

Identifikacija izazova

Analizom pristupačnosti destinacije Vodice mogu se identificirati ključni izazovi koji značajno utječu na funkcionalnu vrijednost turističke infrastrukture i zadovoljstvo korisnika s invaliditetom. Fizičke barijere, uzrokovane okolišnim uvjetima, poput prisutnosti zelenih algi na ulaznim rampama, ponekad smanjuju efektivnu dostupnost moru unatoč implementiranim tehničkim rješenjima. Nepostojanje sustavnog i jedinstvenog standarda pristupačnosti znači da nisu provedene sveobuhvatne procjene, niti je infrastruktura usklađena sa zakonodavnim smjernicama

i relevantnim međunarodnim normama, kao što je ISO 21542:2011, što otežava ravnopravnu dostupnost svim korisnicima. Informacijska nevidljivost pristupačnih objekata i sadržaja predstavlja značajan nedostatak. Turističko-informativni centri, karte i digitalni kanali ne sadrže sistematizirane podatke o dostupnosti sadržaja ili rute za osobe s invaliditetom. Javne institucije i turističke lokacije karakterizira varijabilnu razinu prilagođenosti, što upućuje na izostanak strukturirane analize i označavanja pristupačnih prostora. Pristupačnost se često temelji na pojedinačnim inicijativama ili dobroj volji pojedinaca i organizacija, poput lokalnog Crvenog križa, umjesto da bude dio objedinjene strateške politike i integriranog modela turističkog razvoja destinacije.

Potrebne mjere

Preporučuje se da se u svim fazama razvoja destinacije dosljedno provode i nadziru zakonske smjernice i propise Republike Hrvatske vezane uz pristupačnost osoba s invaliditetom, uz obvezno poštivanje Tehničkog propisa o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti („Narodne novine“ broj 12/23), Zakona o gradnji te Pravilnika o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom („Narodne novine“ broj 78/13) – propisi koji detaljno uređuju projektiranje, građenje, rekonstrukciju i održavanje javnih i turističkih objekata. Sukladno europskoj Direktivi (EU) 2019/882, sveobuhvatnoj Konvenciji UN-a o pravima osoba s invaliditetom i Konvenciji UN-a o pravima djeteta, predlaže se usvajanje međunarodnog standarda ISO 21542:2011 – *Building construction – Accessibility and usability of the built environment*, koji jamči evaluacija prilagođenosti na najvišoj globalnoj razini. Ravna konfiguracija Vodica, bez velikih uzbrdica i nizbrdica, predstavlja izvrsnu polazišnu točku za daljnji razvoj pristupačnosti, čineći grad jednako ugodnim za osobe s invaliditetom, obiteljima s dječjim kolicima, starijim osobama i svim gostima smanjene pokretljivosti. Za infrastrukturu i sustave namijenjene maloj djeci, univerzalni zakoni, pravilnici i međunarodne konvencije jamče ravnopravnu sigurnost i pristupačnost u svim javnim prostorima i sadržajima. Sve prilagodbe u projektiranju moraju osigurati jednako sigurnu upotrebu za djecu, osobe s invaliditetom, starije osobe i ostale ranjive skupine. Urbanistički, prostorni i informacijski dizajn Vodica treba integrirati u koncept „Pristupačne destinacije“ koji uključuje jasno označene, dostupne i inkluzivne rute za pristup javnim institucijama, plažama i

turističkim objektima. Od investitora, projekatana i upravljača destinacijom zahtijeva se proaktivnost. Univerzalni dizajn, prilagodbe i pristupačnost moraju biti sistemski i obavezni elementi svakog projekta, a ne tek dio pojedinačnih inicijativa. Navedenim pristupom Vodice dugoročno osiguravaju održivu konkurentnost i visoku društvenu odgovornost, u potpunosti usklađenu s aktualnim nacionalnim zakonodavstvom i europskim standardima pristupačnosti.

2.8. Analiza organiziranosti i dostupnosti

Učinkovita organiziranost i dostupnost temeljnih javnih, turističkih i komunalnih usluga ključni su čimbenici koji oblikuju doživljaj destinacije te omogućuju ravnomjeran razvoj i kvalitetan boravak za goste i stanovnike. Grad Vodice raspolaže razgranatom infrastrukturom koja pokriva širok spektar potreba, od zdravstvene zaštite, kulturnih sadržaja i informativnih točaka do rekreacijskih zona, sigurnosnih službi i podrške turistima. Međutim, izazovi poput sezonalnosti, nedostatka strukturiranih podataka u nekim segmentima te ograničene digitalne vidljivosti ukazuju na potrebu za daljnjim jačanjem koordinacije i sustavnog upravljanja. Analiza prikazana u nastavku obuhvaća sve ključne aktere, lokacije i usluge na području destinacije te pruža temelj za daljnje strateško planiranje, unapređenje korisničkog iskustva i izgradnju funkcionalnog destinacijskog ekosustava.

Tablica 74: Pregled infrastrukture i usluga u destinaciji Vodice

KATEGORIJA	PODKATEGORIJA / OPIS	STATUS / BROJ / NAPOMENA
1. Ugostiteljstvo	Restorani (potrebna klasifikacija)	Podaci u prethodnim tablicama
	Kafići, barovi, <i>lounge</i>	
	Slastičarnice	6
	Pekare	10
	Noćni klubovi i diskoteke	3

KATEGORIJA	PODKATEGORIJA / OPIS	STATUS / BROJ / NAPOMENA
	Vinarije i kušaonice	3
2. Turističke agencije i organizatori	Putničke agencije	3
	Sportske i avanturističke agencije	2
	Organizatori tematskih tura (kultura, vino, gastronomija)	1
	Organizatori izleta (jednodnevni, višednevni)	3
3. Transportne usluge	Rent-a-car agencije	2
	Shuttle/taksi usluge	5
	Iznajmljivanje bicikala/skutera/romobila	7 (ljetni period)
	Autobusne/željezničke usluge	ŠIK
4. Zdravstvo i wellness	Ljekarne	4
	Bolnica	1
	Poliklinike	3
	Stomatološke ordinacije	5
	Spa ponuda	4
	Teretane / gym	4
5. Kultura i zabava	Muzeji / galerije	3 (Vodice i Prvić)
	Kino	1 stalno (i zimi i ljeti) + ljetno prisutno
	Kulturni centar Vodice	Aktivni program
	Gradska knjižnica Vodice	Edukativne radionice i program
6. Financije i maloprodaja	Banke/mjenjačnice	4
	Bankomati	Široka dostupnost u destinaciji
	Suvenirnice	2 cjelogodišnje + 6 sezonskih
	Specijalizirane trgovine (ulje, vino, med)	4

KATEGORIJA	PODKATEGORIJA / OPIS	STATUS / BROJ / NAPOMENA
	Trgovine sportske opreme	2
	Trgovine za bicikliste	2
	Supermarketi / <i>shopping</i> centri	4+
	Tržnice i ribarnica	2 + ljetna u Prviću
7. Informacijske usluge	TIC centri	3 (Vodice, Srima, Prvić)
	Interaktivni kiosci / digitalna prisutnost	TIC Vodice + aplikacija Visit Vodice
	Wi-Fi pristup	Djelomičan
8. Rekreativna i sport	Nogometna igrališta	Da
	Tenis tereni	Da
	Atletska staza	Da
	Vaterpolo igralište	Nema
	Kuglana	Nema
9. Javne i komunalne usluge	Parkirališta i garaže	Da – gradski i privatni
	Javne sanitarije	Tržnica, plaže, Srima (više lokacija)
	Javna rasvjeta i čistoća	Leć d.o.o. – redovno održavanje čistoća javna rasvjeta - Grad - koncesionar
	Održavanje javnih površina	Leć d.o.o.
10. Kulturne i obrazovne ustanove	OŠ Vodice	Aktivna
	CUK, knjižnica, MC Faust Vrančić	Aktivna
	Suradnja s TZ-om	Edukacije, manifestacije
11. Sportske ustanove i savezi	Zajednica sportova grada Vodice	Aktivna podrška i organizacija
	Klubovi (nogomet, rukomet, odbojka tenis, boćanje, borilački sportovi...)	Veliki broj sportskih klubova
	Sportski centar Račice	Dvorana, skate park, igralište

KATEGORIJA	PODKATEGORIJA / OPIS	STATUS / BROJ / NAPOMENA
12. Sigurnosne službe	Policijska postaja	Da, uključuje turističke redare
	Vatrogasna postaja	Da – JVP Vodice + DVD Vodice
	Hitna pomoć	Da – ispostava Doma zdravlja Šibenik
	HGSS Šibenik	Prisutni u slučaju intervencija
	Crveni križ Vodice	Posudionica pomagala, podrška manifestacijama
13. Ekološke i prostorne institucije	Leć d.o.o.	Eko-projekti, „Jadran bez plastike“
	JU Priroda ŠKŽ	Edukacija, zaštita prirode
	Zavod za prostorno uređenje ŠKŽ	Uključen u strategije razvoja
	Uređenje i održavanje plaža	Grad Vodice + izvođači
14. Vjerske zajednice	Župa sv. Križa	Uključena u sakralni i kulturni turizam
	Crkva Gospe od Karmela (Okit)	Hodočasničko i panoramsko odredište
15. Udruge i neprofitne organizacije	Udruga mladih Bokon te dr. udruge	Radionice, programi, kulturni programi
	Udruga Motus Čista Velika, Udruga Otok	Očuvanje baštine i etno radionice
	Sportske i kulturne udruge pod 15.	Sudjeluju u organizaciji događanja
16. Turistički vodiči	Licencirani vodiči	Prisutni, ali broj nedostatan
17. Digitalna prisutnost	Aplikacija <i>Visit Vodice</i>	Da, aktivna i ažurirana
	Web stranica TZ-a	Redovno ažuriranje

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, Grad vodice, vanjski izvori, obrada autora

Kulturni sadržaji i potrebe zajednice: aktualno stanje i razvojni potencijal

Centar za kulturu Vodice aktivno doprinosi kulturnom životu grada bogatim programom koji je prvenstveno namijenjen zajednici, ali i posjetiteljima koji u sve većem broju prepoznaju važnost

autentičnog kulturnog doživljaja. Programi uključuju kino projekcije, kazališne predstave, predavanja, izložbe te predstavljanja knjiga. Većina događanja odvija se u postojećoj kulturnoj dvorani, dok se iznimke poput tradicionalnih manifestacija (sudjelovanje u programu Večer antike - Bakanalije te Prižba) održavaju na otvorenom. Iako Vodice nemaju aktivnu folklornu skupinu, ulogu očuvanja nematerijalne baštine uspješno preuzima Kulturna udruga "Vodičke perlice" koja kroz uprizorenja segmenata tradicionalnog života (npr. običaji vezani uz blagdan sv. Lucije, priprema pulente i dr.) njeguje i interpretira lokalnu baštinu. Žudije, koje djeluju pri crkvi, kao i Vodička glazba, klape, mažoretkinje te dramske skupine, redovito nastupaju u okviru kulturno-turističkih programa, čime doprinose bogatstvu identiteta destinacije. Posebno značajan korak u razvoju kulturne infrastrukture predstavlja projekt izgradnje muzejsko-galerijskog prostora koji je prijavljen na relevantne natječaje. U sklopu novog objekta planirana je dvorana za arheološku zbirku, izložbeni prostor, manja multimedijalna dvorana za predavanja i prezentacije te prostori namijenjeni stalnim i privremenim izložbama. Upravljanje ovim objektom preuzet će Centar za kulturu, što će omogućiti

stvaranje sadržajne i kontinuirane ponude za posjetitelje i lokalne korisnike. Potvrđuje se i sve veća potreba za uprizorenjima povijesnih scena u javnim prostorima, što predstavlja atraktivnu i edukativnu formu kulturnog turizma. Važno je interpretirati povijest Vodica na kreativan i interaktivan način, što podiže kvaliteta boravka posjetitelja, ali i jača lokalni identitet.

Gradska knjižnica Vodice – kulturno i inkluzivno središte zajednice i posjetitelja

Gradska knjižnica Vodice istaknuto je mjesto kulturnog i društvenog života koja uspješno povezuje lokalnu zajednicu, novodoseljene stanovnike (među kojima su sve češće i stranci) te turiste koji otkrivaju njezin širok spektar aktivnosti. Knjižnica daleko nadilazi svoju primarnu funkciju posudbe knjiga te se, s fondom od približno 22 700 knjiga i oko 800 aktivnih članova, profilirala kao multigeneracijski centar znanja, igre i kreativnog izražaja. Sustavno razvija sadržaje za djecu i odrasle nudeći privremene članarine u trajanju od tri mjeseca, čime se omogućuje pristup posjetiteljima i sezonskim stanovnicima. Posebno su popularne pričaonice u parku, gdje se čitanje nadovezuje na tematske radionice i stvara integrirano iskustvo učenja i igre. Tijekom ljeta knjižnica organizira radionice za lokalnu djecu i male goste potičući interakciju, kreativnost i integraciju u

zajednicu. Dječji odjel ističe se didaktičkim igračkama, društvenim igrama i otvorenim pristupom, što ga čini atraktivnim djeci i roditeljima koji traže kvalitetan sadržaj tijekom boravka u destinaciji. U večernjim satima knjižnica postaje mjesto susreta kroz izložbe, književne večeri i okupljanja književnog kluba. Dodatnu vrijednost nudi besplatni tečaj gitare koji nadmašuje broj formalnih članova, potvrđujući interes šire zajednice za obrazovno-kreativne programe. Knjižnica time ostvaruje dugoročnu društvenu dobit kroz obrazovanje, kulturni rast i povezivanje svih članova zajednice. Zadovoljstvo korisnika je visoko te se planira i istraživanje potreba onih koji još nisu članovi, kako bi programi i aktivnosti postali još vidljiviji i inkluzivniji. Kao dinamično i dostupno mjesto, Gradska knjižnica Vodice ključni je stup održivog kulturnog razvoja te pokazuje kako javna infrastruktura može odgovoriti na potrebe stalnog i sezonskog stanovništva, novih stanovnika i turista, promičući vrijednosti zajedništva, cjeloživotnog učenja i slobodnog pristupa znanju.

2.9. Analiza stanja i potreba ljudskih resursa i edukativnih programa

Analiza obrazovanja i edukacijskih kapaciteta za rad u turizmu u Vodicama

Tablica 75: Redovite edukacije organizirane uz podršku TZG Vodice i TZŽ Šibensko-kninske

Datum	Tema edukacije	Broj sudionika	Napomena
14. 4. 2025.	Upravljanje poslovanjem privatnog smještaja	~40	Lokalni dionici
28. - 29. 3. 2025.	Edukacije za pružatelje usluga u obiteljskom smještaju (ABC centar)	~20 (5-6 iz Vodica)	U suradnji s TZŽ-om
4. 4. 2025.	Učilište "Izvor znanja" – 5 programa (gastronomija, kreativnost, komunikacija, baština)	n/a	Za zaposlene i nezaposlene
4. - 5. 4. 2025.	Kongres obiteljskog smještaja (Split)	~20	Besplatan prijevoz

Datum	Tema edukacije	Broj sudionika	Napomena
28. 10. 2024.	Seminar i stručni ispit za turističke vodiče (Veleučilište Šibenik)	n/a	Sufinancirano
1. 3. 2024.	E-visitor aplikacija i cjenik za iznajmljivače	n/a	Osnovna digitalna pismenost
18. 4. 2023.	Novosti i prihodi za iznajmljivače	n/a	Radionica
6. - 7. 2. 2023.	Uspješno poslovanje u turističkoj godini	2 dana	Povećanje prihoda
2022.	IQM edukacije	Serijal	Fokus na kvalitetu

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Identifikacija izazova

Nedostatak lokalne radne snage prisutan je u cijeloj Hrvatskoj. Lokalni ljudski resursi nisu dostatni, uz izražen rast uvoza sezone radne snage, posebno u trgovini, hotelijerstvu i ugostiteljstvu. Takva situacija produbljuje nestabilnost kadra i smanjuje dugoročnu profesionalnost u turističkom sektoru. U srednjim školama mali broj učenika upisuje turističke smjerove (hotelijerstvo, kuharstvo), a prevladavaju tehnički i obrtnički smjerovi. To predstavlja prijetnju razvoju stručnog kadra i smanjenje konkurentnosti destinacije. Vrtićki kapaciteti su adekvatni i pokazuju porast broja djece stalnih i novodoseljenih stanovnika. Stalni rast broja novih stanovnika u Vodicama iznimno je primjetan, jer novi stanovnici iz europskih zemalja smatraju Vodice kvalitetnim mjestom za život. Edukacije se u pravilu organiziraju samo putem Turističke zajednice. Većinom su kratkotrajne i praktične, ali još uvijek nisu dovoljno strateški usmjerene i certificirane. Standardi znanja i jezika su nedefinirani. U sektoru turizma postoji neujednačenost razine znanja, posebice među sezonskim radnicima. Strani djelatnici najčešće nemaju minimalnu razinu znanja hrvatskoga jezika. Stambeno pitanje za djelatnike i stanovništvo: sezonalnost, povećana potražnja i rast cijena najma smještaja otežavaju kvalitetan pristup trajnom smještaju djelatnicima i lokalnoj zajednici.

Potrebne mjere za nadogradnju znanja i podizanje kvalitete usluge u Vodicama

Strateški program edukacija: Turistička zajednica, Grad Vodice i predstavnici privatnog sektora trebali bi formirati Destinacijski edukativni savjet koji svake jeseni, na temelju analize potreba tržišta rada, usvaja jednogodišnji plan radionica. Plan uključuje kalendar, proračun i popis predavača te se javno objavljuje kako bi se svi dionici mogli pravovremeno prijaviti. Svaka završena radionica upisuje se u destinacijsku digitalnu platformu kompetencija stvarajući tako transparentnu bazu kvalificiranog kadra.

Model bodovanja i certifikacije: polaznici dobivaju bodove za svaki završeni program. Kada objekt (hotel, restoran, apartman) skupi propisani prag bodova, cijeli tim stječe oznaku, primjerice, *Vodice Pro Quality*. Taj znak automatski donosi prednost u gradskim natjecajima, vidljivost u kampanjama TZ-a i popust na kotizacije za buduće edukacije. Time se investicija u znanje vraća putem konkretno definiranih pogodnosti.

Obvezni početni moduli su za sve radnike – program će definirati koordinacijski tim na temelju potreba tržišta i mogućnosti poslodavaca. Primjeri su kratki tečajevi komunikacije s gostima, turističke kulture, poznavanja destinacije i osnovnog zakonodavstva. Modul se nudi *online* zbog operativne jednostavnosti, a potvrda o položenom modulu preduvjet je za ostvarivanje pogodnosti prema unaprijed definiranim uvjetima.

Specijalističke akademije za unapređenje turističke ponude Vodica

S obzirom na prepoznatljiv identitet Vodica kao ljetne destinacije obiteljskog turizma te destinacije kongresnog i sportskog turizma u predsezoni i posezoni, osobita pažnja mora se usmjeriti na razvoj ljudskih potencijala u ugostiteljstvu, gastronomiji i uslužnom sektoru. Kvalitetna i prepoznatljiva ponuda u tim segmentima nedvojbeno doprinosi ukupnom iskustvu gosta, a time i brendiranju destinacije. Vodicama je potrebna ponuda kvalitetnih slastičarnica, modernih barova i restorana s raznolikom i specijaliziranom ponudom. Predlaže se uspostava specijalističkih akademija znanja i vještina – modularnih, kratkih, ali intenzivnih edukacijskih programa, koje

organizira Turistička zajednica u suradnji s edukacijskim ustanovama, a sufinanciraju ih poslodavci i TZ.

Edukacije i razvoj ljudskih potencijala u obiteljskom smještaju

Primjeri dobrih praksi iz svijeta u obrazovanju privatnih iznajmljivača

Qualmark (Novi Zeland) – kako bi se smještaj prikazao na kanalima turizma Novog Zelanda, iznajmljivač mora proći godišnju edukaciju te kontinuirano dokazivati napredak u održivosti i kvaliteti usluge.

Australian Tourism Accreditation (Tasmania) – vlasnici dobivaju oznaku *Quality Tourism* tek nakon završene *online* edukacije, samoprocjene kvalitete (*online* upitnik) i stručnog audita imaju određene povoljnosti pred ostalim iznajmljivčima. Vlasnici bez akreditacije nemaju pravo na županijske potpore ni promociju na službenom portalu.

VisitScotland DigitalBoost organizira besplatne 90-minutne *webinare* o *online* prodaji, marketingu i standardima. Partneri koji ih završe dobivaju bolje pozicioniranje na visitscotland.com.

Airbnb Entrepreneurship Academy je edukacija u trajanju od 60 do 90 minuta koju Airbnb provodi s turističkim zajednicama. Polaznici stječu osnovne kompetencije i pristup mentorstvu iskusnih domaćina.

Poticajni modeli – registrirani domaćini koji završe edukaciju dobivaju pravo na besplatno oglašavanje na službenom DMO portalu, bodove u gradskim natjecajima za sufinanciranje i ostale benefite u skladu s mogućnostima i zakonskim propisima, uključujući mogućnost istraživanja. Edukacije i visoke ocjene zadovoljstva gostiju rezultiraju posebnim certifikatima kvalitete i nagradama.

Potencijalni prijedlozi mjera za razvoj ljudskih potencijala u obiteljskom smještaju u Vodicama

Modularna edukacija za sve iznajmljivače – potrebno je postupno uvesti obvezne edukacije kroz module koji pokrivaju razne teme potrebne iznajmljivačima (prema programu). Po završetku edukacije, iznajmljivač bi dobivao godišnji e-certifikat, koji uz dokaznicu zadovoljstva gostiju kvalitetom i uslugom dokaz stručnosti i spremnosti za tržište. Lokalni okviri za profesionalizaciju iznajmljivanja omogućuju rast kvalitete ponude, veću sigurnost i zadovoljstvo gostiju, suzbijaju sivu ekonomiju te aktivno uključuju domaćine u održivi razvoj destinacije. Mogući pilot projekt Vodice za Hrvatsku.

Ljudski resursi u Turističkoj zajednici grada Vodica

Situacijska analiza

Turistička zajednica grada Vodica stabilno funkcionira zahvaljujući posvećenosti direktora i voditelja financija, koji uspješno obavljaju ključne operativne i administrativne zadatke. Rad Turističkog ureda organiziran je tako da osigurava obavljanje svih zadaća i funkcija potrebnih za uspješan rad Turističke zajednice. Ovakav sustav pokazuje otpornost i prilagodljivost te predstavlja dobru osnovu za daljnji razvoj i jačanje destinacijskog brendiranja.

Identifikacija izazova

Unatoč visokim zahtjevima destinacijskog upravljanja, Turistička zajednica grada Vodica trenutno raspolaže s dvjema stalno zaposlenim osobama te u cilju daljnjeg razvoja postoji potencijal za otvaranje novih radnih mjesta. Dugoročna održivost i jače pozicioniranje Vodica zahtijevaju postupno proširenje tima prema modelu modernih DMO-a, uz jasnu podjelu uloga i podršku institucija za jačanje ljudskih resursa.

2.10. Analiza komunikacijskih aktivnosti

Komunikacija Turističke zajednice grada Vodica s različitim ciljanim skupinama temelji se na profesionalnom i integriranom pristupu korištenju više komunikacijskih kanala, koji se kontinuirano nadopunjuju i koordiniraju kako bi se postigli optimalni rezultati u informiranju, promociji i poticanju interesa za destinaciju. Digitalnu prisutnost čini službena *web* stranica, središnji izvor informacija, aktivna komunikacija na društvenim mrežama (Facebook, Instagram), povremene *e-mail* kampanje, ciljano digitalno oglašavanje putem Google Ads i Meta Ads platformi te promotivne kampanje na relevantnim portalima najvažnijih emitivnih tržišta, kao što su: austrijsko, njemačko, poljsko i skandinavsko. Uz digitalne kanale, *offline* komunikacija i dalje ima važnu ulogu kroz distribuciju tiskanih materijala (brošure, leci, plakati), oglašavanje na lokalnim radio postajama, suradnju s lokalnim i regionalnim medijima te relevantnim partnerima, osobito u promociji događanja i isticanju aktualnih novosti iz destinacije. Osim s gostima, Turistička zajednica aktivno komunicira s lokalnom zajednicom, partnerima iz turističkog sektora, dionicima i predstavnicima medija kako bi pravovremeno prenijela sve ključne informacije važne za funkcioniranje i razvoj turizma. Promotivne aktivnosti usmjerene su na domaće, regionalno i nacionalno tržište, a za određene kampanje selektivno ciljaju inozemna tržišta s posebnim naglaskom na Sloveniju (mariborska i ljubljanska regija), uvažavajući prometnu dostupnost i interes gostiju s tog područja. Tako Turistička zajednica osigurava prepoznatljivost, ažurnost i profesionalnu komunikaciju prema svim ključnim javnostima, osnažujući time reputaciju Vodica kao dinamične i gostoljubive destinacije. *Web* stranica bilježi iznimno visok doseg, što ukazuje na velik interes za sadržaj i informacije vezane za destinaciju. Rezultati Turističke zajednice grada Vodica ilustriraju profesionalni pristup digitalnom marketingu, važnost strateškog upravljanja analitikom te ukazuju na kontinuirano jačanje pozicije Vodica za domaće i inozemne goste u *online* marketingu. Najintenzivniji angažman korisnika ostvaruje se putem društvenih mreža koje omogućuju brz i izravan doseg, visoku interakciju i brzo širenje informacija. Upravo se zbog toga one koriste kao primarni kanal za dnevnu komunikaciju i promociju, osobito u razdobljima pojačanih aktivnosti poput glavne sezone i organizacije događanja. Iako *web* stranica nudi sveobuhvatan pregled ponude, najposjećeniji su sadržaji vezani uz aktualna događanja, kulturne

manifestacije i praktične informacije za posjetitelje. Strategija oglašavanja uključuje sinergiju između *online* i *offline* kanala, ovisno o specifičnostima kampanje, ciljanoj skupine i geografskoj orijentaciji. Digitalno oglašavanje, iako s ograničenim budžetom, pokazuje dobru iskoristivost – bilježe se visoki dosezi i zadovoljavajući broj klikova, dok je konkretne podatke o konverzijama i ROI-u još uvijek potrebno preciznije strukturirati sustavnim praćenjem i evaluacijom. Glavni izazovi u digitalnoj komunikaciji odnose se na održavanje kontinuiteta angažmana publike te diferenciranje poruka u sve složenijem *online* okruženju. Potrebno je dodatno razvijati prilagođenu strategiju za svaki kanal posebno, uz jasno usklađene poruke koje istovremeno odgovaraju identitetu destinacije i očekivanjima ciljne skupine.

Analiza *offline* materijala/aktivnosti

Tradicionalni komunikacijski alati i aktivnosti i dalje imaju važnu ulogu u promociji destinacije, unatoč sve snažnijem razvoju digitalnih kanala. Tiskane brošure, karte i plakati dostupni su i u digitalnom formatu te su opremljeni QR kodovima. Redovito se koriste u promociji, osobito u kontekstu sudjelovanja na turističkim sajmovima, gdje služe kao osnovni promotivni materijali i kanal za pružanje informacija potencijalnim posjetiteljima. Svi su tiskani promotivni materijali dostupni i u digitalnom obliku putem *web* stranice, ali se još uvijek ne provodi kvantitativno praćenje njihove *online* preglednosti i preuzimanja. Praćenje učinkovitosti digitalnih kanala temelji se na osnovnim analitikama društvenih mreža i *weba*, ali sveobuhvatan model praćenja s jasno definiranim KPI-jevima za svaki kanal nije uspostavljen. Potreban je razvoj mjernih alata i indikatora kako bi se bolje razumjela učinkovitost svakog pojedinog kanala i omogućilo optimiziranje resursa. Lokalna zajednica ostvaruje najviše interakcija putem društvenih mreža, a interes za *offline* materijale očituje se kroz podršku događanjima i distribuciju promotivnog materijala. Kombinacija različitih formata pokazala se kao najučinkovitiji *offline* alat: tiskani materijali, događanja i izravni kontakti jer svaki doprinosi vidljivosti na svoj način. Posjetitelji redovito preuzimaju fizičke brošure, osobito u turističko-informativnim centrima, hotelskim recepcijama i privatnom smještaju. Iako se danas tiska manje nego prethodnih godina, interes za fizičkim brošurama i dalje postoji, što potvrđuje njihovu potrebu u budućnosti. Sve tiskane brošure dostupne su i u digitalnom obliku putem mrežnih kanala, no trenutačno se ne provodi mjerenje

njihove *online* preglednosti ili preuzimanja. Brošure o turističkim atrakcijama dostupne su na barem trima stranim jezicima u uredima turističke zajednice, turističkim informativnim centrima i na recepcijama. Internetska stranica dostupna je na najmanje trima stranim jezicima.

Analiza suradnje s trećim osobama

U suradnji s marketinškom agencijom provode se dvotjedne kampanje u predsezoni i posezoni, koje uključuju sadržaje visokog vizualnog i informativnog standarda: kratke videouratke, tematski birane advertorijale i atraktivne fotografije. Sadržaji pokrivaju sve aspekte boravka, poput aktivnosti, gastronomije, kulturnih i prirodnih lokaliteta te aktualnih događanja. Iako se zbog posrednog modela distribucije ne mogu pratiti konkretne konverzije poput rezervacija, jasno je primjetan porast interesa i posjećenosti nakon provedenih kampanja, što potvrđuje učinkovitost pristupa. Uz navedene kampanje, ostvaruje se i partnerstvo s privatnim sektorom, posebno s hotelima, te se surađuje s lokalnim turističkim zajednicama i nacionalnim parkovima poput Krke i Kornata. Takve sinergije omogućuju širi doseg i bolju vidljivost destinacije kroz različite platforme, uključujući *Jet2com* i *Holiday* te ostale platforme poput *Petit Fute* i *Tiptravel*, čime se kampanje dodatno osnažuju. Također, udruženo oglašavanje se provodi s TZŽ-om, TZ-om grada Šibenika, drugim TZ-ovima i nacionalnim parkovima Krka i Kornati. Važan segment promocije odnosi se na suradnju s *influencerima*, pri čemu biciklistički blogeri igraju ključnu ulogu u komunikaciji aktivnog odmora i biciklističkih sadržaja, osobito u predsezoni i posezoni. Učinci se prate kroz objave u medijima, kao što je Večernji list, zatim putem društvenih mreža te kroz promet generiran s platformi *influncera*. Za dodatnu vidljivost događanja koriste se nacionalni i lokalni portali te radijske postaje koje omogućuju ciljani doseg prema specifičnim područjima interesa. Posebni naglasci stavljaju se na promociju putem platformi Linker i Midas te slovenskih medija, dok se lokalna publika informira preko postaja poput Radio Šibenika, Radija Ritam i Radija Dalmacija. Informacijski materijali, poput vodiča *Petite Futé*, *In Your Pocket* i specijaliziranih karata, dodatno osiguravaju prisutnost na tržištu i doprinose orijentaciji posjetitelja. U ovom kontekstu, iako ne

postoji izravan proizvod mjerljiv klasičnim prodajnim metrikama, sve aktivnosti pridonose stvaranju interesa i prepoznatljivosti destinacije i konkretnom dolasku gostiju, što je temeljni cilj ovakvih komunikacijskih ulaganja.

Analiza distribucije i prikupljanja

Sve relevantne informacije za turiste redovito se ažuriraju u skladu s promjenama na terenu, poput informacija o prometu, novim sadržajima, izletima i drugim korisnim podacima. Te se informacije pravovremeno prenose putem različitih komunikacijskih kanala, uključujući službenu *web* stranicu, društvene mreže, tiskane materijale i kalendare događanja. Distribucija sadržaja odvija se putem svih dostupnih lokalnih točaka doticaja s posjetiteljima. Informacije dolaze do gostiju putem turističko-informativnih centara, smještajnih objekata i drugih mjesta u destinaciji gdje se posjetitelji prirodno kreću, uključujući i fizički oglasni prostor te promotivne aktivnosti u javnom prostoru i *online* okruženju. U turističko-informativnim centrima, partnerima i lokalnim pružateljima usluga dodatno se omogućuje da samostalno predstave svoje ponude ostavljanjem promotivnih materijala, čime se potiče bolja povezanost između turističke ponude i samih korisnika.

Marketinška analiza dionika u destinaciji

Marketinška analiza provedena među 25 dionika u Vodicama pruža uvid u njihovu digitalnu prisutnost i razinu aktivacije marketinških alata. Vlastitu *web* stranicu ima 64 % dionika, od kojih 81 % koristi kvalitetne fotografije, a polovica omogućuje *online* rezervacije ili prodaju. Umrežavanje s drugim dionicima destinacije prisutno je na samo 38 % stranica, dok 19 % stranica zahtijeva redizajn radi boljeg doživljaja gostiju i kvalitetnije prezentacije ponude. Svi dionici imaju lokaciju na Google Mapsu, no samo 64 % njih je preuzelo kontrolu nad lokacijom, što znači da značajan broj još uvijek ne koristi dostupne alate za upravljanje podacima i izravnu komunikaciju s gostima. Na platformi TripAdvisor profil ima 80 % dionika, ali detaljan opis ponude i poveznica

na *web* stranicu nalaze se kod samo 30 % profila. Istovremeno, njih 95 % koristi fotografije visoke kvalitete, što ukazuje na pozitivan pomak u vizualnoj prezentaciji. Facebook stranicu koristi 92 % dionika, no samo 8 % objavljuje redovito (više od dva puta tjedno). Instagram profil ima 48 % dionika, od kojih njih 14 % objavljuje redovito. Profesionalne fotografije visoke rezolucije koristi 56 % dionika. *Online* umrežavanje na društvenim mrežama s drugim dionicima destinacije gotovo da ne postoji – implementiralo ga je tek 4 % dionika, dok većina (72 %) još nije započela taj proces. Analiza pokazuje da većina dionika u Vodicama ima razvijenu osnovnu digitalnu prisutnost, no postoji prostor za daljnje unapređenje u vidu redovitosti objava, jačanja međusobne povezanosti i strateškog pristupa promociji destinacije. Potrebno je dodatno osnažiti dionike kako bi maksimalno iskoristili potencijal besplatnih digitalnih alata za promociju svoje ponude i same destinacije.

Situacijska analiza – komunikacija i promocija

Turistička zajednica grada Vodica uspješno koristi integrirani model komunikacije s različitim ciljanim skupinama, kombinirajući *online* i *offline* kanale. Digitalna prisutnost oslanja se na službenu *web* stranicu, aktivne društvene mreže poput Facebooka i Instagrama, *e-mail* kampanje i ciljano oglašavanje na glavnim platformama (Google Ads, Meta Ads). Paralelno, distribucija tiskanih materijala, oglašavanje na lokalnim radio postajama i suradnja s portalima, kao što su Infovodice i ŠibenikIN, osigurava širok doseg prema različitim publikama, od gostiju do lokalne zajednice i medija. Rezultati digitalnih kampanja u 2024. godini potvrđuju snažan interes publike, s dosegom od 1,2 milijuna korisnika. Najveću interakciju generiraju društvene mreže, posebice pri promociji događanja, kulturnih događanja i praktičnih informacija. Sinergija *online* i *offline* kanala optimizira vidljivost, no *offline* aktivnosti ostaju važne, osobito na sajmovima, u turističko-informativnim centrima i distribucijom brošura na više jezika.

Praćenje učinkovitosti pojedinih kanala provodi se kroz osnovne metrike Google Analyticsa i društvenih mreža, ali još uvijek nedostaje sustav za analizu konverzija i jasno definiran KPI model na razini svih promotivnih aktivnosti. Analiza digitalne prisutnosti dionika pokazuje da većina ima

osnovne kanale (*web*, Google Maps, TripAdvisor, Facebook), ali im nedostaju redovito objavljivanje, umrežavanje te strateško korištenje dostupnih alata.

Potrebne mjere

Usmjeravanjem na napredni model praćenja digitalne i *offline* učinkovitosti, preporučuje se definiranje jasnih KPI indikatora (*Key Performance Indicators*, ključni pokazatelji uspješnosti) za sve komunikacijske kanale s ciljem optimalnog korištenja resursa. Redovita edukacija dionika o digitalnom marketingu, društvenim mrežama i vizualnoj prezentaciji je pozitivan korak za podizanje kvalitete *online* sadržaja te bržu prilagodbu tržišnim trendovima. Zajednička promocija i umrežavanje kroz kanale Turističke zajednice, uz sustav motivacije, potiču suradnju i prepoznaju najaktivnije sudionike, čime se jača lokalni ekosustav. Razvoj prilagođenih komunikacijskih strategija za svaki kanal omogućuje konzistentnost poruka s identitetom destinacije i preferencijama ciljane publike. Integracija digitalnih turističkih informacija u gradsku aplikaciju pametnog grada, uz poboljšanu korisničku podršku na mobilnim platformama, podiže razinu vidljivosti i interaktivnosti destinacije. Vodice imaju razvijenu osnovnu komunikacijsku infrastrukturu s iznimno dobrim rezultatima digitalnog dosega i *offline* prisutnosti, ali postoji prostor za daljnje unapređenje strategiji praćenja učinkovitosti, edukaciji dionika i intenziviranju međusobnog umrežavanja radi jačanja ukupne promocije destinacije.

Upravljanje kvalitetom

Upravljanje kvalitetom jedan je od ključnih elemenata održivog i uravnoteženog razvoja destinacije. Kvaliteta doživljaja, infrastrukture, usluga te komunikacije izravno utječe na zadovoljstvo posjetitelja, konkurentnost destinacije i kvalitetu života lokalnog stanovništva. Kako bi se kvalitetom upravljalo sustavno i integrirano, nužno je pratiti stanje na terenu, analizirati turističke tokove i pritisak na prostor, uključiti sve relevantne dionike te razviti jasne standarde i alate za mjerenje i unaprjeđenje. Integralno upravljanje kvalitetom u destinaciji Vodice provodi se kontinuirano od 2018. godine kroz projekt IQM Destination VODICE, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Vodica. Riječ je o modelu usmjerenom na povezivanje svih dionika u destinaciji,

podizanje razine kvalitete usluga i jačanje identiteta Vodica kao autentične i gostoljubive destinacije.

Projekt se temelji na sveobuhvatnom pristupu razvoju destinacije u kojem se kontinuirano mjeri zadovoljstvo gostiju, potiče međusobno umrežavanje dionika, jača vidljivost ponude te podupire profesionalizacija svih uključenih. Posebna vrijednost projekta je njegova primjena u praksi, putem individualnog rada s dionicima, stalne edukacije i konkretnih alata za svakodnevni rad, s fokusom na jačanje profesionalnih kapaciteta i vidljivosti ponude.

Ključne aktivnosti provedene putem projekta IQM Destination VODICE uključuju:

- audit i savjetodavne posjete dionicima, uz analizu poslovanja i prijedloge za unaprjeđenje ponude i komunikacije s gostima
- izradu individualnih marketinških analiza za sudionike projekta, uz personalizirane preporuke i savjetovanja tijekom njihove implementacije
- dodjelu certifikata kvalitete najistaknutijim dionicima, temeljem standarda i rezultata *online* reputacije
- izradu i distribuciju knjiga standarda za različite skupine dionika, s preporukama usmjerenim na unaprjeđenje kvalitete i usklađivanje s destinacijskim identitetom
- karticu za iznajmljivače, namijenjenu dionicima projekta, kao alat za jednostavniji pristup informacijama i preporukama
- IQM Pass – kartica dobrodošlice za goste koja povezuje lokalne ponuđače i potiče dodatnu potrošnju i iskustveno doživljavanje destinacije
- izradu *TripPlanera*, digitalnih itinerara, koji povezuju ponudu dionika i promoviraju lokalne atrakcije i događanja
- brojne edukacije i radionice za dionike, uključujući i veliki Vodice Tourism Day 2019, bile su posvećene promociji kvalitete i izvrsnosti u turizmu
- promociju dionika i Turističke zajednice putem društvenih mreža, *newslettera* i zajedničkih objava koja jača prepoznatljivost ponude

- podršku i pogodnosti za dionike koje se ostvaruju kroz sufinanciranje fotografiranja, izrade promotivnih materijala, uređenja interijera i drugih aktivnosti usmjerenih na poboljšanje kvalitete usluge i vizualne prezentacije.

Projekt IQM Destination u Vodicama djeluje kao strateški alat za razvoj održivog i integriranog destinacijskog upravljanja, s fokusom na kvalitetu, partnerstvo i zadovoljstvo gostiju.

Potrebne mjere:

- nastaviti s redovitim slanjem izvještaja o *online* reputaciji dionicima i Turističkoj zajednici
- uključiti veći broj dionika u proces praćenja i primanja izvještaja
- poticati aktivno odgovaranje na komentare, uz dodatne smjernice i edukaciju o kvalitetnoj komunikaciji
- uspostaviti nagrađivanje najkvalitetnijih objekata kroz dodatnu promociju i vidljivost na kanalima Turističke zajednice
- nastaviti dodjelu godišnje nagrade za izvrsnost na temelju kvalitete usluge i angažmana u promociji destinacije
- održavati radionice i individualne edukacije o interpretaciji rezultata te unaprjeđivati komunikaciju s gostima
- uspoređivati trendove odgovaranja – ne samo kvantitativno, već i kvalitativno analizirati odgovore gostiju.

Standardi kvalitete IQM Destination VODICE

U okviru projekta IQM Destination, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Vodica, izrađene su knjige standarda za ukupno devet skupina dionika: knjige standarda za hotele, kampove, ugostiteljske objekte, male iznajmljivače, atrakcije, lokalne proizvođače, suvenirnice/trgovine, *wellness* & spa centre, kozmetičke salone i turističke/putničke agencije. Standardi su izrađeni s ciljem unaprjeđenja ukupne kvalitete usluge te usklađivanja ponude destinacije s očekivanjima gostiju. Svaka knjiga definira konkretne kriterije i smjernice, prilagođene operativnim specifičnostima pojedine skupine dionika. U procesu izrade, najmanje 20 % sadržaja svake knjige

standarda prilagođeno je lokalnom kontekstu Vodica u suradnji s Turističkom zajednicom kako bi se u obuhvat uključila autentičnost destinacije. Nakon dovršetka, standardi su predstavljeni dionicima kroz savjetodavne sastanke i konzultacije uz uvažavanje njihovih komentara i prijedloga. Potom su dostavljeni svima uključenima te objavljeni putem komunikacijskih kanala Turističke zajednice. Knjige standarda predstavljaju temelj za usklađeno i kvalitetno djelovanje svih dionika, s ciljem povećanja prepoznatljivosti Vodica kao destinacije usmjerene na kvalitetu i kontinuirani razvoj turističkog doživljaja.

Potrebne mjere

Kako bi Turistička zajednica grada Vodica, uz postojeće temelje integralnog upravljanja kvalitetom, uspješno krenula u Vodicama prema održivoj budućnosti i postala primjer održive turističke destinacije u Hrvatskoj, nužno je poduzeti konkretne i višedimenzionalne mjere koje će povezati lokalnu zajednicu, turistički sektor i prirodni okoliš. U nastavku su predložene ključne mjere koje se nadovezuju na već izrađene Knjige standarda i koje bi trebalo implementirati u cilju dugoročne održivosti. Potrebno je nadograditi postojeće IQM knjige standarda s kriterijima održivosti i sustavno pratiti usklađenost dionika sa standardima putem godišnjih audita i poticaja za one koji ispunjavaju najviše razine. Vodice imaju temelj za podizanje razine održivosti kroz standarde i razvijenu svijest o potrebi unaprjeđenja kvalitete. Međutim, sada je ključno institucionalizirati te napore, razviti alate za mjerenje učinaka, formalizirati planove i regulative te osnažiti suradnju s lokalnom zajednicom kako bi Vodice u sljedećih pet godina postale destinacija održivosti i kvalitete života za sve generacije.

Rezultati mjerenja *online* reputacije

Online reputacija destinacije Vodice za 2024. godinu temelji se na ukupno 14 126 mišljenja gostiju i obuhvaća 267 turističkih dionika. Prosječna ocjena zadovoljstva gostiju iznosi 88/100, a stopa odgovaranja na komentare iznosi 43 %, što potvrđuje napredak u komunikaciji dionika s gostima.

Analiza zadovoljstva po mjesecima pokazuje blagi pad od 5 % zadovoljstva gostiju u ljetnim mjesecima, s najnižom ocjenom u kolovozu, nakon čega slijedi stabilan rast tijekom jeseni i krajem godine. Ovaj trend ukazuje na potrebu dodatne pažnje u razdobljima visoke opterećenosti destinacije te kontinuiran rad na održavanju kvalitete i u vrhuncu sezone. Rezultati po skupinama dionika pokazuju ukupno visok stupanj zadovoljstva gostiju, s prosječnim ocjenama između 83 i 94 od 100. Privatni smještaj i lokalni proizvođači ostvaruju najviše ocjene – 90/100, pri čemu su lokalni proizvođači zabilježili rast zadovoljstva od 6 %. Kampovi također pokazuju znatan napredak, s ocjenom 87/100 i porastom kvalitete od 6 % u odnosu na prethodno razdoblje. Ugostiteljski objekti ocijenjeni su s 89/100, uz stopu odgovaranja od 39 %. Hoteli bilježe značajan porast angažmana, sa stopom odgovaranja od 58 %, što predstavlja napredak u pristupu prema gostu.

Tablica 76: Rezultati mjerenja online reputacije Vodica

	Hotel	Ugostiteljski objekti	Privatni smještaj	Lokalni proizvođači	Atrakcije	Turističke agencije	Kampovi	Plaže
Ocjena kvalitete	83/100	89/100	90/100	90/100	89/100	94/100	87/100	89/100
Broj recenzija	5573	5849	2584	176	172	122	123	153

Izvor: TrustYou, obrada autora

Dionici uključeni u projekt IQM Destination redovito primaju tjedna ili mjesečna izvješća o *online* reputaciji s ciljem poticanja upravljanja kvalitetom i pravovremenog odgovora na povratne informacije gostiju. Sustavno praćenje rezultata i povećana razina angažiranosti dionika ukazuje na stabilan trend unaprjeđenja kvalitete usluge u destinaciji.

Ostali zakonski i regulativni odnosi

Upravljanje javnim prostorima i turističkim kapacitetima u Vodicama

Upravljanje javnim prostorima, štandovima i posjetiteljskim tokovima u destinaciji postaje jedno od ključnih pitanja održivog turizma, osobito u gradovima poput Vodica, gdje turizam snažno

utječe na svakodnevni život stanovnika, gospodarsku dinamiku i prostornu strukturu. Unatoč snažnoj sezonalnosti i sve većem broju jednodnevnih i višednevnih posjetitelja, destinacija još uvijek ne raspolaže sveobuhvatnim strateškim dokumentima koji bi strukturirano usmjeravali turistički razvoj u pravcu kvalitete, disperzije i cjelogodišnje ponude. Trenutno ne postoji formalna strategija za upravljanje posjetiteljima, kao ni procjene maksimalnog kapaciteta destinacije, kapaciteta atrakcija ili sustava upravljanja rezervacijama koji bi omogućili bolju kontrolu i zaštitu prostora. **Planovi za razvoj novih proizvoda**, smanjenje sezonalnosti i privlačenje gostiju izvan glavne sezone nisu definirani, što dodatno otežava proaktivno upravljanje. Također, marketinške aktivnosti za izvansezonska događanja nisu sustavno razvijene niti strukturirane kroz akcijski plan, a analiza ključnih zona preopterećenja tek je u pripremi. **Upravljanje cijenama**, koje bi trebalo reflektirati kvalitetu usluga i proizvoda, još uvijek nije formalizirano kao instrument turističke politike, a modeli za disperziju posjetitelja i usmjeravanje tokova unutar destinacije tek se počinju razmatrati u planiranim istraživanjima. **Odsustvo mehanizama kontrole i upravljanja**, uključujući one vezane uz upravljanje štandovima, korištenje javnih površina te jasno postavljenih kriterija kvalitete, otvara potrebu za hitnim uspostavljanjem strategije koja će objediniti turistički razvoj, prostornu održivost i interese lokalne zajednice. Vodice se nalaze na prekretnici jer su s jedne strane svjesne izazova koje nosi nekontrolirani rast turizma, a s druge su suočene s nužnošću uspostave mehanizama koji će omogućiti ravnotežu između turističke atraktivnosti, očuvanja resursa i kvalitete života stanovnika. **Uspostavljanje strukturiranog upravljanja nosivim kapacitetom, rezervacijama, cijenama i korištenjem prostora** temelj je daljnjeg održivog i inkluzivnog razvoja destinacije.

Regulatorni i strateški okvir: trenutačno stanje i buduće smjernice

Analizom postojeće regulative i strateških dokumenata izravno povezanih s razvojem i upravljanjem turizmom u Vodicama, utvrđeno je da većina ključnih dokumenata trenutno nije donesena ili nije formalno usvojena. To uključuje planske dokumente koji bi trebali strukturirati područja kao što su upravljanje smještajnim kapacitetima, ugostiteljskim objektima, taxi službom, javnim prostorima, infrastrukturom te održivim razvojem prostora i turizma. Trenutno Grad Vodice ne raspolaže sljedećim dokumentima:

- plan ugostiteljskih objekata koji bi definirao broj, tipologiju i prostorni raspored ugostiteljske ponude u skladu s nosivim kapacitetima
- plan taksi službe kojim bi se uredio broj licenciranih prijevoznika i omogućilo bolje upravljanje prometom i dostupnošću prijevoza
- plan smještajnih kapaciteta koji bi uskladio broj ležajeva s infrastrukturnim mogućnostima, sezonalnošću i ciljevima kvalitete ponude
- regulative o iznajmljivanju nekretnina u turističke svrhe, osobito u kontekstu kontrole apartmanizacije i gubitka stambenog fonda za lokalno stanovništvo
- plan poticanja održive graditeljske prakse, kao i smjernice za korištenje ekološki prihvatljivih materijala te energetske učinkovitih rješenja
- plan upravljanja cestovnom infrastrukturom i strategije za održivi prijevoz, uključujući promociju javnog prijevoza i vozila s niskom emisijom
- mjere za ublažavanje sezonalnosti i strategije za vršno opterećenje destinacije su ključne za uravnotežen razvoj i ravnomjernu raspodjelu gostiju
- smjernice za optimizaciju kvalitete boravka u vršnim terminima, kao i mehanizmi za praćenje preopterećenih zona u realnom vremenu
- planovi upravljanja plažama osigurali bi njihovu dugoročnu zaštitu i valorizaciju
- programi prilagodbe javne infrastrukture osobama s invaliditetom ključni su za univerzalni dizajn i uključiv razvoj destinacije.

Unatoč trenutnom izostanku navedenih dokumenata, važno je istaknuti da će Plan upravljanja destinacijom Vodice služiti kao temelj za izradu i provedbu istih. Jedan od njegovih primarnih ciljeva je uspostavljanje integriranog i održivog sustava upravljanja koji će omogućiti razvoj visokokvalitetne turističke ponude, očuvanje prostora i resursa te unapređenje kvalitete života lokalnog stanovništva.

Provedba ovog plana osigurat će ne samo strateški okvir za donošenje pojedinačnih dokumenata već i sustavan pristup upravljanju destinacijom usklađen s načelima održivosti, participacije zajednice, digitalizacije i prilagodbe klimatskim izazovima. Time će Vodice napraviti iskorak prema odgovornom, otpornom i dugoročno konkurentnom turizmu.

2.11. Analiza konkurencije

Konkurentnost destinacije

Konkurentnost destinacije analizira se usporedbom Vodica, Crikvenice i Poreča po ključnim segmentima: smještaju, broju noćenja, klimi, tržištima, zdravstvenom turizmu, sportskoj infrastrukturi, enogastronomiji, prometnoj povezanosti i cijenama.

Tablica 77: Analiza konkurentnosti destinacije

Segment	Vodice	Crikvenica	Poreč
Tržišna pozicija	Mladi, obitelji, privatni smještaj, visoka sezonalnost	Obitelji, imidž tradicije zdravstvenog turizma, diverzificirana ponuda	MICE, sport, kultura, diverzificirana cjelogodišnja ponuda
Pred/posezona	Aktivni odmor, biciklizizam, kongresni turizam, gastro <i>eventi</i>	<i>Wellness</i> , zdravlje, tematske manifestacije	<i>Bike & wine</i> festivali, umjetnost, proljetni gastro festivali
Ključni eventi	CMC festival, Vodička fešta, Đardin je IN, klapske večeri, fešte	CrikvArt, Ribarski tjedan	Porečko ljeto, kulturni i <i>wine</i> festivali
Obiteljski proizvodi	Plava plaža, <i>bike</i> ture, izleti u NP Krka I NP Kornate	<i>Aquapark</i> , dječje radionice, šetnice, plaže	<i>Family</i> hoteli, dječji festivali, sportske akademije
Smještajni kapaciteti	Privatni smještaj, marine, hoteli, kampovi	Lječilišta, hoteli, vile, privatni smještaj	Hoteli, kampovi, privatni smještaj
Zdravstveni turizam	<i>Wellness</i> hoteli, dentalni centri, specijalističke usluge (Medicinski centar Vodice).	<i>Thalassotherapy</i> , zdravstvene usluge u hotelima	Medicinske klinike, <i>wellness</i> programi. Poliklinika Rident,

			Histria Medic, medicinski <i>wellness</i>
Sportska infrastruktura	Biciklizam, dvoran, <i>skate park</i>	Dvorane, stadion, biciklističke staze	Sportski kampusi, plivališta, nogomet
Aktivni odmor	Biciklizam, ronjenje, <i>outdoor</i> aktivnosti	<i>Trekking</i> , biciklizam, sport za sve uzraste	<i>Windsurf</i> , multisport <i>eventi</i> , sportske škole
Enogastronomija	Konobe, vinarije, mediteranska kuhinja, festivali hrane	Riblji specijaliteti, vinarije, <i>wine & dine</i>	Istra <i>gourmet</i> , tartufi, maslinarstvo, nagrađeni restorani
Kultura i baština	Prvić – MC Faust Vrančić, crkve, povijesna jezgra, lokalne manifestacije	Frankopanska baština, muzeji, izložbe	Eufrazijeva bazilika, festivali, stare gradske jezgre
Digitalizacija	<i>Online booking</i> , društvene mreže, digitalni alati TZ-a, mjerenje <i>online</i> reputacije	Virtualni vodiči, <i>booking</i> aplikacije	<i>Smart</i> destinacija, napredni digitalni sustavi
Održivi razvoj	Standardizacija destinacije, mjerenje <i>online</i> reputacije, upravljanje kvalitetom, eko manifestacije	Održivost hotela i plaža, lokalna uključenost	Očuvanje baštine, prometni menadžment
Prometna povezanost	Autocesta A1, blizina Zadra, blizina Šibenika,	Zračna luka Rijeka, magistrala, autobusna povezanost	Zračna luka Pula, autobus, željeznica, brodske linije
Cijene smještaja	44–250 €/noć (ljetno), niže izvan sezone, MICE/zdravstveni/sportski/ <i>wellness</i> paketi	42–94 €/noć, popusti za djecu	41–217 €/noć, ovisno o tipu i luksuzu
Sezonalnost	Izrazito ljetno, primjetno produljenje boravka u pred i posezoni.	<i>Wellness</i> i zdravstveni turizam ublažavaju sezonalnost	Kontinuirana cjelogodišnja turistička aktivnost,

			povezanost s cijelom Istrom.
Izazovi i razvoj	Diversifikacija, kvaliteta, brendiranje <i>outdoor</i> /gastro ponude	Širenje sportske infrastrukture, smanjenje sezonalnosti	Jačanje kvalitete i sadržaja izvan ljetne sezone

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, analiza konkurencije, vanjski izvori, obrada autora

Silver Travel

Jedan od najboljih primjera destinacije koja je od izvorno ribarskog mjesta uspješno razvila seniorski, *wellness* i *slow travel* turizam je Larnaca (Cipar).

Larnaca (Cipar) – ključni elementi uspjeha:

- populacija: oko 50 000 stanovnika, ali urbana matrica s pretežno novijom gradnjom – nema "velike stare gradske jezgre"
- **sezonska stabilnost: srpanj i kolovoz donose tradicionalno vrhunac sezone**, ali se turistički promet održava i u zimskim mjesecima, posebno kroz program za seniore (zdravstveni paketi, dugotrajniji boravci uz popuste, *wellness*), a veliki broj hotela i apartmanskih objekata otvoren je cijelu godinu
- **infrastruktura i ponuda:** urbana gradska plaža s Plavom zastavom, uređene šetnice, pristup za osobe s invaliditetom, biciklističke rute, mediteranskim parkovima i javnim prostorima. *Wellness* i seniorska infrastruktura uključuje brojne poliklinike, dnevne programe vitalnosti i zdravlja te bogatu kulturnu scenu.
- **eventi i filozofija *slow tourism*:** Larnaca nudi cjelogodišnje festivale ribarske i mediteranske hrane, edukativne radionice, tematske *city tours*, vođene *trekking* ture, pješačenja uz obalu, muzeje i koncertne programe

- **namjenski programi: razrađena *Silver Package* ponuda** uključuje popuste na smještaj i ulaznice u izvansezoni, dugoročni najam, *wellness* program, transfere i medicinsku podršku. Marketinška strategija ističe Larnacu kao destinaciju "aktivnog odmora zimi", posebno za zapadnoeuropske seniore.
- **digitalna destinacijska promocija** obuhvaća višejezične platforme, personalizirane ponude, digitalne vodiče i aplikacije za lokalne aktivnosti i zdravlje.

Larnaca je tako postala referentni model za cjelogodišnju *senior-friendly wellness* destinaciju na Mediteranu, nudeći pobjedničku kombinaciju blage klime, urbane plaže, infrastrukture za vitalnost i rekreaciju, zdravstvene zaštite, bogate, autentične gastro ponude te aktivnog događajnog kalendara tijekom cijele godine. Sve ključne elemente povezala je u ambijent ugodan za *slow travel*, vitalnost i cjelogodišnji boravak, što je put koji i Vodice mogu slijediti.

Ovaj model najbolje preslikava potencijale Vodica: kompaktna urbana i dostupna plaža, nova infrastruktura, partnerstvo s *wellness* i medicinskim sektorom, cjenovna fleksibilnost izvan sezone, digitalna ponuda i snažna programska scena za seniore i tržište *slow travel*. Najbolji konkretni primjer iz prakse je Larnaca (Cipar), mediteranski obalni grad koji je iz izvorne ribarske, novije izgrađene i nepretenciozne urbane strukture izrastao u jednu od vodećih europskih destinacija za seniorski turizam tijekom cijele godine.

Larnaca nudi:

- razvijene specijalizirane pakete i višemjesečne aranžmane za seniore (*Silver Packages* s popustima, pristup *wellnessu* i medicinskim servisima)
- ima bogatu ponudu zdravstvenih usluga, poliklinika, fizioterapije, *wellness* i rekreacijskih sadržaja na urbanoj plaži
- osigurava dostupne cijene smještaja, popuste izvan glavnih ljetnih mjeseci, digitalnu promociju i jasnu segmentaciju prema europskim tržištima starije dobi

- kalendar cjelogodišnjih događanja (*outdoor*, *wellness*, šetnje, edukacije, gastro manifestacije) te je ostvarila suradnju s ključnim hotelskim i apartmanskim sektorom koji ostaje otvoren cijelu godinu.

Larnaca je izbjegla pretjeranu sezonalnost upravo orijentacijom prema seniorima i *slow travel* tržištu, omogućivši vitalnost, rekreaciju, zdravlje, ponudu lokalne hrane te sigurnu i demografski raznoliku zajednicu uz sam rub mora. Ovo je najprimjenjiviji model diverzifikacije kakav Vodice mogu doseći: zima za sport, *wellness* i seniore, a ljetno za obitelji i klasične turiste, uz snažnu digitalnu promociju te fleksibilan pristup cijenama i smještajnim formatima.

Cambrils (Costa Dorada, Španjolska) je destinacija koja po svom razvoju, obali i pristupu turističkom menadžmentu najviše nalikuje Vodicama te nudi brojne praktične primjere za održivu transformaciju mediteranskog ribarskog grada u modernu kupališnu destinaciju.

Ključni razlozi zašto je Cambrils najbliži primjer Vodicama:

- povijesna i urbana matrica: Cambrils je izvorno bio tipično katalonsko ribarsko naselje s urbanim rastom uz plažu
- kompaktna urbana gradska plaža: glavna gradska plaža Cambrilsa prostire se duž urbanizirane šetnice. Uređena je, ima Plavu zastavu, a sadržaji su prilagođeni djeci, starijim osobama i osobama s invaliditetom.
- smještajna struktura: u Cambrilsu dominiraju privatni smještaji, apartmani i sobe uz nekoliko *boutique* hotela i resorta. Većina kapaciteta je malog i srednjeg formata, s jasnim *beach lifestyle* konceptom.
- *outdoor*, obitelj, gastro događanja: Cambrils se ističe biciklističkim rutama, juniorskim sportskim kampovima, gastro manifestacijama poput "Ruta de Tapas", street food događanjima te obiteljskim programima na plaži i šetnicama
- model za rješavanje sezonalnosti.

Cambrils je produljio sezonu sistemskim uvođenjem **sportskih, wellness, edukativnih i gastro programa**, kao što su **biciklističke i triatlonske manifestacije u proljeće i jesen, tapas days, događanja** za djecu, digitalna promocija i popusti.

Vodice su pokrenule slične pilot projekte, ali Cambrils nudi dokazanu matricu o tome kako produljiti popunjenost izvan ljetne špice sustavnom segmentacijom proizvoda, uključivanjem lokalne zajednice, digitalnim marketingom i suradnjom sa školama/klubovima.

Funkcionalna komunalna i digitalna infrastruktura: Cambrils ima digitalne informacijske panele na plaži, otvorene Wi-Fi točke, *bike & fitness* zone, senzorsko praćenje popunjenosti, kvalitetnu infrastrukturu i ugostiteljske objekte uz plaže koji rade tijekom cijele godine.

Cambrils je pozitivan europski primjer jer je **dokazao kako se od malog ribarskog mjesta**, uz personaliziranu ponudu, komunalno uređenje, *event-management*, digitalizaciju i gastro/*outdoor* niše **može stvoriti destinacija s visokom popunjenošću, zadovoljstvom gostiju, produljenom sezonom i autentičnim destinacijskim identitetom.**

Situacijska analiza / identifikacija izazova

Segmentacija i tematska diversifikacija plaža:

- implementirati jasnu funkcionalnu podjelu plaža na obiteljske, *wellness/relax*, sportske i gastro-animacijske zone, uz precizno zoniranje, infrastrukturu i digitalnu signalizaciju radi optimizacije doživljaja tijekom cijele godine
- postaviti specijalizirane sadržaje (dječje zone, *outdoor fitness*, mirne *wellness* plohe, *street food* sekcije) u skladu s profilima korisnika, uz digitalni prikaz popunjenosti i dostupnosti.

Brendiranje *wellness* segmenta i zdravstveni paket:

- uspostaviti koordinirani destinacijski brend „Wellness by the Sea” suradnjom vodećih hotela, poliklinika i *wellness* centara

- kreirati cjelogodišnje *wellness*, *spa*, *yoga*, vitalnost i zdravstvene/*outdoor* pakete, fokusirajući se na predsezonske i posezonske periode te segmentirane *online* promocije za tržište zdravlja, *slow travel* i senior turizma.

Gastro inovacija i manifestacijski menadžment:

- integrirati lokalne konobe i restorane kroz sustav partnerstva s *chefovima*, *sommelierima*, vinarima i OPG-ovima. Naglasak na ribljim specijalitetima kao tradiciji ribarskog sela iz povijesti.
- organizirati seriju *fine dining* evenata, *gourmet* festivala, *masterclass* radionica i tematskih tjedana, privući *gourmet* nišne grupe kroz ciljane digitalne kampanje i destinacijski *storytelling*.

Outdoor i sportski program:

- proširiti biciklističke i pješačke rute i integrirati ih s regionalnim sustavom aktivnosti, uz digitalne vodiče i aplikacije za personalizirano planiranje, *booking* i praćenje *outdoor* aktivnosti
- implementirati sustav otvorenih sportskih i edukacijskih radionica, *bike/sport events* i *family outdoor weekends* kao dodatnu cjelogodišnju ponudu.

Event line-up i digitalna destinacijska platforma:

- izraditi cjelogodišnji kalendar događanja s fokusom na *wellness*, *outdoor*, *family*, gastro i kulturne *events*, dostupan kroz multimedijalnu *online* platformu, s *bookingom* i personaliziranom komunikacijom
- digitalizirati informiranje o svim eventima, sadržajima i novostima kroz aplikacije, QR kodove i *multichannel* marketing.

Održivost, ekoinovacije i pametno upravljanje resursima:

- implementirati *smart beach* sustav s digitalnim upravljanjem kapacitetima (brojači gostiju, prikaz gužvi, digitalne ekosignale), automatsku analizu kvalitete okoliša i usluge, te pojačati edukaciju lokalnih dionika i gostiju o ekološkim praksama
- uvesti monitoring i reporting okolišnih i uslužnih parametara za transparentnu evaluaciju destinacijske kvalitete.

Očekivani strateški učinci:

- produljena sezona i optimizacija popunjenosti: strukturna diverzifikacija proizvoda i precizno segmentirani sadržaj omogućuju povećanje predsezonske/posezonske popunjenosti uz privlačenje *wellness*, *gourmet* i *outdoor* niša
- rast prihoda po gostu: *premium* i *event* orijentirane ponude, ciljano vođene manifestacije i zaokruženi *wellness/gourmet* paketi dokazano podižu razinu potrošnje i kvalitetu segmenta posjetitelja
- jača prepoznatljivost i reputacija: Vodice se pozicioniraju kao destinacija s visoko diferenciranim, inovativnim i brendiranim *beach lifestyle* proizvodima, uz *premium wellness*, gastro i *outdoor* iskustva.
- održivost i zadovoljstvo zajednice: inovativna rješenja reduciraju sezonski pritisak, štite okoliš, povećavaju kvalitetu života lokalnih dionika te stvaraju dugoročnu konkurentnost destinacije.

Atraktivnost i regionalna tržišna konkurentnost Vodica

1. Pozicioniranje Vodica u županiji

Vodice su, nakon Šibenika, među najrazvijenijim i neprepoznatljivijim turističkim destinacijama u Šibensko-kninskoj županiji, s izrazito snažnim brendom, bogatom manifestacijskom scenom i razvijenom privatnom smještajnom infrastrukturom. Njihova se atraktivnost temelji na kombinaciji kupališnog, zabavnog, kulturnog, *outdoor* i eno-gastro turizma, uz dugu turističku tradiciju i visoku sezonsku koncentraciju posjetitelja.

2. Glavni konkurenti u županiji

Tablica 78: Analiza s konkurentima u županiji

Destinacija	Posebnosti / pozicioniranje
Šibenik	Urbaniziran, vodeći kulturni centar regije: UNESCO kulturna baština, gradski turizam, tvrđave, snažna festivalska scena, segment urbane kulture i kongresnog turizma.
Primošten	<i>Premium</i> smještaj, mirna destinacijska atmosfera, fokus na eno-gastro segment, <i>Mediterranean slow tourism</i> , limitirane manifestacije, naglasak na ekskluzivnosti i personaliziranom odmoru.
Murter – Kornati	Nautički turizam, NP Kornati, eko-aktivna destinacija, sinergija s robinzonskim, aktivnim i <i>outdoor</i> turizmom, samoodrživo upravljanje resursima, <i>gateway to nature</i> za nautičare i ljubitelje netaknutih otoka.
Skradin & NP Krka	Izletnički i prirodni turizam, kratki boravci s fokusom na interpretaciju NP Krka, održivo pozicioniran kroz vinarske rute, lokalnu gastronomiju i ruralne kulturne manifestacije, <i>gateway koncept</i> do Nacionalnog parka.
Biograd na Moru	Multifunkcionalni centar nautičkog, aktivnog i obiteljskog turizma; tradicija regatnih i sportskih događanja; gradske plaže s Plavom zastavom, razrađenima sadržajima i ekološkim priznanjima; visokorazvijena marina; konkurentno pozicionirana <i>event</i> destinacija; sportsko-rekreativne infrastrukture (tenis, biciklizam, jogging, vođeni sportovi); cjelogodišnji calendar događanja (fešte, ribarske i <i>gourmet</i> manifestacije); optimalan omjer privatnog i hotelskog smještaja uz blizinu triju nacionalnih parkova (Kornati, Krka, Paklenica) i dvaju parkova prirode (Telašćica, Vransko jezero); dostupnost magistrale, trajekata i blizina autoceste; bogata kulturna scena i kontinuirana interpretacija povijesti kroz muzej, pješačku rutu i edukativne aktivnosti.

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, vanjski izvori, obrada autora

Analiza atraktivnosti ključnih turističkih proizvoda

Vodice svoj budući rast baziraju na inovativnoj segmentaciji, pametnom upravljanju nosivim kapacitetom, profiliranju cjelogodišnjih proizvoda i implementaciji digitalnih alata. Diversifikacija ponude, integracija *wellness* i MICE segmenta, uz jačanje gastronomije, *outdoora* i *signature evenata*, trebaju biti strateški prioritet za podizanje konkurentnosti i prepoznatljivosti na mediteranskom tržištu.

Tablica 79: Analiza atraktivnosti turističkih proizvoda Vodica, matrica s naglaskom na razvojne perspektive, ključne komparativne snage te strateške preporuke

Turistički proizvod	Atraktivnost	Ključni aduti (Snage)	Ograničenja / Slabosti	Perspektiva razvoja / Preporuka strateškog razvoja
Morski i plažni turizam	Izrazito visoka	Primarni motiv dolaska; prepoznatljivost urbane gradske plaže; segmentacija za ciljane skupine	Ograničen kapacitet u špici sezone	Tematizacija i funkcionalno zoniranje plaža, digitalna kontrola opterećenja
Hotelski smještaj	Visoka	Hoteli uz samu obalu, kongresni, sportski, <i>wellness</i> proizvod; prepoznatljivost	Sezonalnost, manjak kapaciteta za velike grupe, ograničeni <i>premium segment</i>	Diversifikacija kroz MICE, zdravstveni i sportski segment, cjelogodišnji rad
Privatni smještaj	Visoka	Najveći udio u smještaju. Domaćini uglavnom lokalni stanovnici, gostoljubivost	Neujednačena kvaliteta, rizik sive ekonomije, nerealan odnos cijene i kvalitete	Standardizacija, certificiranje kvalitete, edukacija domaćina, digitalne platforme
Gastro & eno turizam	Visoka	Autentična ribarska tradicija, povezanost s vinarima i maslinarima, lokalna scena	Fragmentiranost, nedovoljna međunarodna prepoznatljivost	Jačanje "Vodice <i>Gourmet</i> " identiteta, razvoj gastro ruta i serije <i>signature eventa</i>
Outdoor & aktivni turizam	Visoka	<i>Biking, trekking</i> , povoljna prirodna konfiguracija, sportski eventi	Infrastrukturne barijere u zaleđu, nema ugovorenog kontinuiranog održavanja, slaba integracija sa smještajnom ponudom	Sustav digitalnih vodiča, integrirani <i>bike & hike</i> paket, promocija na sajmovima
Tematske plaže i zone	Visoka	Posebna iskustva: <i>family, pet friendly, party, wellness</i>	Potreba dodatnog ulaganja	Jasno profilirana diferencijacija tematskih zona i ciljanih marketinških kampanja
Wellness & spa destinacija	Srednja	Postojeći hotelski <i>wellness</i> prostori, rast trenda <i>well-beinga</i>	Nedostatak tržišno konkurentnih paketa i brendiranja	Razvoj, tj. integracija <i>medical wellnessa</i> ,

				<i>wellness retreati, cross-selling s hotelima</i>
Kongresni i event turizam	Visoka	Blizina urbanih čvorišta, multifunkcionalne dvorane, potencijal za sportske i poslovna događanja	Hoteli Olympia najsnažnije razvijaju kao cjelogodišnji proizvod (10 mjeseci)	Razvoj <i>boutique</i> kongresnog i sportskog segmenta, <i>signature eventi</i>
Kulturna baština i suveniri	Srednja–visoka	Povijesna jezgra, crkve, kvalitetne domaće suvenirnice i autentična lokalna proizvodnja	Ograničena digitalna interpretacija, potencijal tematizacija <i>storytelling</i>	Digitalna interpretacija, kreativni suveniri, kulturne rute i kulturni <i>storytelling</i>
Nautički turizam	Izrazito visoka	Moderna marina, visokoplatežni segment, <i>charter</i>	Konkurencija i manjak diversificiranih sadržaja u marini i sadržaja nakon što gosti dođu u luku	Razvoj tematskih nautičkih tura, <i>wine & dine</i> ponuda za nautičare, sinergija s <i>outdoor</i> segmentom
Ruralni turizam	Srednja–visoka	Ruralno zaleđe, maslinici, vinogradi, poljoprivredna tradicija	Slaba infrastruktura, nedovoljna integracija ponude u destinacijsku sliku	Agroturizam, doživljaj uživanja u prirodi i hrani, razvoj eko ponude i <i>cross</i> promocija
Zdravstveni turizam	Srednja	Kvalitetna poliklinička i dentalna usluga, mediteranska klima, potencijal za medicinski <i>wellness</i>	Nedovoljna prilagođenost destinacije (zimi malobrojni ug. objekti rade, gosti dolaze u Vodice)	Razvoj klastera, <i>premium medical wellness</i> paket, sinergija s <i>wellness</i> objektima. Otvoren dogovoreni minimum ug. objekata cijele godine (plan otvaranja javno objavljen).
Događanja i festivali	Visoka	Ljetni koncerti, ribarske i tematske fešte te razni <i>eventi</i> kroz godinu, bogata manifestacijska scena	Visoka koncentracija događanja ljeti, slabije izvan špice, potreba za <i>signature eventima</i>	Razvoj autentičnih festivala i cjelogodišnjih tematskih programa

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, vanjski izvori, obrada autora

2.12. Izvješće o provedenoj analizi stanja destinacije

Provedena analiza stanja destinacije Vodice obuhvaća temeljit pregled postojećih resursa, turističke ponude, infrastrukture, organizacije upravljanja, trendova potražnje, stavova stanovnika i gostiju te procjenu izazova i razvojnih potencijala. Analiza je pokazala visoku kvalitetu života, raznovrsnu ponudu i stabilan turistički identitet, ali i naglašene izazove poput sezonalnosti, pritiska na infrastrukturu, digitalne transformacije, apartmanizacije, dostupnosti stambenog prostora te neujednačene razine kvalitete smještaja i dostupnosti za osobe s invaliditetom.

Glavne prednosti destinacije su prirodna atraktivnost, dobra prometna povezanost, raznovrstan smještaj i bogata kulturna ponuda, dok su ključne slabosti nedostatak moderne digitalne infrastrukture, zvučno i prometno opterećenje te niska razina standardiziranog pristupa edukaciji, inkluzivnosti i održivosti. Stanovnici procjenjuju zadovoljstvo životom vrlo visoko, ali ističu nedostatak parkinga, prevelik broj apartmana i potrebu za ravnomjernijom ponudom sadržaja tijekom cijele godine. Analizom su identificirani strateški prioriteti: podizanje kvalitete smještaja, digitalna transformacija destinacije, razvoj selektivnih i cjelogodišnjih oblika turizma, implementacija zelenih politika, edukacija kadrova te jačanje participativnog upravljanja i promocije autentičnosti destinacije Vodice.

2.13. Potencijal za razvoj i podizanje kvalitete turističkih proizvoda

Razvoj novog proizvoda - Faust Vrančić

Razvoj novog destinacijskog proizvoda tematski posvećen Faustu Vrančiću, jednom od najvažnijih europskih izumitelja u razdoblju renesanse, zasniva se na viziji inovativnog, edukativnog i atraktivnog sadržaja koji povezuje tehničku baštinu s modernim iskustvima i potrebama suvremenih gostiju. Projekt usmjeren na izume, viziju i tehničku ostavštinu Fausta Vrančića ima potencijal učiniti Vodice prepoznatljivim mjestom okupljanja za sve generacije: od posjetitelja željnih znanja, obitelji, škola i mladih, do stručnjaka i inženjera iz raznih zemalja.

Posebno je važno što Vodice već okupljaju ključne dionike iz lokalne zajednice i turističkog sektora, koji u potpunosti prihvaćaju ovu temu i aktivno podržavaju implementaciju novog proizvoda. Suradnja s Memorijalnim centrom „Faust Vrančić” na Prviću, Gradom Vodicama, kulturnim ustanovama, ugostiteljima, edukatorima i privatnim sektorom osigurava sinergiju resursa, jača identitet destinacije, autentičnost interpretacije te održivost u dugoročnom razvoju turističke ponude. Važna je suradnja s osnovnim školama, koje su izrazile spremnost da se djeca intenzivno educiraju o izumima Fausta Vrančića i da se putem edukativnih programa, u svim segmentima gdje je to moguće, intenzivnije obrađuje ova tema. Znanje je osnova za takav razvoj proizvoda.

Ovakva **multidisciplinarna podrška tematskom razvoju vezanom uz Fausta Vrančića jamči visok stupanj društvene relevantnosti** te mogućnost pozicioniranja Vodica kao središta tehničkih i turističkih inovacija na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Modernom razradom i partnerskim povezivanjem Vodice postaju inovacijski *hub* – mjesto okupljanja kreativaca, stručnjaka i inovatora. To podiže imidž, privlači investicije, generira nove sadržaje i otvara destinaciju internacionalnim gostima te znanstveno-stručnoj zajednici, uz održivost, edukaciju i razvoj lokalnog gospodarstva.

Animacijski programi vezani uz temu Fausta Vrančića mogu modernizirati prezentaciju njegove ostavštine i aktivno uključiti posjetitelje u edukaciju, zabavu i inovacije. Prijedlog animacijskih programa na temu Fausta Vrančića može se oblikovati kroz niz inovativnih i interaktivnih sadržaja koji ujedno čuvaju baštinu i potiču kreativnost te su zamišljeni su kao polazište za razradu kreativnog operativnog tima. Kao jedna od ideja ističu se dječje radionice pod nazivom „Mali izumitelji”, gdje bi najmlađi mogli izrađivati minijature padobrane, mostove, mlinove i druge modele iz „Machinae novae”, testirati ih i prezentirati kroz igru i istraživanje, uz vodstvo animatora i edukatora. Za starije uzraste može se osmisliti STEM Inovatorski kamp, višednevni program s temom tehničke baštine, gdje bi mladi radili na funkcionalnim prototipovima i sudjelovali u aktivnostima poput robotike, 3D printanja i programiranja inspiriranih Vrančićevim rješenjima.

Poseban naglasak mogao bi biti i na edukativnim, vođenim turama koje bi imale oblik interaktivnih šetnji s demonstracijama povijesnih strojeva, multimedijalnim sadržajima i pokusima, čime se povijesna znanost približava publici na moderan i atraktivan način. Jedan od prijedloga je obiteljski dan osmišljen za sudjelovanje svih generacija u natjecanjima, grupnim testiranjima konstrukcija mostova, simulacijama spuštanja padobranom ili sudjelovanju u virtualnim modelima Vrančićevih izuma. Na otvorenim gradskim lokacijama mogao bi se realizirati „Izumiteljski show“ u obliku scenskih programa i animacija, s glumcima u kostimima, glazbom, pokretne instalacije i prezentaciju ključnih Vrančićevih izuma u upečatljivom javnom događaju.

Kao kruna cijelog koncepta, predlaže se godišnji Festival inovacija pod nazivom „Machinae novae“ koji bi okupio škole, inovatore, startupove i studente s njihovim radovima te uključivao stručna predavanja, interaktivne prezentacije i izložbe, čime bi se stvorila platforma za susret znanstvene i kulturne zajednice. Ovi programi vezani su uz baštinu Fausta Vrančića, autora prvog funkcionalnog padobrana „Homo volans“, projekata visećih i kovinskih mostova, inovacija vođenih i vjetrenih mlinova, idejnih rješenja za konstrukcije poput plosnate elastične opruge i zamašnjaka, koje su preteča suvremenih prometnih, energetskih i tehničkih sustava.

Sve ove ideje imaju potencijal povezivanja u koherentnu cjelinu koja objedinjuje kulturnu baštinu, STEM edukaciju i zabavne sadržaje za različite ciljane skupine, ističući Fausta Vrančića kao simbol vizionarstva i inovativnosti te polazište za moderan, atraktivan i održiv program.

Faust Vrančić može se kreativno povezati s destinacijskim temama maslinarstva, *outdoor* aktivnosti, mora, gastronomije i *wellnessa* stvarajući jedinstven narativ koji spaja tehničku baštinu s identitetom destinacije. Vrančić je, uz slavne izume, poznat i po „tošu za masline“, originalnom uređaju za lakše prešanje i obradu maslina, što otvara mogućnost tematskih radionica i demonstracija maslinarske tehnologije povezanih s degustacijama i interpretacijama lokalnih proizvoda. Njegova inovativna rješenja, poput visećih mostova i pomičnih mlinova, mogu inspirirati adrenalinske *outdoor* programe uključivanjem, primjerice, tematskih biciklističkih ruta ili vođenih pješačkih ture koje prolaze uz mostove, mlinove te autentične tehnološke instalacije, nudeći spoj povijesti, prirode i aktivnog boravka na otvorenom.

Kroz tematizaciju Vrančićevih izuma za korištenje energije mora i vjetera mogu se osmisliti edukativni programi vezani uz ekologiju i održivo upravljanje obalnim prostorima, uz interpretaciju povijesnih plimnih mlinova i vjetroturbina te prezentaciju lokalnih ribarskih i pomorskih tradicija. Gastronomski sadržaji mogu uključivati iskustvene radionice koje povezuju tradiciju maslinarstva, priprema jela s maslinovim uljem te demonstracije povijesnih uređaja, uz *storytelling* o inovacijama koje su olakšale svakodnevni život na Mediteranu. Spa i *wellness* segment može se nadahnuti Vrančićevom idejom optimizacije energije i korištenja prirodnih resursa, nudeći koncept *slow wellnessa* – programe opuštanja u okruženju maslinika, uz elemente aromaterapije, relaksacije i inovativnog pristupa zdravlju temeljenog na sinergiji prirode i tehnoloških rješenja.

Navedeni integrirani pristup spaja bogatstvo znanstvene ostavštine Fausta Vrančića s autentičnim turističkim iskustvima, profilirajući destinaciju kao prostor inovacija, tradicije i održivog užitka za sve generacije.

Atrakcija u obliku adrenalinskog parka tematski posvećenog izumima Fausta Vrančića

Atrakcija može sadržavati brojne elemente koji će povezati tehničku baštinu s interaktivnom zabavom i edukacijom za sve uzraste.

Tablica 80: Primjer konkretnih elemenata inspiriranim Faustovim izumima i temama

Naziv elementa	Opis korištenja ili doživljaja
Padobranski <i>zipline</i>	Spuštanje sajlom s visine, inspirirano „Homo volansom“
Viseći lančani most	Prelaženje preko stabilne lančane konstrukcije
Žičara preko određene prepreke	Vožnja žičarom za adrenalinsku avanturu
Mlin na vjetar	Penjanje na repliku vjetroturbine s pomičnim krovom
Plimni mlin simulator	Interaktivna instalacija s igrom simulacije vodenih tokova
Toč za masline	Demonstracija i natjecanje u prešanju maslina
Most od zvonovine	Penjanje i balansiranje na konstrukciji mosta od bronce
Elastična opruga	Poligon s elementima za skakanje i balansiranje
Zamašnjak ravnoteže	Igra ravnoteže na rotirajućem kotaču s utegom
<i>Outdoor</i> biciklistička ruta	Tematska staza kroz parkove uz izume Vrančića
Interaktivna edukativna stanica	QR kodovi, tableti i prezentacije Vrančićevih inovacija

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica, vanjski izvori, obrada autora

3. Pokazatelji održivosti

3.1. Metodologija prikupljanja podataka

1. Izvori i vrste podataka

Metodologija se provodi temeljem smjernica Miistarstva turizma i sporta, a temelji se na kombinaciji:

- primarnih podataka – prikupljenih anketnim istraživanjima među turistima, dnevnim posjetiteljima i lokalnim stanovništvom (npr. P1–P11 set pokazatelja),
- sekundarnih podataka – preuzetih iz administrativnih izvora (DZS, eVisitor, MINTS, HZZ, komunalna poduzeća, Porezna uprava i javne ustanove).

Glavni izvori:

- Državni zavod za statistiku (DZS) – demografski i gospodarski pokazatelji, popisi stanovništva, pokazatelji zapošljavanja;
- eVisitor – podaci o turističkim dolascima i noćenjima;
- Javni isporučitelji usluga (vodovod, komunalna poduzeća) – potrošnja vode, energenata i količine otpada;
- Lokalne jedinice (JLS) – prostorni planovi, planovi održivog razvoja, lokalne odluke o korištenju prostora;
- Ankete – provedene posebno za mjerenje percepcijskih pokazatelja među stanovništvom (kvaliteta života, stav prema turizmu, socijalni učinci).

2. Načelo zoniranja i reprezentativnosti

Podaci se prikupljaju i analiziraju za:

- pojedinačne JLS-ove unutar destinacije, ako destinaciju čini više upravnih jedinica,
- prostorne zone (npr. središnja urbana, priobalna i rubna zona),
- usporedne jedinice (naselja, turističke zone, plažni sektori).

Uzorci u anketnim istraživanjima formiraju se prema:

- dobnoj i spolnoj strukturi,
- duljini boravka i domicilnom statusu,
- razini obrazovanja i djelatnosti,
- ekonomskoj aktivnosti u turizmu.

3. Periodičnost i vremenski horizont

- Period prikupljanja: u skladu sa smjernicama MINTS.
- Vremenski horizont pokazatelja je u pravilu jednogodišnji (praćenje tijekom kalendarske godine), s posebnim naglaskom na vršnu sezonu (srpanj–kolovoz) zbog najvećeg pritiska turizma.
- Usporednost se osigurava korištenjem istih metodoloških instrumenata u svakom ciklusu.

4. Tehnička i analitička obrada

- Svi podaci se obrađuju u skladu s metodološkim preporukama Ministarstva turizma i sporta, Europske komisije (ETIS – European Tourism Indicator System) i UN tourism (MST – Measuring the Sustainability of Tourism).
- Kvantitativni podaci izražavaju se u postotnim udjelima, indeksima i relativnim pokazateljima.
- Kvalitativni pokazatelji prikupljeni anketama analiziraju se deskriptivnom statistikom i kategorijskim modelom.

Sadržaj i preporuke Plana temelje se na analitičkoj obradi dostupnih podataka, zakonodavnom okviru RH i EU, iskustvu stručnog tima, relevantnoj strateškoj dokumentaciji te kontinuiranoj suradnji i razmjeni znanja s dionicima na lokalnoj i nacionalnoj razini. Svaka analiza, mjera i preporuka u ovom dokumentu oblikovana je u skladu s važećim propisima, etičkim pravilima te profesionalnim standardima iz područja destinacijskog menadžmenta, bez korištenja neautoriziranih, agregiranih ili neoriginalnih izvora. Plan u potpunosti poštuje autorska i intelektualna prava, osiguravajući stručnu vjerodostojnost i transparentnost u svakom segmentu

njegove izrade. U izradi dokumenta korišteni su alati za asistiranu obradu i analizu podataka, pri čemu su svi sadržaji prošli provjeru autentičnosti i usklađenosti s profesionalnim i etičkim standardima.

3.2. Analiza prikupljenih podataka

Analiza pokazatelja predstavlja proces kojim se prikupljeni kvantitativni i kvalitativni podaci pretvaraju u spoznaje o stvarnom stanju održivosti destinacije. Kroz usporedbu ekonomskih, društvenih, okolišnih i prostorno-upravljanih podataka procjenjuje se koliko turizam pridonosi kvaliteti života lokalnog stanovništva i stabilnosti okoliša. Na temelju tih informacija moguće je prepoznati pozitivne trendove, poput rasta prihoda i poboljšanja infrastrukture, ali i negativne učinke poput gentrifikacije, sezonalnosti i prekomjerne potrošnje resursa. Analizom pokazatelja stvaraju se temelji za planske odluke, definiranje razvojnih prioriteta i upravljanje rizicima. Time analiza postaje ključni alat u donošenju održivih politika koje uravnotežuju gospodarski razvoj s očuvanjem prostora i društvene kohezije.

3.3. Praćenje održivosti

Tablica 81: Popis i metodološka tablica obveznih pokazatelja održivosti:

Područje održivosti : 1. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI				
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom				
Pokazatelj	Rezultat:			
1.1.1.ZL-1 Broj turističkih noćenja na stotinu stalnih stanovnika u vrhu turističke sezone	152,92			
1.1.2. ZL-2 Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom	Kategorija stanovnika	Udio populacije	Stav o turizmu	Procjena zadovoljstva
	Stanovnici koji ostvaruju prihode od turizma	65%	Uglavnom pozitivan utjecaj na kvalitetu života	70% zadovoljnih

	Stanovnici koji ne ostvaruju prihode od turizma	35%	Djelomično negativan ili neutralan stav	45% zadovoljnih	Visoka razina zadovoljstva ukupnim životom u destinaciji (4,85/7) pokazuje da turizam i dalje doprinosi općoj kvaliteti života, no lokalno stanovništvo sve više izražava zabrinutost zbog intenziteta i prostornog pritiska turizma.
Kod pokazatelja / tematsko područje 1.2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom					
1.2.1. ZT-1 Zadovoljstvo cjelokupnim boravkom u destinaciji	Element	Ocjena 6	Ocjena 7	Ukupno odgovor a	Postotak zadovoljnih
	Atmosfera/ugodaj (P4)	10	18	33	84,85%
	Gastronomija (P5)	17	8	33	75,76%
	Događanja/manifestacije (P6)	13	11	33	72,73%
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.3. Pristupačnost destinacije					
1.3.1 PD-1 Udio atrakcija (lokaliteta) pristupačnih osobama s invaliditetom	332,17				
Kod pokazatelja / tematsko područje: 1.4. Sigurnost destinacije					
1.4.1. SD-1 Broj organiziranih turističkih ambulanti	1				
Područje održivosti : 2. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI					
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.1. Upravljanje vodnim resursima					
2.1.1. UVR-1 Omjer potrošnje vode po turističkom noćenju u odnosu na prosječnu potrošnju vode po stalnom stanovniku destinacije	1,87				
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.2. Gospodarenje otpadom					
2.2.1. Količine komunalnog otpada nastale po noćenju turista i količine otpada koje generira stanovništvo u destinaciji (tone)	332,17				
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.3. Zaštita bioraznolikosti					
2.3.1. BR-1 Udio zaštićenih područja u destinaciji u ukupnoj površini destinacije (ukupno i pojedinačno po kategoriji zaštite)	1,12				
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.4. Održivo upravljanje energijom					

2.4.1. UEN-1 Omjer potrošnje električne energije po turističkom noćenju u odnosu na potrošnju električne energije stalnog stanovništva		-8,16	
Kod pokazatelja / tematsko područje: 2.5. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama			
2.5.1. UPK-1 Uspostavljen sustav za prilagodbu klimatskim promjenama i procjenu rizika		DA	
Područje održivosti: 3. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA EKONOMSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.1. Turistički promet			
3.1.1. Ukupan broj dolazaka turista u mjesecu s najvećim opterećenjem	ekonomski	TP-1 – turistički promet	38 961
3.1.2. Prosječna duljina boravka turista u destinaciji	ekonomski	TP-2 – turistički promet	4,9
Kod pokazatelja / tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu			
3.2.1. Ukupan broj zaposlenih u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-1 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	470
3.2.2. Poslovni prihod gospodarskih subjekata (obveznika poreza na dobit) u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	ekonomski	PGS-2 – poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu / turistički promet	340 MIL EUR
Područje održivosti : 4. OBVEZNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE I ORGANIZACIJU TURIZMA			
Kod pokazatelja / tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura			
4.1. 1. Identifikacija i klasifikacija turističkih atrakcija	prostorni/u pravljanje	TI-1 – turistička infrastruktura	U PRIVITKU
4.2. Održivo upravljanje destinacijom 4.2.1. Status implementacije aktivnosti iz plana upravljanja destinacijom	prostorni/u pravljanje	OUD-1 – održivo upravljanje destinacijom	NE

4.3. Održivo upravljanje prostorom 4.3.1. Broj ostvarenih noćenja u smještaju u destinaciji po hektaru izrađenog građevinskog područja JLS-a	prostorni/u pravljanje	OUP-2 – održivo upravljanje prostorom	575,5479715
---	------------------------	---------------------------------------	-------------

Tablica 82: Popis i metodološka tablica specifičnih pokazatelja održivosti

Pokazatelj		Rezultat
Područje održivosti 1. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA DRUŠTVENE ASPEKTE ODRŽIVOSTI		
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.1. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva turizmom		
1.1.1. SZL-1 Utjecaj turizma na kvalitetu života lokalnog stanovništva		51% stanovnika Vodica smatra da turizam pozitivno utječe na njihovu kvalitetu života.
1.1.2. SZL-3 Udio stanovnika koji imaju pozitivno odnosno negativno mišljenje o utjecaju turizma na identitet mjesta		Oko 45% stanovnika ukupno smatra da turizam pozitivno utječe na identitet mjesta, dok oko 41% percipira njegovo narušavanje autentičnosti i tradicije.
1.1.3. SZL-4 Udio stanovnika pod umjerenim ili visokim stresom od turizma		26% stanovnika Vodica je pod umjerenim ili visokim razinama stresa zbog turizma, dok 74% navodi da turizam ima niski ili neutralni utjecaj na njihovu svakodnevnicu.
1.1.4. SZL-5 Promjena broja stanovnika u zadnjih pet godina u odnosu na promjenu broja turističkih noćenja		Nema službenog podatka.
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1. 2. Zadovoljstvo turista i jednodnevnih posjetitelja destinacijom		
1.2.1. SZT-1 Postotak ponovljenih/stalnih turista u smještajnim objektima destinacije		Oko 15% prema podacima dionika
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.3. Pristupačnost destinacije		
1.3.1. SPD-1 Udio pristupačnih smještajnih jedinica u destinaciji		0,175530981
1.3.2. SPD-2 Javno dostupne informacije o atrakcijama u turističkim i informativnim centrima		DA
1.3.3. SPD-3 Postotak pristupačnih linija javnog prijevoza u destinaciji za osobe s invaliditetom		Nema službene informacije.
Kod pokazatelja / Tematsko područje 1.4. Sigurnost destinacije		
1.4.1. SSD-1 Ukupan broj kaznenih djela i prekršaja prijavljenih policiji po mjesecima		633 ukupno godišnje

1.4.2. SSD-2 Udio turista koji su uložili prigovor kod policije	0
1.4.3. SSD-3 Sigurnosne mjere kao što su stanice prve pomoći na plažama/lokalitetima turističkih atrakcija	Da, 68%
1.4.4. SSD-4 Broj prometnih nesreća sa smrtnim ishodom na 1000 noćenja (turista i lokalne zajednice)	0
1.4.5. SSD-5 Broj podnesenih prijava zbog buke uzrokovane turističkim aktivnostima	Nema podatka
1.4.6. SSD-6 Remećenje javnog reda i mira prouzrokovano turističkom aktivnošću	3,58 u kolovozu
Područje održivosti : 2. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA OKOLIŠNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.1. Upravljanje vodnim resursima	
2.1.1. SUVR-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji poduzimaju akcije za smanjenje potrošnje vode	5%
2.1.2. SUVR-2 Sustav za pravovremenu reakciju na probleme s kvalitetom vode	DA
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.2. Gospodarenje otpadnim vodama	
2.2.1. SGOV-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste recikliranu vodu	0
2.2.2. SGOV-2 Udio otpadnih voda od noćenja turista u smještajnim objektima destinacije	100% Sekundarni sustav
2.2.3. SGOV-3 Propisi za postavljanje, održavanje i ispitivanje ispusta iz septičkih jama i sustava za pročišćavanje otpadnih voda i dokazi o njihovoj provedbi	DA
2.2.4. SGOV-4 Udio otpadnih voda destinacije tretiranih do najmanje sekundarne razine prije ispuštanja	1005
Kod pokazatelja / Tematsko područje 2.3. Gospodarenje otpadom	
2.3.1. SGO-1 Udio komunalnog otpada iz turističkih djelatnosti u odnosu na ukupni komunalni otpad destinacije	75% u kolovozu
2.3.2. SGO-2 Udio turističkih poslovnih subjekata koji razdvajaju različite vrste otpada	95%
2.3.3. SGO-3 Količina recikliranog otpada (postotak ili po stanovniku po godini)	153,3 kg/dan
2.3.4. SGO-4 Plan gospodarenja otpadom s ciljevima za smanjenje i održivo odlaganje	DA
2.3.5. SGO-5 Sprječavanje stvaranja otpada: plan smanjenja količine otpada od posluživanja hrane	Da, 10%

Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.4. Zaštita bioraznolikosti	
2.4.1. SZB-1 Razvijen sustav za zaštitu prirodne i kulturne baštine i lokaliteta	DA
2.4.2. SZB-2 Dostupne smjernice za ponašanje posjetitelja u destinaciji	DA
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.5. Održivo upravljanje energijom	
2.5.1. SOE-1 Udio turističkih poslovnih subjekata koji su implementirali rješenja za ublažavanje i prilagodbu klimatskim promjenama	20%
SOE-2 Postotak turista i jednodnevnih posjetitelja koji koriste različita prometna sredstva za dolazak na odredište	100%
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 2.6. Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama	
2.6.1. SUPK-1 Uspostavljene politike/sustav za poticanje smanjenja ovisnosti o fosilnim gorivima, bolju energetska učinkovitost i obnovljivu energiju	DA
2.6.2. SUPK-2 Razina onečišćenosti zraka u destinaciji	1. kvalitete
2.6.3. SUPK-3 Udio turističkih poslovnih subjekata koji koriste lokalno proizvedenu hranu, piće, dobra i usluge u destinaciji	10% koriste do 25% lokalnog
Područje održivosti : 3. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA GOSPODARSKE ASPEKTE ODRŽIVOSTI	
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.1. Turistički promet	
3.1.1. STP-1 Stopa popunjenosti u smještajnim kapacitetima	52%
3.1.2. STP-2 Prosječna dnevna potrošnja turista u eurima	Prosječna dnevna potrošnja od 112 € svrstava Vodice u gornju kategoriju hrvatskih priobalnih destinacija. Dominantni segment potrošnje je smještaj (69%), slijede ugostiteljske usluge i gastronomska ponuda (21%), te rekreacija i zabava (10%). Ovi rezultati pokazuju snažan potencijal platežno sposobnih gostiju, ali i potrebu za razvojem ponude s većom dodanom vrijednošću izvan osnovnih turističkih usluga.
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 3.2. Poslovanje gospodarskih subjekata u turizmu	
3.2.1. SPGS-1 Produktivnost rada u Području I - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane	6.161.556 Novostvorena vrijednost
3.2.2. SPGS-2 Bruto dodana vrijednost ostvarena u Području I - pružanje smještaja, priprema i usluživanje hrane	6.161.556 iskazuje se novostvorena vrijednost, Izvor: Fina

3.2.3. SPGS-3 Udio malih i srednjih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	1-Mikro 71, udio 16,28% 2-Mali 5, Udio 12,50%
3.2.4. SPGS-4 Udio poduzeća u području I koja su u pretežitom domaćem vlasništvu	Nemamo podatak.
3.2.5 SPGS-5 Postotak muškaraca i žena zaposlenih u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Nemamo podatak.
3.2.6. SPGS-6 Zaposlenost u području i djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane prema dobi, stupnju obrazovanja te vrsti ugovora	470 zaposlenih prema zaposlenim po satima rada.
3.2.7. SPGS-7 Postotak nedomencilnih radnika zaposlenih u području I Djelatnost pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane	Nemamo podatak.
Područje održivosti : 4. SPECIFIČNI POKAZATELJI ODRŽIVOSTI KOJI MJERE UTJECAJ TURIZMA NA PROSTORNE ASPEKTE ODRŽIVOSTI DESTINACIJE	
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.1. Turistička infrastruktura	
4.1.1. STI-1 Broj ugostiteljskih objekata aktivnih na 30.1. i 30.7 u odnosu na 100 stanovnika	Nema podatka.
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.2. Održivo upravljanje destinacijom	
4.2.1. Soud-1 Javno dostupan plan odgovora na krizne i izvanredne situacije u turizmu	DA
4.2.2. Soud-2 Specifična strategija za marketing izvansezonskih događanja i privlačenje posjetitelja tijekom cijele godine	NE
4.2.3. Soud-3 Efikasnost ostvarenja ciljeva strateškog planiranja u turizmu	Efikasnost ostvarenja ciljeva strateškog planiranja u turizmu za destinaciju Vodice iznosi 77,7%, što spada u kategoriju umjerene efikasnosti.
Kod pokazatelja / Tematsko područje: 4.3. Održivo upravljanje prostorom	
4.3.1. Soup-1 Broj kuća i stanova za odmor na 100 objekata u kojima se stalno živi	Prema Popisu 2021. (DZS) Kuće i stanovi za odmor: 3.670. Stalno nastanjeni stambeni objekti: 3.510. Visoka vrijednost 104,56 ukazuje na visok stupanj turističke transformacije prostora.
4.3.2. Soup-2 Smjernice, propisi i/ili politike za održivo korištenje prostora	DA
4.3.3. Soup-3 Razvijen i implementiran sustav praćenja i ublažavanja utjecaja turizma na atrakcije	DA

4.3.4. SOUP-4 Izrađene i implementirane smjernice upravljanja prostorom s ciljem zaštite resursa	DA
4.3.5. SOUP-5 Procjena pritiska razvoja turizma na kulturnu baštinu	DA

Tablica 83: Popis obveznih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Naziv pokazatelja	Izvor podataka	Rezultat		
1. Institucionalni i strateški okvir					
1.1. Stav o turizmu kao faktoru povećanja blagostanja stanovnika		Stavovi stanovnika	78%		
Smještajni kapaciteti					
1.2. Omjer broja kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor u odnosu na 100 stanovnika		Sekundarni	2,24 KREVETA		
1.3. Omjer broja kreveta u nekomercijalnom smještaju u odnosu na 100 stanovnika		Sekundarni	82 kreveta u nekomercijalnom smještaju na 100 stanovnika		
1.4. Omjer broja smještajnih objekata u domaćinstvu te kućama i stanovima za odmor u odnosu na broj stanova za stalno stanovanje		Sekundarni	u Vodicama dolazi oko 129 smještajnih objekata u domaćinstvu te kuća i stanova za odmor na 100 stanova za stalno stanovanje		
1.5. Broj kreveta u komercijalnom smještaju te kućama i stanovima za odmor na 100 m ² građevinskog područja naselja		Sekundarni	oko 0,55 kreveta na 100 m ² građevinskog područja naselja.		
1.6. Struktura smještajnih kapaciteta izrađena u postotnim udjelima	Sekundarni	Vrsta objekta			
		Broj kreveta			
		Udio u ukupnim kapacitetima (%)			
		Hoteli			
		Kampovi			
		Smještaj u domaćinstvu	12 276	80,7 %	
		Ukupno	15 211	100 %	
Turistička potražnja					

1.7. Intenzitet stacionarnog, komercijalnog i nekomercijalnog turizma kao omjer prosječnog broja turista po stanovniku u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	Omjer broja gostiju u vršnom trenutku (16 888) i broja stanovnika (8 649) iznosi 1,95.
1.8. Nezadovoljstvo zbog gužve na ulicama, trgovima, atrakcijama	Stavovi turista	Gotovo polovica posjetitelja (45,45%) uopće ne doživljava gužvu, dok manji postotak (oko 18%) primjećuje najveću zagušenost u gradskom središtu i uz obalnu šetnicu.
Resursno atrakcijska osnova		
1.9. Koncentracija materijalnih atrakcija na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Centralna povijesna jezgra (10 ha, 25 atrakcija) =2,5 → srednja koncentracija, ostalo niska koncentracija.
1.10. Koncentracija ugostiteljskih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Analiza prostorne organizacije ugostiteljske djelatnosti pokazuje da je koncentracija ugostiteljskih sadržaja u centru Vodica izrazito visoka, s dominantnim klasterima duž primarne obalne zone i u starogradskoj jezgri. Ta koncentracija zauzima približno 1,2 km obalne i pješačke zone te stvara visoku razinu sezonske ovisnosti i prostornog pritiska u vršnim mjesecima. Centar Vodica s vrijednošću 14,1 objekata/ha spada u vrlo visoku kategoriju koncentracije ugostiteljske aktivnosti, usporedivu s tipičnim mediteranskim turističkim "hotspotovima". U Vodicama postoji izrazita prostorna neujednačenost ugostiteljske ponude: oko 60% svih objekata smješteno je u centru i uz rivu, dok ostatak 40% pokriva čitavo ostalo gradsko područje. Ovakva koncentracija generira sezonske gužve, buku i prometni pritisak, ali istodobno stvara ekonomski epicentar turističke potrošnje. Preporučuje se plansko disperziranje ugostiteljskih sadržaja prema zonama Srime, Blata i zapadnog poteza Punte, uz stimulaciju kvalitativne nadogradnje postojećih centralnih prostora.
1.11. Kakvoća voda za kupanje na mjernim stanicama na	Sekundarni	More je 1. kvalitete

području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)		
1.12. Raspoloživa površina plaže po kupacu u danima vršne turističke sezone	Sekundarni	Godišnji prosjek za Vodice iznosi 6,4 m ² po kupacu, što spada u granično održivu kategoriju ("srednje do visoko opterećenje"). Ova vrijednost pokazuje da su plaže u Vodicama prostorno učinkovite i dobro upravljane izvan vrhunca sezone, no u srpnju i kolovozu dolazi do znatnog pada dostupnog prostora po korisniku (3–5 m ²), osobito na Plavoj i Hangar plaži.
1.13. Kakvoća zraka na mjernim stanicama na području destinacije tijekom razdoblja lipanj – rujan u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	1. kvalitete
1.14. Utjecaj turizma na izgled destinacije	Anketa lokalnog stanovništva	Na temelju anketnog istraživanja lokalnog stanovništva Vodica (362 ispitanika), izračun udjela stanovnika s pozitivnom percepcijom utjecaja turizma na izgled destinacije (PH2) proizlazi iz odgovora na pitanje o tome „postaje li mjesto uslijed turističkog razvoja ljepše ili ružnije“. 51% lokalnog stanovništva Vodica ima pozitivnu percepciju utjecaja turizma na izgled i uređenost mjesta.
1.15. Utjecaj turizma na korištenje javnog prostora	Stavovi stanovnika	54% stanovnika Vodica percipira da su ulice, trgovi, rive i zelene površine prikladniji za korištenje zahvaljujući turističkom razvoju.
1.16. Zadovoljstvo ljepotom i uređenošću mjesta (kulturni i prirodni aspekti) kao i glavnih atrakcija	Stavovi posjetitelja	Ukupan indeks zadovoljstva vizualnim i prostornim kvalitetama Vodica iznosi 73,7% (aritmetički prosjek triju pokazatelja), što potvrđuje da destinacija ima izrazito povoljnu percepciju među posjetiteljima, uz potrebu ciljane revitalizacije i boljeg upravljanja atrakcijama kako bi se dosegnula najviša razina konkurentnosti.
2. Okoliš		
2.1. Razina buke u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine u zonama	JLS	Nema javnih podataka.

mješovite namjene po danu i noći																				
5.2. Iritacija razinom buke u vrijeme turističke sezone	Anketa lokalnog stanovništva	Rezultat od 28% svrstava Vodice u kategoriju umjerene razine uznemirenosti bukom, što znači da je problem prisutan, ali prostorno i vremenski ograničen (pretežno u središtu mjesta i uz obalu).																		
5.3. Utjecaj buke na kvalitetu boravka	Anketa turista	Udio turista i jednodnevnih posjetitelja nezadovoljnih bukom u Vodicama iznosi 3,03%. Ovaj pokazatelj pokazuje minimalan negativan utjecaj zvučnih smetnji na doživljaj destinacije.																		
Prostor																				
6.1. Udio stambenih jedinica turističke namjene (komercijalni i nekomercijalni kapaciteti) u ukupnom broju stambenih jedinica	Sekundarni	<table><tr><th>Pokazatelj</th><th>Vrijednost</th><th>Izvor</th></tr><tr><td>Ukupan broj stanova (stambenih jedinica)</td><td>5.734</td><td>DZS – Popis 2021. (tablicaStambene jedinice po gradovima i općinama)</td></tr><tr><td>Ukupan broj nastanjenih stanova</td><td>3.010</td><td>DZS – Popis 2021.</td></tr><tr><td>Broj praznih / nenastanjenih stanova</td><td>2.724</td><td>Izračun (5.734 – 3.010)</td></tr><tr><td>Broj kućanstava</td><td>3.483</td><td>DZS – Popis 2021.</td></tr><tr><td>Broj stanovnika (Grad Vodice)</td><td>8.649</td><td>DZS – Popis 2021.</td></tr></table>	Pokazatelj	Vrijednost	Izvor	Ukupan broj stanova (stambenih jedinica)	5.734	DZS – Popis 2021. (tablicaStambene jedinice po gradovima i općinama)	Ukupan broj nastanjenih stanova	3.010	DZS – Popis 2021.	Broj praznih / nenastanjenih stanova	2.724	Izračun (5.734 – 3.010)	Broj kućanstava	3.483	DZS – Popis 2021.	Broj stanovnika (Grad Vodice)	8.649	DZS – Popis 2021.
		Pokazatelj	Vrijednost	Izvor																
		Ukupan broj stanova (stambenih jedinica)	5.734	DZS – Popis 2021. (tablicaStambene jedinice po gradovima i općinama)																
		Ukupan broj nastanjenih stanova	3.010	DZS – Popis 2021.																
		Broj praznih / nenastanjenih stanova	2.724	Izračun (5.734 – 3.010)																
		Broj kućanstava	3.483	DZS – Popis 2021.																
		Broj stanovnika (Grad Vodice)	8.649	DZS – Popis 2021.																
		<table><tr><th>Kategorija stanova</th><th>Broj</th><th>Postotak (%)</th><th>Opis</th></tr><tr><td>Stanovi za stalno stanovanje</td><td>3.010</td><td>52,5</td><td>korišteni od stalnih stanovnika</td></tr><tr><td>Stanovi za povremeno korištenje (vikendice, turistički najam)</td><td>2.400</td><td>41,9</td><td>značajan broj sekundarnih stanova</td></tr><tr><td>Napušteni / neuređeni stanovi</td><td>324</td><td>5,6</td><td>neupotrebljivi zbog starosti ili statusa vlasništva</td></tr></table>	Kategorija stanova	Broj	Postotak (%)	Opis	Stanovi za stalno stanovanje	3.010	52,5	korišteni od stalnih stanovnika	Stanovi za povremeno korištenje (vikendice, turistički najam)	2.400	41,9	značajan broj sekundarnih stanova	Napušteni / neuređeni stanovi	324	5,6	neupotrebljivi zbog starosti ili statusa vlasništva		
		Kategorija stanova	Broj	Postotak (%)	Opis															
		Stanovi za stalno stanovanje	3.010	52,5	korišteni od stalnih stanovnika															
Stanovi za povremeno korištenje (vikendice, turistički najam)	2.400	41,9	značajan broj sekundarnih stanova																	
Napušteni / neuređeni stanovi	324	5,6	neupotrebljivi zbog starosti ili statusa vlasništva																	
vodice imaju jedan od najviših udjela stanova povremene upotrebe na području Šibensko-kninske županije — gotovo 42% sveukupnog fonda.																				

		Ovakva struktura izravna je posljedica dugogodišnje apartmanizacije i orijentacije na turističku rentu, što utječe na priuštivost stanovanja i demografske trendove. Omjer od približno 1,64 stana po kućanstvu upućuje na višak stambenog fonda u odnosu na trajne potrebe stanovništva, ali i na izrazitu sezonsku namjenu velikog dijela fonda.
6.2. Maksimalni potencijal izgradnje na neizgrađenim i izgrađenim dijelovima građevinskog područja naselja mješovite namjene	Sekundarni	Obuhvat se mijenja, trenutno u proceduri.
6.3. Mogućnosti nove stambene izgradnje na neizgrađenim površinama mješovite namjene građevinskog područja naselja	Sekundarni	Obuhvat se mijenja, trenutno u proceduri
6.4. Utjecaj pretvaranja stanova u turističke apartmane na kvalitetu života u destinaciji	Anketa lokalnog stanovništva	Pretvaranje stanova u turističke apartmane u Vodicama već ima značajan negativan utjecaj na kvalitetu života po percepciji 48% stanovnika
Komunalna infrastruktura		
7.1. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - voda	Sekundarni	Prosječna dnevna potrošnja vode po stanovniku iznosi 0,164 m ³ /dan, odnosno 164 litre po osobi. Turisti prosječno troše 6,16 puta više vode po osobi dnevno nego stalni stanovnici Vodica tijekom mjeseca najvećeg opterećenja (kolovoz).
7.2. Vršno opterećenje i udio objekata u lancu turizma (hoteli, komercijalni i nekomercijalni smještaj, ugostiteljski objekti i sl. u vršnom opterećenju) - električna energija	1.-2. HEP-ODS 3.-4. – eVisitor 5. DZS, Naselja obuhvaćena mrežom javne vodoopskrbe i Statističko izvješće – Stanovništvo RH (godišnje procjene)	Ukupan udio smještajnog sektora (0,46%) u ukupnoj potrošnji pokazuje da je energetska utjecaj smještaja mali u odnosu na komunalnu i ugostiteljsku infrastrukturu. Ključni generatori potrošnje ostaju ugostiteljski objekti (cca 18%) i javna infrastruktura (oko 12%). U kolovozu smještajni kapaciteti Vodica troše oko 472 kWh dnevno, što predstavlja 0,46% ukupne potrošnje električne energije destinacije i 0,04 kWh po posjetitelju dnevno — pokazatelj energetske učinkovitosti turizma u zoni smještaja.

7.3. Broj djelatnika na održavanju javnih površina u odnosu na m ² javnih površina koje se održavaju	Komunalna tvrtka, sekundarni	Za 16 radnika koji održavaju javne površine, uključujući čišćenje i njegu zelenih površina, uz ukupnu površinu od 40 hektara (400.000 m ²), omjer djelatnika prema površini iznosi 1 radnik na 2,5 hektara ili 25.000 m ² javnih površina.
7.4. Kapaciteti (ljudski i tehnološki) za odvoz otpada	Sekundarni	Danas tvrtka Leć d.o.o. broji 45 stalno zaposlenih djelatnika, raspoređenih u četirima radnim jedinicama, a u ljetnim mjesecima im ispomoć pružaju sezonski zaposlenici. Dvadeset zaposlenih radi na poslovima odvoza i zbrinjavanja komunalnog otpada, 16 radnika održava javne površine, čisti i njeguje zelene površine, dvoje radnika je zaposleno na održavanju groblja i pružanju pogrebnih usluga, a jedan je zadužen za održavanje tržnice.
7.5. Iritacija neprimjereno odloženim otpadom tijekom turističke sezone	Analiza stavova stanovnika	34,9% stanovnika Vodica tijekom ljetne sezone osjeća iritaciju zbog neprimjereno odloženog otpada u prostoru
8. Prometna infrastruktura		
8.1. Procjena (ekspertna) kapaciteta prometne infrastrukture u odnosu na volumen prometa na odabranim pravcima/točkama u danima vršne turističke sezone		Nema.
8.2. Procjena kapaciteta i iskorištenosti parkirališta u razdoblju vršne turističke sezone	Sekundarni	U vršnim danima tijekom kolovoza, potražnja za parkiranjem premašuje kapacitet za više od 250%, odnosno ima 3,5 puta više vozila od dostupnih mjesta.
8.3. Iritacija gužvom u prometu tijekom turističke sezone	Stavovi stanovnika	50%) doživljava umjeren ili visok stupanj iritacije i smetnji u prometu tijekom ljetne sezone. Dodatna percepcijska zapažanja: Oko 88% stanovnika izjavljuje da povremeno (44%) ili često (44%) mijenja dnevne rutine kako bi izbjegli gužve i turiste. 35% ispitanika smatra da su njihove svakodnevne aktivnosti tijekom sezone značajno otežane, dok 37% ocjenjuje poteškoće umjerenima. Najproblematičnije zone gužvi: centar mjesta, kružni tok kod marine, lokacije uz glavne plaže (Hangar i Vruje) te ulazni pravci prema magistrali.

8.4. Zadovoljstvo prometom u mjestu	Zadovoljstvo turista	Prometna infrastruktura Zadovoljstvo prometom u mjestu Stavovi turista Više od polovice ispitanika (57,6%) smatra da prometne gužve nisu problem, a njih 24,2% navodi ih kao povremene, ali ne ometajuće. Ključne interpretacije: Prometna dostupnost i regionalna povezanost ocijenjeni su iznadprosječno (5,3/7). Sigurnost na cestama uočena je kao vrlo dobra, što pridonosi percepciji ugodnog boravka. Glavni prostorni problem ostaje nedostatak parkirnih mjesta (15%) i povremene zagušenosti lokalnih cesta ljeti. Zadovoljstvo prometom u Vodicama može se ocijeniti kao visoko s elementima umjerene sezonske zagušenosti, pri čemu gosti cijene kvalitetu prometne mreže i sigurnost, ali percipiraju potrebu bolje organizacije parkirališta i javnog prometa tijekom ljetnih mjeseci.			
9. Stanovništvo i kvaliteta života					
9.1. Kretanje broja stanovnika u (posljednjem) desetogodišnjem razdoblju	Sekundarni	U razdoblju 2011.–2025. grad Vodice bilježi transformaciju iz stagnacije prema blagom demografskom rastu. Uspješno privlačenje novih stanovnika posljedica je: povoljnog položaja i kvalitete života, zapošljavanja u turizmu i pratećim djelatnostima, te povećanja broja stalnih rezidenata među ranijim sekundarnim stanarima. Ukupno gledano, broj stanovnika Vodica porastao je s 8.649 (2021.) na oko 9.250 (2025.), čime se potvrđuje pozitivni trend revitalizacije i demografske stabilizacije grada.			
9.2. Iritacija gužvom i specifično gužvama na ulicama/javnim površinama (poželjno dodatno odrediti i specifične lokacije za destinaciju uključujući plaže gdje je relevantno)	Anketa lok stanov	Lokacija	Vrsta gužve	Intenzitet problema (procjena)	Sezonski uzrok
		Stara gradska jezgra – riva i Obala Vladimira Nazora	pješačka i komunikacijska gužva	vrlo visok	ljetne večernje šetnje, događanja
		Šetnica uz plažu Plava i Hangar	masovna pješačka i rekreativna aktivnost	visok	koncentracija smještaja i ugostitelja

		Glavni trg kod crkve i tržnice	kombinirana gužva (pješaci, promet)	visok	jutarnji promet i turistička razgledavanja
		Ulica Obala Matice Hrvatske (pristup luci)	prometna gužva u vršnim satima	srednje visok	pristup brodicama, parkiranje
		Plaža Vruje	prostorna koncentracija kupaca	visok	nedovoljna širina plažnog prostora
		Obilaznica i pristup magistrali	prometna zagušenost	srednja	zadržavanje vozila iz smjera Srime i Gaćeleza
		Potrebu prilagodbe rutine radi izbjegavanja gužvi navodi čak 88% stanovnika – od čega 44% „ponekad“, a 44% „često“.. 72% ispitanika navodi da su im svakodnevne aktivnosti otežane, makar djelomično. Najviše iritiraju: spor promet, duga čekanja u trgovinama i prepun javni prostor oko rive i tržnice. U destinaciji Vodice, oko 82% lokalnog stanovništva osjeća umjerenu do izraženu iritaciju ljetnim gužvama, posebice u središtu grada, na šetnicama i plažama (Hangar, Vruje). Gužve su među najizraženijim sezonskim problemima i zahtijevaju sustavno prostorno i prometno upravljanje u cilju očuvanja kvalitete života lokalne zajednice.			
9.3. Indeks priuštivosti stana (na razini destinacije)	Sekundarni	Indeks priuštivosti stanovanja (IPS) izražava omjer između prosječne cijene stana po m² i prosječnog godišnjeg bruto dohotka po stanovniku ili kućanstva. Pokazatelj: Prosječna cijena novog stana (€/m²) 3.200 € procjena Crozilla/DZS, 2025 Prosječna neto plaća (€/mj) 1.150 € DZS i lokalna anketa prihoda. Prosječni godišnji neto dohodak po kućanstvu 13.800 € DZS struktura prihoda. Prosječni obiteljski stan (60 m²) 192.000 € tržišna procjena Indeks priuštivosti stana u Vodicama iznosi 13,9, što znači da je prosječnoj lokalnoj obitelji potrebno cjelokupnih 13,9 godišnjih dohodaka da bi kupila stan od 60 m² – više od tri puta veće od razine priuštivosti (IPS ≤4).			
10. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma					
10.1. Raspoloživost dodatne radne snage (stopa	Sekundarni	Nema podatka.			

nezaposlenosti; broj izdanih radnih dozvola po mjesecima)		
---	--	--

Tablica 84: Popis dodatnih pokazatelja prihvatnog kapaciteta

Naziv kategorije	Naziv pokazatelja	Izvor podataka	Rezultat:
11. Institucionalni i strateški okvir			
11.1. Smjer o razvoju gospodarstva			
11.2. Stav o smjeru razvoja turizma	Analiza stavova stanovnika		Pokazatelj = 0,29 označava umjereni stupanj zadovoljstva smjerom razvoja turizma. Glavne percepcije i poruke stanovnika. Briga zbog preizgrađenosti i opterećenja prostora (više od 50 % stanovnika navodi taj problem). Potreba za kontroliranim turističkom izgradnjom i naglaskom na kvalitetu umjesto kvantitetu. Prepoznata potreba za produženjem sezone, posebno kroz kulturne i outdoor sadržaje. Opći osjećaj da destinacija ima potencijal za održiv rast uz bolju koordinaciju javnog i privatnog sektora
12. Turistička potražnja			
12.1. Intenzitet jednodnevnog turizma kao prosječan broj jednodnevnih posjetitelja po m ² izgrađene površine naselja, odnosno središnje/najvažnije turističke zone ukoliko je jedinica lokalne/regionalne samouprave zonirana, u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni		3.000 jednodnevnih posjetitelja Površina izgrađenog urbanog prostora (turističke zone) m ² : 2.000.000 Rezultat: 1,5 posjetitelja na 1.000 m ² izgrađene površine.
12.2. Zadovoljstvo kvalitetom smještaja	Analiza stavova turista		Udio zadovoljnih turista (ocjene 6 i 7): 84,85% Skupni pokazatelj zadovoljstva kvalitetom smještaja: 82,6% Vrijednost od 82,6% pokazuje vrlo visok stupanj zadovoljstva turista kvalitetom smještaja u Vodicama, uz više zadovoljstvo u hotelskom nego u obiteljskom smještaju.

12.3. Nedostajući i neprimjereni sadržaji	Sekundarni	Problem / aspekt	Vrlo ozbiljan problem (%)	Nije problematično (%)	Dominantna ocjena
		Buka	3,03	66,67	Uglavnom nije problem
		Prometne gužve	0	57,58	Nije problem, ali primjetan prometni pritisak
		Gužva u ulicama i javnim prostorima	3,03	63,64	Umjerena gužva
		Gužva na plažama	6,06	66,67	Umjerena sezonska gužva
		Nepropisno odložen otpad	6,06	51,52	Vidljiv lokalni problem
		Neugodni mirisi (kanti, kanalizacija)	9,09	54,55	Povremeni problem tijekom ljeta
		Nedostatak parkirališta	9,09	51,52	Izražen problem u visokoj sezoni
		Vrijednost pokazatelja od 8–9% ukazuje na nizak do umjeren stupanj percipiranih nedostataka i neprimjerenih sadržaja u destinaciji. Najčešće spominjani problemi među turistima su nedostatak parkirališnih mjesta i neugodni mirisi, dok buka i čistoća prostora nisu percipirani kao značajan problem.			
13. Resursno atrakcijska osnova					
13.1. Koncentracija događanja i večernjih zabavnih sadržaja na odabranim područjima destinacije/definiranim zonama	Sekundarni	Rezultati ukazuju na izraženu prostornu koncentraciju večernjih i zabavnih aktivnosti u središnjem dijelu destinacije – na potezu od povijesne jezgre do zone Plave plaže. To područje obuhvaća više od 70 % ukupnih komercijalnih i javnih događanja u Vodicama. Prema metodologiji prihvatnog kapaciteta, takva vrijednost ($K^d > 3,0$) ukazuje na: povećan akustički i prometni pritisak, smanjenu noćnu dostupnost za rezidencijalne zone, potrebu za prostornom redistribucijom događanja i definiranjem „tiših zona“. 4. Preporuke prema metodologiji MINTS 2024 Decentralizacija događanja – uvođenje kulturnih i glazbenih programa u druge dijelove destinacije (npr. Srma, Prvić, zaleđe). Upravljanje bukom i vremenom održavanja – jasno definirati raspone trajanja i dozvoljene razine zvuka u kritičnim zonama. Razvoj razolikih tipova događanja – više dnevnih, kulturnih i			

		gastronomsko-ambijentalnih sadržaja nasuprot isključivo noćnim zabavama. Praćenje godišnje promjene koncentracije putem evidencije TZ Vodice i Ureda za komunalno gospodarstvo.
13.2. Oštećenja/degradacija baštine uslijed turističke aktivnosti	Sekundarni	Nema
13.3. Turizam kao razlog istiskivanja sadržaja važnih stanovnicima	Analiza stavova stanovnika	Vrijednost pokazatelja = 0,26 ukazuje na umjeren stupanj percepcije da turizam istiskuje sadržaje bitne lokalnom stanovništvu.
13.4. Zadovoljstvo atmosferom, ugođajem	Stavovi gostiju	Rezultat: 84,85% ispitanika zadovoljno je atmosferom/ugodajem. Tumačenje: Odnose se na ukupnu percepciju doživljaja destinacije — gostoljubivost, ugodnost prostora i ambijent. Ovo pokazuje vrlo visok emocionalni kapital destinacije.
13.5. Zadovoljstvo gastronomskom ponudom u mjestu	Stavovi turista	75,76% ispitanika zadovoljno je gastronomskom ponudom. Tumačenje: Rezultat ukazuje na stabilnu ocjenu gastronomskog proizvoda, s potencijalom dodatnog unaprjeđenja kroz lokalne i autentične doživljaje hrane.
13.6. Zadovoljstvo događanjima i manifestacijama	Stavovi turista	Rezultat: 72,73% ispitanika zadovoljno je događanjima i manifestacijama.
14. Okoliš		
14.1. Kvaliteta zraka na lokalnoj(im) mjernoj(im) stanici(ama) u danima vršne turističke sezone u odnosu na ostatak godine	Sekundarni	2. kvalitete
14.2. Kvaliteta vode u lukama.	Sekundarni	Prema dostupnim službenim podacima Zavoda za javno zdravstvo Šibensko-kninske županije i Nacionalnog izvješća o kakvoći mora za kupanje (MINGOR, 2024), kvaliteta mora u luci Vodice i okolnim plažnim područjima ocijenjena je kao izvrsna.
15. Prostor		
15.1. Potencijal povećanja građevinskih područja	JLS	Mogućnost: zona Bristak, Donja Srima, prema PPU-u Donja Srima – 72,4 ha Zona Bristak – 90,00 ha
15.2. Mogućnost stambene izgradnje kroz rekonstrukciju i prenamjenu postojećih građevina	JLS	Da, uz zakonski propisane dozvole
15.3. Potencijal izgradnje u neizgrađenim građevinskim	JLS	Mogućnost: zona Bristak, Donja Srima, prema PPU-u Donja Srima – 72,4 ha Zona Bristak – 90,00 ha

područjima ugostiteljsko-turističke namjene		
15.4. Mogućnosti proširivanja plažnog prostora (za destinacije za koje je pokazatelj relevantan)	JLS	Da
15.5. Veličina i struktura kapaciteta (vezovi) u nautici	Sekundarni	Marina raspolaže s ukupno 412 vezova u moru i dodatnih 25 suhih vezova na kopnu
15.6. Potencijalno povećanje kapaciteta u nautičkom turizmu	Sekundarni	Da
15.7. Percepcija stanovnika o postojećem stanju izgrađenosti prostora	Analiza stavova stanovnika	Stanovnici naglašavaju potrebu uravnoteženijeg prostornog planiranja, ograničenja apartmanizacije, te povećanja zelenih i javnih površina radi očuvanja kvalitete života i identiteta mjesta
16. Komunalna infrastruktura		
16.1. Vršno opterećenje vodovodne mreže (Udio ukupne potrošnje vode u odnosu na raspoloživi kapacitet u danima vršne turističke sezone	Sekundarni	UPOV izgrađen za 20 000 ES s planiranom dogradnjom na 37 500 ES. Postrojenje radi do 7300 ES zimi i 20 000 ES ljeti. Cijeli projekt pridonosi visokom stupnju zaštite okoliša i održivom prihvatnom kapacitetu destinacije. Vršno opterećenje vodovodne mreže u kolovozu (31 dan, 249.290 m³) iznosi 80,4% kapaciteta sustava, što upućuje na granični, ali funkcionalan režim opskrbe tijekom vršne turističke sezone u Vodicama.
16.2. Udio ukupne dnevne proizvodnje mješovitog komunalnog otpada (u kućanstvima i kolektivnim turističkim smještajnim kapacitetima) u odnosu na kapacitet prihvata i odvoza otpada u vršnim danima turističke sezone	Sekundarni	Za destinaciju Vodice, pokazatelj UDPMKO = 73,5% ukazuje da je u vršnim danima turističke sezone: sustav gospodarenja otpadom opterećen na oko tri četvrtine kapaciteta, odvoz i prihvati otpada odvijaju se unutar dopuštenih granica, postoje dostatne tehničke rezerve (≈25–30%) za povećanje količina u posebno intenzivnim danima.
16.3. Iritacija neugodnim mirisima (iz kontejnera, kanalizacije, ventilacije) tijekom turističke sezone	Anketa lokalnog stanovništva	Udio stanovnika uznemirenih neugodnim mirisima u Vodicama iznosi 22%.
17. Prometna infrastruktura		
17.1. Iritacija pronalaženjem parkirnog mjesta tijekom turističke sezone	Analiza lokalnog stanovništva	Vrijednost od 63% jasno pokazuje da problem parkiranja u Vodicama spada u kategoriju visokog opterećenja prometne infrastrukture. Glavni nalazi kvalitativne analize: Problem parkiranja posebno izražen u središtu Vodica, u blizini riva, Hotela Punta, autobusnog kolodvora i plaže Hangar. Stanovnici ističu neadekvatnu organizaciju javnih i privatnih parkirališta te nefunkcionalnost naplate

		parkiranja. U rubnim stambenim zonama (Blata, Rakitnica, Zatonska), problem postoji samo u vršnim vikendima. Dio stanovnika izražava nezadovoljstvo činjenicom da turisti često zauzimaju lokacijska parkirališta namijenjena rezidentima.		
18. Stanovništvo i kvaliteta života				
18.1. Percepcija utjecaja turizma na rast troškova života	Analiza stavova stanovnika	Stavka (element)	Udio (%) stanovnika koji smatraju da turizam znatno povećava cijene	Tumačenje
		Nekretnine	78%	Visoka percepcija rasta cijena zbog apartmanizacije i potražnje za turističkim kapacitetima
		Najam stanova	74%	Tržište dugoročnog najma snažno pogođeno turističkim iznajmljivanjem
		Režije	41%	Umjeren porast troškova, osobito u ljetnim mjesecima (voda, odvoz otpada, električna energija)
		Hrana i piće u trgovinama	69%	Uočljive sezonske oscilacije cijena namirnica i potrošačke robe
		Restorani i kafići	83%	Najviša vrijednost – izraženo poskupljenje uslužnog sektora u sezoni
		Dio lokalnog stanovništva koje smatra da turizam značajno povećava troškove života u Vodicama iznosi 69%, pri čemu su najjače pogođene kategorije nekretnina (78%) i ugostiteljskih usluga (83%). Ovaj pokazatelj ukazuje na visoku razinu socioekonomskog pritiska turizma na lokalnu zajednicu i potrebu za daljnjim razvojem politika održive turističke ravnoteže		

18.2. Zadovoljstvo dostupnošću odabranih javnih sadržaja	Analiza anketa stanovnika	Lokacija / Zona	Razine zadovoljstva (dominantni pokazatelj)	Glavni komentar stanovnika
		Centar Vodica	55% zadovoljnih rekreacijom, ali izraziti nedostatak kulturne ponude	"Sve se odvija ljeti, zimi nema ničega."
		Srima	42% zadovoljnih zelenilom i šetnicom, 25% društvenim sadržajima	"Premalo dječjih igrališta i slab javni prijevoz."
		Blata / Stablinac	32% zadovoljnih dostupnošću usluga, 60% rekreacijom	"Udaljenost od zelenih zona i kulturnih događanja."
		U destinaciji Vodice svega četiri od deset stanovnika zadovoljna su dostupnošću javnih sadržaja. Najveći deficit prepoznaje se u zabavnim i društvenim programima, dok su rekreacijski sadržaji jedini segment ocijenjen pozitivno. Ovi pokazatelji jasno upućuju na potrebu uspostave ravnomjernije prostorne i sezone dostupnosti javnih sadržaja te jačanja društvenog i kulturnog života lokalne zajednice.		
18.3. Preseljenje stanovnika unutar destinacije uslijed iritacija uzrokovanih turizmom	Analiza stavova stanovnika	Najčešći razlog preseljenja je iritacija bukom, gužvom i preopterećenjem turističke zone (11%), što ukazuje na socioekološki pritisak turizma u centralnim dijelovima grada. Ekonomski motivirano preseljenje (prodaja/najam apartmana) pokazuje trend komercijalizacije središta Vodica, s premještanjem stalnih stanovnika prema rubnim područjima (Blata, Rakitnica, Zatonska zona). Povećani troškovi života (5%) predstavljaju dodatni, ali rastući uzrok višestruko povezan s rastom cijena nekretnina i manjkom priuštivih stanova. Ukupno, 30% stanovnika promijenilo je prebivalište unutar destinacije, što upućuje na povišenu razinu socijalne osjetljivosti turizma.		
18.4. Nezadovoljstvo s raspoloživosti stambenog prostora po prihvatljivoj cijeni uzrokovano turizmom	Analiza stavova stanovnika	Više od polovice lokalnog stanovništva (52%) smatra da u Vodicama nije moguće pronaći adekvatan stambeni prostor po prihvatljivoj cijeni.		

		Dodatnih 26% ispitanika zauzima neutralan stav, što upućuje da ograničena ponuda i visoke cijene stambenih jedinica stvaraju izraženu nesigurnost na tržištu stanovanja. Najčešće istaknuti problemi iz komentara ispitanika: Pretvaranje obiteljskih kuća i stanova u apartmane čime opada broj nekretnina za dugoročni najam. Visoke cijene zemljišta i novogradnje, osobito u gradskom središtu i blizini mora. Rastuće režije i troškovi održavanja dodatno smanjuju priuštivost stanovanja. Mladi i obitelji s prosječnim primanjima sve teže dolaze do vlastitog stambenog prostora.															
19. Zaposlenost, gospodarstvo i važnost turizma																	
19.1. Udio turizma u gospodarskoj strukturi destinacije (indeks koncentracije ekonomske aktivnosti u turizmu mjeren dodanom vrijednosti ili zaposlenosti)	Sekundarni	<table> <tr> <th>Gospodarski indikator</th><th>Vrijednost (2023)</th><th>Tumačenje</th></tr> <tr> <td>Udio zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu (NKD I 55–56)</td><td>43%</td><td>od ukupne lokalne zaposlenosti</td></tr> <tr> <td>Udio djelatnosti povezanih s turizmom (I + G + R + N)</td><td>58%</td><td>uključuje i trgovinu i rekreaciju</td></tr> <tr> <td>Procijenjeni udio turizma u dodanoj vrijednosti BDP-a destinacije</td><td>61%</td><td>pokazuje strukturnu ovisnost gospodarstva o turizmu</td></tr> <tr> <td>Udio gradskog proračuna usmjerenog na turizam</td><td>6,55%</td><td>7. mjesto u RH po izdvajanjima za turizam</td></tr> </table> Prema procjenama Hrvatske gospodarske komore i DZS-a za Šibensko-kninsku županiju (2024): Turizam u užem smislu doprinosi oko 59–61% ukupne dodane vrijednosti gospodarstva Vodica. Prosječna godišnja dobit turističkih subjekata prelazi 11 milijuna eura, dok broj registriranih gospodarskih subjekata u turizmu i ugostiteljstvu prelazi 220. 5. Tumačenje pokazatelja Vodice spadaju među pet gradova u Dalmaciji prema intenzitetu zapošljavanja u turizmu i visini proračunskog izdvajanja za turizam.	Gospodarski indikator	Vrijednost (2023)	Tumačenje	Udio zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu (NKD I 55–56)	43%	od ukupne lokalne zaposlenosti	Udio djelatnosti povezanih s turizmom (I + G + R + N)	58%	uključuje i trgovinu i rekreaciju	Procijenjeni udio turizma u dodanoj vrijednosti BDP-a destinacije	61%	pokazuje strukturnu ovisnost gospodarstva o turizmu	Udio gradskog proračuna usmjerenog na turizam	6,55%	7. mjesto u RH po izdvajanjima za turizam
Gospodarski indikator	Vrijednost (2023)	Tumačenje															
Udio zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu (NKD I 55–56)	43%	od ukupne lokalne zaposlenosti															
Udio djelatnosti povezanih s turizmom (I + G + R + N)	58%	uključuje i trgovinu i rekreaciju															
Procijenjeni udio turizma u dodanoj vrijednosti BDP-a destinacije	61%	pokazuje strukturnu ovisnost gospodarstva o turizmu															
Udio gradskog proračuna usmjerenog na turizam	6,55%	7. mjesto u RH po izdvajanjima za turizam															

		Ovisnost o turizmu pokazuje visok indeks koncentracije (>40%), što ukazuje na potrebu diverzifikacije gospodarstva i razvoja cjelogodišnjih oblika poslovanja. Smanjena sezonalnost i razvoj komplementarnih sektora (npr. IT, kreativne industrije, obrtništvo) bili bi ključni za otpornost lokalnog gospodarstva.
19.2. Ovisnost stanovnika grada/mjesta o prihodima od turizma kao udio stanovnika za koje je turizam glavni i dodatni izvor prihoda u ukupnom broju stanovnika	Analiza mišljenja stanovnika	Udio stanovništva kojima je turizam glavni izvor prihoda: 14% Udio stanovništva kojima je turizam dodatni izvor prihoda: 50%. Ukupan udio stanovništva koji ostvaruju prihod od turizma: 64%. Ovaj rezultat potvrđuje da Vodice imaju visoku ekonomsku ovisnost o turizmu, što zahtijeva strateško upravljanje diversifikacijom lokalne gospodarske baze.

4. Razvojni smjer s mjerama i aktivnostima

4.1. SWOT analiza

Tablica 85: SWOT analiza Vodica

Snage (<i>Strengths</i>)
• Izvrсна prirodna i geografska pozicija: Vodice se nalaze na atraktivnoj obali s brojnim uvalama, otocima i čistim morem, u neposrednoj blizini nacionalnih parkova Krka i Kornati te grada Šibenika, što dodatno povećava privlačnost destinacije. • Razvijena i raznolika turistička infrastruktura: destinacija raspolaže velikim brojem smještajnih kapaciteta – hotelima, kampovima, privatnim apartmanima i specijaliziranim objektima – nudeći širok raspon usluga za različite profile gostiju i prateću ponudu rekreativnih, zabavnih i <i>wellness</i> sadržaja. • Bogata kulturna i tradicijska baština: povijesne znamenitosti, tradicionalni festivali, manifestacije, lokalni običaji te autentična gastronomska scena ističu identitet Vodica i omogućuju jedinstvena doživljajna iskustva posjetiteljima. • Dobra prometna dostupnost: destinacija je odlično prometno povezana cestovnom infrastrukturom i autocestom te ima pristup zračnim lukama Split i Zadar. • Blaga mediteranska klima: ugodna klima s toplim ljetima i blagim zimama omogućuje produženu sezonu i potencijal za cjelogodišnji turizam, čime se povećava iskoristivost svih resursa. • Dugogodišnja tradicija u turizmu i pozitivan imidž: Vodice su prepoznate na emitivnim tržištima po kvaliteti i raznolikosti ponude te visokoj razini gostoprimstva i zadovoljstva gostiju. • Opredjeljenost održivom razvoju i inovacijama: novousvojene strategije i razvojni programi naglašavaju ravnotežu između turističkog rasta, očuvanja prostora, podizanja kvalitete života stanovnika i aktivnog uključivanja lokalne zajednice u sve segmente destinacijskog upravljanja.

- **Visoka razina sigurnosti i komunalne uređenosti:** redovno održavanje javnih površina, kvaliteta javne rasvjete i sanitarija te općenito dobar stupanj sigurnosti na destinaciji podižu ukupnu razinu iskustva za posjetitelje.

Slabosti (*Weaknesses*)

- **Sezonalnost turističkog prometa:** većina gostiju dolazi u ljetnim mjesecima, dok je u predsezoni i posezoni potražnja znatno slabija, što ograničava korištenje infrastrukture i zaposlenost kroz cijelu godinu.
- **Nedostatak sadržaja i otvorenih objekata izvan glavne sezone:** ponuda aktivnosti, ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta izvan srpnja i kolovoza je ograničena, što otežava privlačenje gostiju tijekom cijele godine.
- **Preopterećenost infrastrukture u vrhuncu sezone:** ljetni mjeseci donose gužve na plažama, manjak parkirališnih mjesta, pojačano opterećenje komunalnog i prometnog sustava te povremene probleme s opskrbom vode i struje.
- **Prevelika orijentiranost na privatni smještaj:** udio hotelskih kapaciteta u odnosu na privatne apartmane je nedovoljan, a dio privatnog smještaja nije u skladu sa suvremenim standardima, što smanjuje ukupnu kvalitetu destinacijske ponude i otežava naplatu boravišne pristojbe.
- **Nestabilnost tržišta i nepredvidivost:** ovisnost o zadnjim trenucima i *last-minute* rezervacijama otežava dugoročno planiranje, investicije i zapošljavanje, posebno kod manjeg poduzetništva.
- **Rastući operativni i radni troškovi:** inflacija i visoki troškovi rada smanjuju profitabilnost objekata i komunalnih usluga, a smanjuje se i prostor za reinvesticije u kvalitetu i nove sadržaje.
- **Manjak diferenciranih, autentičnih i personaliziranih doživljaja:** standardna "sunce i more" ponuda nije dovoljno nadograđena inovativnim iskustvima i specijaliziranim programima pa dio gostiju pokazuje manji stupanj zadovoljstva i lojalnosti.

- **Nedovoljno koordinirano ulaganje u održivu infrastrukturu:** investicije su fragmentirane, a sporije od aktivnosti konkurentskih destinacija koje brzo uvode pametne sustave, zeleni certifikat, održivi promet i digitalizaciju.
- **Nedovoljna prilagodba novim trendovima:** digitalna transformacija i multijezična komunikacija nisu na razini vodećih europskih destinacija, što smanjuje prepoznatljivost i konkurentnost Vodica kod mlađih i internacionalnih gostiju.

Prilike (*Opportunities*)

- **Diversifikacija turističkih proizvoda tijekom cijele godine:** rastući interes za sportski, zdravstveni, kulturni, eno-gastro i kongresni turizam otvara mogućnosti za osmišljavanje cjelogodišnjih programa i manjih specijaliziranih manifestacija, čime se može smanjiti sezonalnost i produžiti boravak gostiju.
- **Unapređenje održivih i ekoloških modela:** ulaganja u ekoturizam, interpretacijske pješačke i biciklističke staze, zaštitu prirodnih resursa te zelenu infrastrukturu pružaju priliku dodatnog pozicioniranja Vodica kao ekološki svjesne destinacije s kvalitetnom ponudom za nove tržišne segmente.
- **Implementacija inovativnih digitalnih rješenja:** razvoj višejezičnih aplikacija, digitalnih vodiča, *online* rezervacijskih sustava te personaliziranih marketinških kampanja može značajno poboljšati korisničko iskustvo, povećati doseg i omogućiti pametno upravljanje turističkim prometom.
- **Razvoj ponude za ciljane segmente:** seniorski, *wellness* i *slow travel* segmenti predstavljaju priliku za ponudu novih specijaliziranih sadržaja – dugotrajne boravke izvan sezone, zdravstvene i vitalne programe, *silver package* pogodnosti i prilagođene izlete za goste zrelije dobi.
- **Aktivacija i afirmacija lokalne gastronomije i manifestacija:** autentične gastro manifestacije (npr. Marenda, Šaša i Pulenta Day), kulturna događanja, sportske regate i tematski festivali jačaju identitet Vodica, privlače širi spektar posjetitelja i potiču suradnju s lokalnim proizvođačima.

- **Učinkovitija suradnja lokalnih dionika:** povezivanje turističke zajednice, privatnog sektora, udruga i gradskih službi omogućuje bolju koordinaciju, bržu prilagodbu tržišnim trendovima i zajednički razvoj novih proizvoda te povećava ukupnu otpornost destinacije.
- **Iskorištavanje prirodne i kulturne baštine:** korištenje resursa poput blizine nacionalnih parkova, otočja, kulturnih manifestacija i autohtone baštine kroz nove tematske ture, edukativne radionice i *day-trips* privlači profile gostiju s većom platežnom moći i doprinosi dodanoj vrijednosti destinacije.
- **Ciljano upravljanje gužvama i prometom:** uvođenje inovacija za upravljanje brojem posjetitelja na plažama i javnim površinama, pametni sustavi parkiranja i bolje planiranje javnog prometa omogućuju kvalitetniji doživljaj i bolje očuvanje resursa.

Prijetnje (*Threats*)

Prekomjerna i neregulirana izgradnja: povećani pritisak na prostor preizgrađenošću ili divljom gradnjom smanjuje atraktivnost destinacije, narušava vizualni identitet i može opteretiti postojeću infrastrukturu, čime se ugrožava održivi razvoj. Nova turistička regulativa zahtijeva strožu kontrolu gradnje kao ključnu mjeru za budućnost destinacije.

Preopterećenje infrastrukture ljeti: tijekom sezone komunalna, prometna, energetska i sanitarna infrastruktura doseže granice svoje izdržljivosti, što u kritičnim trenucima može dovesti do pada kvalitete usluge i nezadovoljstva lokalnog stanovništva i gostiju.

Nestabilnost turističkog prometa i konkurencija: izraženi sezonalni karakter, pojava novih destinacija i rastuća međunarodna konkurencija, gubitak tržišnog udjela zbog podizanja standarda, inovativnosti i promjena preferencija putnika na međunarodnoj sceni.

Prijetnje (*Threats*)

Previše jednodnevnih gostiju: opterećenje plaža i javnih prostora uslijed dolaska dnevnih posjetitelja u vrhuncu sezone negativno utječe na doživljaj turista i lokalne zajednice, uzrokujući gužve, buku, manjak parkinga i pritisak na okoliš.

Pad kvalitete privatnog smještaja: unatoč velikoj ukupnoj ponudi, zabilježena je niža popunjenost i djelomično nezadovoljavajuća kvaliteta nekih privatnih kapaciteta, zbog čega tisuće kreveta ostaju prazne, a gosti biraju konkurentne destinacije s boljom uslugom i sadržajem.

Neusklađenost ponude izvan sezone: nedovoljno aktivnosti, zatvorene ugostiteljske jedinice i oskudna ponuda u pred- i posezoni sprječavaju razvoj cjelogodišnjeg turizma i održivog zapošljavanja u sektoru.

Ograničenja zbog zakonskih promjena: liberalizacija zakona o turističkim vodičima, promjene fiskalnih ili ekoloških regulativa, moguće pooštavanje uvjeta za iznajmljivače i promjene u poreznom opterećenju, što stvara neizvjesnost i potencijalno novi val nelojalne konkurencije.

Vanjski šokovi (krize, klimatske promjene, zdravstvo) poput potencijalnih novih epidemioloških prijetnji, ekstremnih klimatskih događaja, globalnih ekonomskih oscilacija i ratova na emitivnim tržištima mogu izazvati pad prometa ili neočekivane troškove poslovanja za turističke dionike.

4.2. Identifikacija općih načela i ciljeva

Opća načela razvoja turizma u Vodicama proizlaze iz strateških dokumenata i usklađena su s nacionalnim vizijama za održiv, konkurentan i inkluzivan razvoj destinacije.

1. Održiv rast uz optimalnu sinergiju među dionicima

Turistički razvoj usmjeren je na očuvanje prostora, prirodnih i kulturnih resursa te poboljšanje kvalitete života stanovnika. Sve investicije i aktivnosti moraju biti postavljene tako da stvaraju ekonomski razvoj te istovremeno poštuju načela održivosti, odgovornog turizma i zaštite okoliša.

2. Visoka kvaliteta turističke usluga i iskustava

Načelo poštivanja destinacijskog standarda kvalitete, oblikovanje cjelovitog destinacijskog iskustva kroz podizanje kvalitete infrastrukture, diferencirane ponude i inovativnih usluga, s kontinuiranim praćenjem konkurentnih svjetskih standarda.

3. Sinergija javnog i privatnog sektora

Planiranje i upravljanje destinacijom temelji se na partnerskom odnosu svih relevantnih dionika, od javnog, privatnog i civilnog sektora uz aktivno uključivanje lokalnog stanovništva u procese savjetovanja i participacije.

4. Diferencijacija i internacionalizacija ponude

Razvoj Vodica usmjeren je na kreiranje i internacionalno pozicioniranje jedinstvenih proizvoda koji proizlaze iz lokalne tradicije, kulture i prirodne atraktivnosti te inovativnu promociju i razvoj novog imidža destinacije.

5. Resursna efikasnost i inovativnost

Upravljanje se fokusira na maksimalno učinkovitoj i inovativnoj upotrebi resursa, implementaciji modernih tehnologija, pametnoj infrastrukturi i digitalnoj transformaciji destinacije.

6. Transparentnost, monitoring i evaluacija

Sustav upravljanja turizmom temelji se na strukturiranom praćenju ključnih pokazatelja, kontinuiranoj evaluaciji rezultata te javnoj objavi svih strateških, operativnih i financijskih dokumenata.

7. Investicijska otvorenost, poduzetnički okvir i međunarodna konkurentnost

Stvara se predvidiv, transparentan i atraktivan okvir za ulaganja u turizam, potiče se poduzetničko okruženje i kontinuirano se radi na jačanju pozicije Vodica u međunarodnoj turističkoj konkurenciji.

4.3. Oblikovanje strateških pravaca i prioriteta

Strateški pravci i prioriteti u Planu upravljanja turizmom Grada Vodica usmjereni su na održiv, inovativan i uključiv razvoj destinacije, uz snažnu orijentaciju prema transparentnom upravljanju i mjerljivim rezultatima. Svaki strateški pravac definira jasne ciljeve i prioritete, a odabir mjera temelji se na analizi sadašnjeg stanja, trendova destinacije te potrebama lokalne zajednice i posjetitelja.

Strateški pravci i prioriteti Plana upravljanja turizmom Grada Vodica

1. Održivi razvoj i zelena transformacija

Prioritet je poticanje implementacije ekoloških standarda i certifikata, modernizacija javne infrastrukture kroz pametnu energetska tranziciju, razvoj kružnog gospodarstva te kontinuirana edukacija i promocija „zelenih objekata“ i održivih praksi među dionicima destinacije. Naglasak je na transparentnom praćenju i javnom izvještavanju o napretku svih ekoloških mjera.

2. Digitalizacija destinacije i inovacije u upravljanju doživljajem

Fokus je na digitalnoj transformaciji komunikacije i usluga, uključujući implementaciju CRM sustava, uvođenje *chatbotova* i senzorskih tehnologija, integraciju turističkih informacija u Smart

City aplikacije te razvoj prilagođenih komunikacijskih strategija po ciljnim skupinama. Redovita analiza digitalnih KPI pokazatelja omogućuje optimizaciju svih resursa i kvalitetnu reakciju na tržišne promjene.

3. Inkluzivnost i pristupačnost

Strateški pravac usmjeren je na sustavnu procjenu i uklanjanje fizičkih barijera, izradu digitalnih karata pristupačnih lokacija te označavanje javnih prostora za osobe s invaliditetom. Prioritet je kontinuirano poboljšanje pristupačnosti svih destinacijskih usluga i sadržaja, uz aktivno uključivanje relevantnih udruga i partnera.

4. Partnerska koordinacija i upravljanje

Osnovu čini razvoj partnerskog destinacijskog tima, imenovanje koordinatora za upravljanje i praćenje provedbe Plana te kreiranje platforme za zajedničku realizaciju mjera. Važan je razvoj suradnje s lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim institucijama, uz snažno uključivanje Turističke zajednice grada Šibenika, Šibensko-kninske županije, Hrvatske turističke zajednice i Ministarstva turizma i sporta.

5. Razvoj cjelogodišnje, diferencirane i konkurentne turističke ponude

Prioriteti obuhvaćaju kreiranje inovativnih turističkih proizvoda i usluga usmjerenih na produljenje sezone, razvoj kulturnih, gastronomskih, rekreacijskih i aktivnih sadržaja, brendiranje destinacije te jačanje vidljivosti na domaćem i inozemnom tržištu.

6. Kontinuirano praćenje, evaluacija i financijska održivost

Ključno je uspostaviti jasan sustav pokazatelja učinka (KPI), redovito izvještavanje (godišnji izvještaji, javna savjetovanja), organiziranje edukacija za dionike te osiguranje partnerstva u financiranju prioriteta Plana kroz lokalne, nacionalne i europske izvore.

Pozicioniranje: *Blue Wellness Destination*

Fokus je na boravku uz more u svako doba godine jer je more ključna komponenta *wellness* iskustva: mediteranske plaže, vanjski i unutarnji spa prostori, *thalasso* terapije, meditacija uz šum mora, opuštanje, šetnje, vožnja bicikla i trčanje uz more te masaže. Cjelovita *wellness* ponuda obuhvaća vođene relaksacije, jogu i pilates na plaži, *mindfulness* radionice, masaže u prirodi te *outdoor fitness* programe uz more.

Zdravlje, sreća, kreativnost i emocionalna ravnoteža aktivno se promiču kroz dodir s „plavim“ elementima prirode. Brendiranje ne samo da ispisuje doživljaj „plavog uma“ već potiče održivost, zaštitu vodenih resursa i ekološku svijest kod gostiju.

4.4. Identificiranje ciljeva

U Planu upravljanja turizmom Vodica, ciljevi su jasno definirani kroz službene dokumente i strateške smjernice te proizlaze iz analize stanja, SWOT analize i planiranih razvojnih prioriteta.

Ključni ciljevi Plana upravljanja turizmom Vodica:

- **razvoj cjelogodišnjeg turizma:** cilj je stvaranje uvjeta i ponude koja omogućuje turistički promet tijekom čitave godine, smanjenje sezonalnosti te razvoj novih proizvoda za predsezonu i posezonu (sportski, seniorski, zdravstveni, kongresni i kulturni turizam)
- **podizanje kvalitete turističkog proizvoda:** sustavno unapređenje infrastrukture, kvalitete smještajnih kapaciteta, ugostiteljskih i pratećih usluga te podizanje standarda i doživljaja gostiju na razinu konkurentnih mediteranskih destinacija
- **održivo upravljanje prostorom i resursima:** balansirani razvoj uz očuvanje prirodnog prostora, tradicionalnih vrijednosti i kulturne baštine. Uključivanje održivih i „zelenih“ modela poslovanja, odgovorno upravljanje brojem gostiju, komunalnim opterećenjem i gradnjom.

- **jačanje poduzetništva i lokalnih dionika u turizmu:** aktivna suradnja s privatnim sektorom, poticanje inovacija i investicija u nove sadržaje, motiviranje iznajmljivača na modernizaciju i kvalitetu te jačanje kapaciteta upravljanja destinacijom
- **digitalizacija i inovativna promocija:** uvođenje digitalnih alata za upravljanje destinacijom, višejezične platforme, *online bookinge* i personalizirani marketing koji povećava vidljivost Vodica na globalnom tržištu i omogućuje bolje upravljanje doživljajem gosta
- **razvoj kompleksnih turističkih proizvoda:** umrežavanje različitih usluga – smještaj, izleti, *wellness*, gastro, manifestacije, edukativni programi – u jedinstvenu cjelogodišnju ponudu za individualne i grupne goste
- **pozicioniranje destinacije i brendiranje** – jasno definiranje destinacijskog imidža Vodica kroz tematske, specijalizirane programe, razvoj identiteta regije te jačanje prepoznatljivosti na primarnim i sekundarnim tržištima
- **stvaranje regulatornog okvira za održivi razvoj** - uvođenje konsenzusa javnog i privatnog sektora oko razvojnih prioriteta, donošenje inovativnih regulativa i praćenje provedbe strateških projekata kroz transparentne upravljačke mehanizme.

4.5. Mjere i aktivnosti

Razvoj i provedba mjera ključan je alat za postizanje strateških ciljeva i vizije destinacije Vodice u idućem planskom razdoblju. Jasno definirane, strukturirane i evaluirane mjere omogućuju usklađeno unapređenje svih segmenata turističke ponude, očuvanje resursa, jačanje konkurentnosti i održivost života zajednice. Svaka mjera povezuje relevantne nositelje, precizne aktivnosti, mjerljive rezultate i izvore financiranja, potičući suradnju lokalne zajednice, privatnog i javnog sektora, a temeljem održivog razvoja i suvremenih standarda destinacijskog upravljanja.

Mjera br. 1: Infrastrukturni projekti u cilju unaprjeđenja turizma u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Nedostatak ažurne, kvalitetne i održive infrastrukturne mreže koja omogućuje daljnji razvoj turizma, očuvanje okoliša i poboljšanje životnih uvjeta stanovnika. Projekti kombiniraju komunalnu infrastrukturu, promet, luke, obrazovanje, sportske i turističke zone.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice
Naziv mjere	Infrastrukturni projekti i kapitalne investicije za razvoj destinacije
Nositelj / partneri	Grad Vodice; komunalno poduzeće Leć d.o.o.; Lučka uprava; Šibensko-kninska županija; ministarstva; investitori; lokalne zajednice; Turistička zajednica
Ključna aktivnost	- Izgradnja i dovršetak aglomeracije Vodice–Tribunj–Srima (70 km kanalizacije, 55 km vodovoda) radi zaštite okoliša i kvalitete mora - Proširenje luka Prvić Šepurine, Prvić Luka i Srimaradi prometne povezanosti, sigurnosti i razvoja nautičkog turizma - Proširenje osnovne škole i sportske dvorane radi jačanja uvjeta za djecu i učenike - Razvoj sportske zone Račice i sportskog turizma kroz nove terene i objekte - Uređenje prometnice i elektroopskrbe na brdu Okit - Bolji pristup svetištu i vjerskom turizmu - proširenje groblja u Vodicama i Srimi prema budućim demografskim potrebama - Greenfield investicija u zoni Bristak – razvoj hotela više kategorije koji produžuje sezonu i povećava prihode - Izrada Strategije brendiranja Grada Vodica koja jača identitet, vidljivost i investicijski potencijal destinacije
Pokazatelji	- Broj realiziranih projekata u roku - Udio novih turističkih zona sa standardiziranom infrastrukturom - Povećanje sigurnosti i pristupačnosti luka i javnih prostora - Poboljšana komunalna pokrivenost i kvaliteta života stanovnika - Rast investicija u turističke objekte više kategorije
Rok provedbe	2026.–2028. (ovisno o dinamici financiranja i fazama projekata)
Izvor financiranja	EU fondovi (Kohezijski fond, Mehanizam za oporavak i otpornost); državni i županijski proračuni; Grad Vodice; privatni investitori; javno-privatna partnerstva

Mjera br. 2: Odgovorni turizam i kvaliteta života stanovnika Vodica

Element	Opis
Izazov	Sve veći pritisak turizma na svakodnevni život lokalnog stanovništva, povećana gužva, prometni i stambeni problemi te potreba za jačim očuvanjem autentičnosti, čistoće i dugoročne održivosti životnog prostora
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje
Naziv mjere	Odgovorni turizam i kvaliteta života stanovnika
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; komunalne službe; policija; udruge; kulturni i sportski sektor; Ministarstvo graditeljstva; investitori; OPG-ovi
Ključna aktivnost	- Digitalizacija i optimizacija parking sustava (povlastice za stanovnike, korisnički digitalni servisi, sezonska prometna kampanja) - Uvođenje i kontrola senzora buke, izrada novog pravilnika, kontinuirane kontrole i platforma za zaprimanje prigovora - Razvoj godišnjeg kalendara događanja kroz cijelu godinu, s poticanjem i promocijom izvan vršnog perioda - Uvođenje programa dostupnog i subvencioniranog stanovanja za lokalno stanovništvo (socijalni najam, nova stambena izgradnja) - Promocija i očuvanje autentičnosti kroz kulturna događanja, identitet u javnim natjecanjima, poticanje lokalne baštine - Održavanje čistoće putem inovacija za otpad, digitalnog monitoringa i javnih pohvala za najbolje
Pokazatelji	- Broj pritužbi i nezadovoljstva lokalnog stanovništva - Učestalost i kvaliteta parking rješenja, razina digitalizacije - Broj i raznolikost događanja izvan sezone - Broj riješenih stambenih pitanja za stanovnike - Broj kulturnih događanja i sudionika - Indeks čistoće i zadovoljstva životom prema anketama građana
Rok provedbe	2026.–2027., kontinuirano, uz godišnju evaluaciju
Izvor financiranja	gradski proračun; Turistička zajednica; EU fondovi (za održivost, stanovanje, inovacije); država; privatni investitori; sponzori

Mjera br. 3: Razvoj održivog, inovativnog i integriranog hotelskog sektora u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Potrebna diversifikacija turističke ponude kroz godinu, visoka sezonalnost, potreba za modernizacijom infrastrukture, stabilnim kadrom te uključivanjem lokalnih proizvođača i OPG-ova u hotelsku ponudu. Potreba za jačanjem održivosti, digitalizacijom i kvalitetom usluge.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
Naziv mjere	Razvoj održivog, inovativnog i integriranog hotelskog sektora
Nositelj / partneri	Hotelijeri; Grad Vodice; Turistička zajednica; komunalne službe; OPG-ovi i lokalni proizvođači; IT sektor; kulturne i sportske udruge; škole i visoko obrazovanje; certifikacijska tijela
Ključna aktivnost	- Razvoj selektivnih turističkih oblika (zdravstveni, sportski, kongresni, <i>outdoor</i>) i cjelogodišnjih marketinških kampanja - Gradnja i adaptacija <i>wellness/spa</i> infrastrukture, zatvorenih bazena, teretana i multifunkcionalnih centara - Planiranje i gradnja novih parking kapaciteta, uvođenje digitalizacije i fleksibilnih modela parkinga - Objavljivanje cjelogodišnjeg kalendara događanja unaprijed, povezivanje s hotelskim sektorom i destinacijskim promocijama - Digitalna transformacija hotelskog poslovanja (AI sustavi, e-mobilnost, aplikacije, automatizacija prodaje) - Uspostavljanje Destinacijske akademije turizma, stambene politike za djelatnike i kontinuirane edukacije - Uređenje javnih prostora, šetnica i plaža kroz nove standarde urbanog dizajna i inovativne koncepte - Implementacija održivog poslovanja (zeleni certifikati, eko-nabava, recikliranje, lokalni proizvodi min. 25 %) - Funkcionalan i kontroliran rast hotelskog sektora s jasnim limitima i standardima za cjelogodišnji rad - Razvoj poduzetničkih inkubatora, povezivanje OPG-ova s hotelskim sektorom i promocija lokalnih proizvoda - Kreiranje kulturnih ruta, festivala, ruralnih programa i destinacijskih proizvoda - Redovite koordinacije dionika, digitalizacija administrative i kriteriji održivog rasta
Pokazatelji	- Broj noćenja i aktivnosti izvan glavne sezone - Broj novih <i>wellness/spa</i> objekata i parking mjesta - Broj događanja i posjetitelja kroz cijelu godinu - Razina digitalizacije hotelskog poslovanja - Broj educiranih kadrova i riješenih stambenih pitanja

Element	Opis
	- Broj certificiranih održivih hotela i lokalne nabave - Broj povezanih lokalnih proizvođača i OPG-ova - Zadovoljstvo gostiju, hotelijera i lokalne zajednice
Rok provedbe	2026.–2028., kontinuirane aktivnosti kroz godine
Izvor financiranja	privatni sektor (hotelijeri); gradski proračun; EU fondovi za inovacije, održivost i turizam; TZ; nacionalni programi; javno-privatna partnerstva

Mjera br. 4: Upravljanje i transformacija privatnog smještaja u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Potreba za profesionalizacijom, edukacijom, standardizacijom i održivim razvojem privatnog smještaja, očuvanjem kvalitete prostora, suzbijanjem apartmanizacije te jačanjem integracije s destinacijom i lokalnim gospodarstvom.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve
Naziv mjere	Upravljanje i transformacija privatnog smještaja
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; iznajmljivači; komunalne službe; urbanisti; lokalne škole; OPG-ovi i udruge; investitori; certificacijska tijela; EU partneri
Ključna aktivnost	- Pokretanje edukativnih platformi i informativnih kampanja za privatne iznajmljivače - redovite radionice i savjetovanja, digitalni alati za prijavu prilagodbi i primjenu znanja - Izrada Plana upravljanja privatnim smještajem (definiranje limita, reevaluacija regulative) - Modernizacija prometne i komunalne infrastrukture radi pristupačnosti privatnim kapacitetima - Usvajanje standarda Vodica s održivim kriterijima (kvaliteta, resursi, konkurentnost) - Redovite tromjesečne koordinacije s Gradom i TZ-om za jaču institucionalnu podršku - Provođenje pilot projekta "100 održivih apartmana za održive Vodice" (edukacija, certifikacija, OPG suradnja, energetska efikasnost, ekološka promocija) - Praćenje investicija i nove kvalitete, promicanje digitalizacije i zelene transformacije objekata
Pokazatelji	- Broj iznajmljivača uključenih u platforme, radionice, koordinacije - Implementacija novih znanja u praksi, zadovoljstvo dionika - Broj novih jedinica, analize kvalitete i zadovoljstva gostiju - Smanjenje apartmanizacije, rast broja certificiranih apartmana

Element	Opis
	Uspjeh pilot projekta "100 održivih apartmana", promjena tržišnih tokova - Broj novih investicija, digitaliziranih i ekološki certificiranih objekata
Rok provedbe	2026.–2027., s kontinuiranim razvojem programa i evaluacijom svake godine
Izvor financiranja	gradski i TZ proračun; EU fondovi za zelenu tranziciju i inovacije; nacionalni programi za turizam; lokalna partnerstva; investitori

Mjera br. 5: Strategija održivog razvoja i *boutique* repozicioniranja kampova u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Kampovi u Vodicama trebaju snažan prelazak prema održivim, <i>premium</i> i <i>boutique</i> modelima s ekološkom infrastrukturom, boljom integracijom lokalne ponude te primjenom standardiziranih zelenih rješenja, uz rješavanje komunalnih izazova (energija, promet, otpad).
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast
Naziv mjere	Strategija održivog razvoja i <i>boutique</i> repozicioniranja kampova
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; operateri kampova; HEP; komunalne službe; partneri OPG-ovi i ugostitelji; udruge za zaštitu okoliša; EU partneri
Ključna aktivnost	- Izrada Plana upravljanja i razvoja kampova s <i>boutique</i> i <i>glamping</i> smještajem i većom ekološkom infrastrukturom - Sustavna edukacija svih operatera, savjetodavna podrška kod repozicioniranja - Ulaganje u električne, vodne i komunalne sustave (HEP, Grad, operateri) - Implementacija ekoloških rješenja: reciklaža, obnovljivi izvori, EU Ecolabel, <i>green camping</i> certifikati - Uspostava partnerstva s ugostiteljima i OPG-ovima radi jače valorizacije lokalnih proizvoda, gastro ponude i manifestacija - Praćenje zadovoljstva gostiju i djelatnika kroz sustav evaluacije - Promocija inovativnih sadržaja i destinacijskog <i>storytellinga</i> za kampove
Pokazatelji	- Broj novih <i>boutique</i> ili <i>glamping</i> kampova - Udio kampova sa standardima ekološke izvrsnosti (Ecolabel, <i>green camping</i>) - Kvaliteta i zadovoljstvo korisnika kampova te lokalnih dionika - Broj manifestacija i aktivnosti povezanih s kamping segmentom - Izgrađena/modernizirana komunalna infrastruktura u kampovima - Rast broja partnerstava s OPG-ovima i lokalnim ugostiteljima

Element	Opis
Rok provedbe	2026.–2028., s praćenjem pokazatelja svake sezone
Izvor financiranja	Grad Vodice; EU fondovi za održivi turizam, HEP i komunalni sektor; privatno ulaganje, partnerstva

Mjera br. 6: Unaprjeđenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Snažnija profesionalizacija, nedostatak stalnih kadrova, preslaba integracija lokalnih proizvoda i nedostaci u vizualnom identitetu te ponudi ugostiteljskih objekata ograničavaju konkurentnost gastronomije u Vodicama.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje
Naziv mjere	Unaprjeđenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; HGK; Hrvatska obrtnička komora; strukovne i srednje škole; Hrvatski zavod za zapošljavanje; komunalna služba; OPG-ovi; urbanisti; stručnjaci za gastronomiju; država
Ključna aktivnost	- Kontinuirane strukovne i praktične edukacije u suradnji sa školama i agencijama - Poticanje lokalnog zapošljavanja uz subvencije, promociju sektora mladima, mentorski i povratnički program - Definiranje tematskih edukacija za sve profile u sektoru kroz Edu Vodice - Izrada modela poreznih olakšica i subvencija za ugostitelje s dugotrajnim zapošljavanjem - Izmjena Pravilnika o urbanoj opremi, definiranje vizualnog identiteta, vrste ponude, urbanog namještaja - Precizno planiranje tematike, ponude i razine objekata po zonama prema analizi kvartova - Strogi uvjeti i monitoring kod izdavanja dozvola za ugostiteljske objekte - Uvođenje i promocija oznaka kvalitete Vodica, suradnja s OPG-ovima, poticanje održivih i lokalnih praksi - Tematske edukacije za moderne gastronomske trendove i trening za inovaciju jelovnika - Obavezna integracija minimalno 25 % lokalnih proizvoda u ponudu svih ugostiteljskih objekata - Praćenje udjela lokalnih proizvoda, poticanje inovacije, nagrade za održivost i kvalitetu
Pokazatelji	- Broj edukacija, broj polaznika, zadovoljstvo kadra

Element	Opis
	- Broj novih stalnih radnika, udio lokalnog zapošljavanja - Broj i raznolikost tematskih edukacija, inoviranih jelovnika - Uvođenje i provođenje Pravilnika o komunalnom redu, broj prekršaja - Broj novih objekata po temama i zonama - Broj oznaka kvalitete, povećanje udjela lokalnih proizvoda - Broj promocija održivih praksi, nagrađenih objekata - Zadovoljstvo gostiju i stanovnika
Rok provedbe	2026.–2028., kontinuirano godišnje praćenje i evaluacija
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; poduzetnici; Hrvatska gospodarska komora; EU fondovi (obrazovanje, inovacije, lokalna proizvodnja); država

Mjera br. 7: Upravljanje Vodicama kao cjelogodišnjom destinacijom

Element	Opis
Izazov	Izrazita sezonalnost turizma, niska stopa otvorenosti i dostupnosti sadržaja izvan ljeta, nedovoljna promocija, slaba fleksibilnost u poslovanju tijekom zime i niska umreženost dionika u izvansezonskom razdoblju.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Upravljanje Vodicama kao cjelogodišnjom destinacijom
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; poslovni subjekti; ugostitelji; prodavaonice; DMO; lokalne udruge; komunalna infrastruktura
Ključna aktivnost	- Stimulacija produljenih radnih godina za ugostiteljske i trgovačke objekte kroz promocije i financijske potpore - Formiranje osnovne mreže otvorenih objekata kroz godinu (vodič/karta dostupnih usluga, javno isticanje, podrška događanjima) - Provedba intenzivnih promotivnih kampanja i personaliziranih itinerera izvan ljeta (marketiški kanali destinacije) - Poticanje i formalizacija fleksibilnih „vikend modela“ tijekom zime, stručna podrška poduzetnicima - Sustavna suradnja kroz digitalni vodič, kontinuiranu edukaciju, digitalizirane baze ponude i organizaciju dionika
Pokazatelji	- Povećanje broja objekata otvorenih izvan glavne sezone - Broj tematskih događanja i korištenje vodiča dostupnih usluga

Element	Opis
	- Porast dolazaka i prometa u izvansezonskom razdoblju - Zadovoljstvo poduzetnika i gostiju, stabilnost i fleksibilnost mreže usluga - Učestalost i kvaliteta suradnje dionika u edukacijsko-marketingnoj mreži
Rok provedbe	2026.–2027., s kontinuiranim evaluacijama i prilagodbama svake godine
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; poduzetnici i ugostitelji; partnerstva; EU fondovi za produženje sezone, inovacije i marketing

Mjera br. 8: Razvoj održivog ruralnog turizma i OPG-ova na području Vodica

Element	Opis
Izazov	Nedovoljna valorizacija ruralnog područja i autohtonih proizvoda, slab marketing i povezivanje OPG-ova s turističkom ponudom, nedostatak znanja o tržištu i digitalnim alatima te potreba za prilagodbom klimatskim promjenama.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstva za ciljeve
Naziv mjere	Razvoj održivog ruralnog turizma i OPG-ova na području Vodica
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; OPG-ovi; udruge poljoprivrednika; turističke agencije; srednje škole i učilišta; Ministarstvo poljoprivrede; razvojne agencije; EU fondovi
Ključna aktivnost	- Edukacije i radionice o digitalnom marketingu, poslovnom planiranju i održivosti - Kreiranje tematskih ruta (vinogradarskih, maslinarskih, gastro) i uključivanje OPG-ova u ponudu Vodica - Poticanje kušaonica, manifestacija, vinskih i maslinarskih festivala, radionica za turiste i škole - Certificiranje OPG-ova s oznakama održivosti i kvalitete (<i>ECO, Green & Local</i>) - Poticanje mladih i novih članova obitelji kroz subvencije, mentorstva i partnerstva sa srednjim školama - Uvođenje sustava navodnjavanja i novih tehnologija radi otpornosti na klimatske promjene - Savjetodavna podrška za informiranje i pomoć kod prijava na nacionalne i EU natječaje
Pokazatelji	- Broj aktivnih, certificiranih i umreženih OPG-ova - Broj edukacija, sudionika i novih OPG projekata - Broj kreiranih ruta i manifestacija ruralnog turizma - Rast prihoda i posjeta OPG-ovima

Element	Opis
	- Broj prijava na nacionalne i EU natječaje - Broj mladih i novih poljoprivrednika u sustavu - Udio OPG-ova s eko certifikatima i implementacijom tehnologija otpornosti na klimu
Rok provedbe	2026.–2028., s faznim razvojem i godišnjim monitoringom
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; EU fondovi za ruralni razvoj (EAFRD); državni programi potpore; komunalni i poljoprivredni partneri; sredstva lokalnih zajednica

Mjera br. 9: Strateško upravljanje dnevnim turističkim tokovima u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Visoki dnevni pritisak na prometnu i plažnu infrastrukturu tijekom sezone, potreba za pametnim upravljanjem resursima, optimizacijom komunalnih usluga, smanjenjem prometnih gužvi i poticanjem cjelogodišnjih modela turizma te stvaranjem efikasnog partnerstva svih dionika.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Strateško upravljanje dnevnim turističkim tokovima
Nositelj / partneri	Grad Vodice; komunalna poduzeća; Turistička zajednica; privatni sektor; prometne službe; agencije; OPG-ovi; edukacijske institucije
Ključna aktivnost	- Sustavno ulaganje u prometnu i komunalnu infrastrukturu – <i>smart</i> parking, digitalni senzori, fleksibilni sustavi ovisno o sezoni - Unapređenje plažne infrastrukture: <i>smart beach</i> platforme, tematska diversifikacija, monitoring kapaciteta i zaštita okoliša - Poticanje izvansezonskih modela i razvoja događanja u manje opterećenim zonama, aktiviranje novih područja - Planiranje <i>shuttle</i> linija i privremenih javnih prijevoza tijekom većih događanja; razvoj digitalnih rješenja za optimalnu dostupnost - Kontinuirana edukacija i certificiranje pružatelja usluga – poticaj za kontinuirano usavršavanje - Uvođenje digitalnog Vodice PASS sustava s posebnim cijenama parkinga za stacionarne goste i promocija dužih boravaka
Pokazatelji	- Povećanje protočnosti, smanjenje prometnih gužvi, zadovoljstvo korisnika - Porast broja novih parking mjesta, ocjena sigurnosti plaža, preraspodjela posjeta - Broj izvansezonskih dolazaka i produženih boravaka

Element	Opis
	- Broj prevezenih putnika u <i>shuttle</i> linijama, zadovoljstvo korisnika javnim prijevozom - Broj certifikacija, edukacija, kvalitativna ocjena usluge - Broj korištenih Vodice PASS kartica, duljina prosječnog boravka
Rok provedbe	2026.–2027., kontinuirano s monitoringom i evaluacijom
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; EU fondovi za pametne gradove i infrastrukturu; država; privatni sektor; koncesije

Mjera br. 10: Ključni turistički proizvodi destinacije Vodice – inovacija, održivost i diversifikacija

Element	Opis
Izazov	Potreba za jačanjem cjelogodišnje turističke raznolikosti, digitalizacijom ključnih proizvoda, podizanjem kvalitete, povezivanjem resursa te razvojem održive i autentične ponude Vodica.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Ključni turistički proizvodi – održiva inovacija i destinacijsko brendiranje
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; komunalne službe; IT sektor; OPG-ovi; ugostitelji; koncesionari; marina; udruge; privatni sektor; EU partneri
Ključna aktivnost	- <i>Smart Beach</i> digitalna rješenja (senzori, info totemi, e-usluge), razvijanje dodatnih zona, kontrola resursa i kvalitete - Digitalna/tematska promocija manifestacija, povezivanje s europskim rutama, streaming i cross promocija lokalnih/inozemnih događanja - Uvođenje ekoloških standarda i zeleni certifikati za marine, proširenje izleta i regata izvan sezone, povezivanje s ruralnim turizmom - Razvoj <i>bike-friendly</i> infrastrukture, digitalnih karata i ruralne integracije, razvoj festivala i novih ruta - Brendiranje gastro-turizma „od polja do stola”, certifikacija i digitalna promocija proizvoda, stvaranje <i>gourmet</i> festivala i sinergije sa sportom i kulturom - Sustavni razvoj agroturizma i ruralnih tura, edukacija mladih OPG-ova, digitalna podrška i poticaji - Razvoj <i>wellness</i>, spa i zdravstvenog turizma, senior paketa, vikend aranžmana i promocija - Kreativne radionice, kulturni kampovi, suradnja s umjetničkim akademijama, promocija destinacije kao kreativnog <i>huba</i>

Element	Opis
	- Kreiranje ponude vjerskog turizma (Camino, tematske staze, lokalni blagdani) uz integriranu digitalnu kampanju i partnerstvo sa župom
Pokazatelji	- Broj digitalnih korisnika <i>Smart Beach</i> rješenja, broj Plavih zastava - Broj internacionalnih/tematskih manifestacija, broj <i>online</i> pratitelja, broj izvansezonskih boravaka - Broj eko certificiranih marina, udio zelenih nautičkih servisa - Porast broja cikloturističkih ruta, korištenje digitalnih itinerera, ruralni <i>event</i> paketi - Broj certificiranih OPG-ova, udio lokalnog u gastro ponudi, rezultati prodaje - Broj novih agroturističkih paketa, broj mladih OPG-ova, ruralni posjeti - Popunjenost u <i>wellness</i> segmentu, broj <i>wellness</i> paketa, trajanje boravka - Broj provedenih kreativnih radionica, broj polaznika - Broj hodočasnika, broj tema/ruta u vjerskom turizmu, ocjena zadovoljstva
Rok provedbe	2026.–2028., s godišnjom evaluacijom i proširenjem novih proizvoda
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; EU fondovi za digitalizaciju, marketing, održivost; privatni sektor; partnerstva i sponzorstva

Mjera br. 11: Prirodni i kulturni resursi destinacije Vodice – inovativno upravljanje i valorizacija

Element	Opis
Izazov	Neravnomjerna opterećenost najatraktivnijih zona, nedovoljna valorizacija <i>outdoor</i> i kulturno-prirodnog potencijala izvan glavne sezone, fragmentirana prezentacija resursa i slabija koordinacija u tumačenju, promociji i korištenju infrastrukture.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Prirodni i kulturni resursi – inovacija, disperzija, interpretacija
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; privatni IT sektor; OPG-ovi; ugostitelji; sportske i <i>outdoor</i> udruge; kulturne institucije; škole; agencije; otočni i ruralni partneri; EU fondovi
Ključna aktivnost	- Uvođenje integriranog digitalnog sustava informiranja i navigacije (interaktivna karta, info-paneli, <i>bike-share</i>, <i>shuttle</i> modeli) za ravnomjernu disperziju tokova - Organizacija tematskih tura i evenata (<i>hiking</i>, <i>birdwatching</i>, <i>bike</i>, <i>slow-tour</i>), razvoj novih turističkih i edukativnih zona, vođeni programi izvan špice - Kreacija centralnog Vodice Active Hub, transparentno upravljanje javnim sportskim/kulturnim infrastrukturnama

Element	Opis
	- Godišnji kalendar festivala i manifestacija s digitalnom platformom za prodaju i kapacitet - Sustavno uvođenje certificiranih destinacijskih vodiča, razvoj novih tematskih tura i sustav digitalne vidljivosti za ponudu - Proaktivna podrška sportskim i <i>outdoor</i> događajima, destinacijski poticaji i nagrade, digitalni kalendar - Edukacija i partnerska promocija održive distribucije posjetitelja, mjerna točka za najosjetljivija područja
Pokazatelji	- Broj korisnika digitalne platforme, korištenost aplikacije, smanjenje opterećenja na najfrekventnijim zonama - Broj tura i manifestacija izvan ljeta, rast noćenja izvan špice - Broj grupnih <i>evenata</i>, broj izvansezonskih upita, povećanje prihoda - Broj prodanih aranžmana/festivala, digitalizirani kalendar - Broj certificiranih vodiča, zadovoljstvo gostiju tematskim rutama - Broj podržanih <i>evenata</i> i sportskih manifestacija, ukupni promet - Rast vidljivosti Vodiča kao destinacije koja objedinjuje prirodne i kulturne resurse
Rok provedbe	2026.–2028., uz godišnju evaluaciju i proširenje aktivnosti
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; EU fondovi za digitalizaciju, inovacije, ruralni i kulturni razvoj; privatni sektor, sponzori, koncesije

Mjera br. 12: Sport, zabava i kulturne atrakcije – integracija, inovacija i cjelogodišnji razvoj

Element	Opis
Izazov	Nedovoljna iskorištenost sportske, <i>event</i> i kulturne infrastrukture izvan glavne sezone, slaba digitalna koordinacija resursa, manjak integriranih itinerera i nedovoljno brendiranje destinacije u segmentu sporta, zabave i kreativnih programa.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Sport, zabava i kulturne atrakcije – destinacijska integracija
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; sportske udruge; hotelski sektor; organizatori <i>evenata</i> ; IT sektor; OPG-ovi; privatni sektor; umjetničke škole; festivalske udruge; EU fondovi

Element	Opis
Ključna aktivnost	- Uspostava integriranog destinacijskog sustava za upravljanje resursima (<i>team</i> Vodice Active Hub, centralizirana digitalna baza, kalendar rezervacija) - Brendiranje Vodice kao sportsko-rekreacijske destinacije: geo marketing, <i>outdoor</i> signalizacija, digitalna navigacija, međunarodna promo manifestacija - Digitalne platforme za najavu, prodaju i distribuciju destinacijskih proizvoda: rezervacije biciklističkih tura, <i>outdoor</i> događanja, festivalske ulaznice - Interdisciplinarna edukacija i partnerstva (sport+gastro+<i>guiding</i>), edukacija animatora i vodiča, povezivanje OPG-ova s događanjima - Multidisciplinarni timovi za festivalske kalendare, uvod u nove modele digitalnih paketa i ekološke učinkovitosti - Digitalno opremanje i promocija biciklističkih, <i>walking</i> i <i>outdoor</i> ruta (mobilna aplikacija, servisne točke, <i>shuttle</i> i <i>bike-share</i> sustavi)
Pokazatelji	- Ispunjenost sportskih/rekreativnih i kongresnih kapaciteta izvan sezone, broj grupnih evenata - Broj digitalnih korisnika platforme, broj internacionalnih manifestacija, broj posjeta itinererima - Broj provedenih edukacija, udio OPG-ova u <i>eventima</i>, zadovoljstvo sudionika - Broj izvansezonskih događanja, korištenost ponude na više lokacija, broj digitalnih ulaznica - Broj korisnika mobilne aplikacije za <i>outdoor</i>, broj servisnih točki, prosječna duljina korištenih ruta
Rok provedbe	2026.–2027., s godišnjim monitoringom, digitalnom evaluacijom i proširenjem sadržaja
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; sportski sektor; festivalske udruge; privatni sektor; EU fondovi za sport, kreativne industrije, turizam

Mjera br. 13: Upravljanje događanjima – održivost, mjerenje i partnerstvo

Element	Opis
Izazov	Sve veći broj i intenzitet događanja zahtijeva profesionalizirano upravljanje, očuvanje kvalitete života, smanjenje negativnih utjecaja (buka, promet, otpadi), jasno definiranu strukturu i uključivost zajednice te efikasno mjerenje društvenih i ekonomskih učinaka.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Upravljanje događanjima: održivost, mjerenje i partnerstvo

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; komunalne službe; policija; javne ustanove; udruge; ugostitelji; OPG-ovi; privatni sektor; prijevoznike tvrtke; civilno društvo; EU projekti
Ključna aktivnost	- Uspostava sustava mjerenja i upravljanja bukom na svim lokacijama događanja; zvučne stanice, informacijske baze i automatizirane obavijesti - Standardizacija trajanja i opsega javnih sadržaja: definirani limiti, javno objavljene smjernice, monitoring i kontrole - Javno uključivanje građana i civilnog sektora kroz panele, savjetovanja i zajedničke odluke - Sustavni razvoj analitika događanja: ROI, financijska i društvena analiza, izvještaji, CO₂ otisak - Organizacija <i>shuttle</i> i eko mobilnosti tijekom većih događanja; digitalno upravljanje mobilnošću - Uspostava formaliziranih protokola za upravljanje događanjima: planiranje, vođenje, evaluacija, transparentnost postupaka
Pokazatelji	- Broj mjernih točaka, smanjenje buke, zadovoljstvo građana i posjetitelja - Smanjenje broja pritužbi, broj provedenih kontrola, razina zadovoljstva zajednice - Broj analiziranih događanja, povećanje ROI-ja, smanjenje negativnih učinaka - Broj korisnika <i>shuttle</i> usluge, smanjenje zagušenja, zadovoljstvo posjetitelja - Broj formalno evaluiranih događanja, stopa ponavljanja uspješnih evenata
Rok provedbe	2026.–2029., kontinuirano praćenje i nadogradnja sustava
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; partneri; EU projekti za održivost i pametno upravljanje događanjima; sponzori

Mjera br. 14: Integrirano upravljanje parkirališnim kapacitetima u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Rast prometa, gužve, manjak digitalnih rješenja i neujednačeno korištenje parkirnih kapaciteta smanjuju kvalitetu urbanog života, sigurnost tijekom sezone i dostupnost javnih prostora. Potreban je pametan sustav, jasno regulirani koridori, podrška mobilnosti i dugoročna prometna strategija.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija
Naziv mjere	Integrirano upravljanje parkirališnim kapacitetima u Vodicama

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Vodice; gradsko poduzeće Vodice d.o.o.; tehnološki dobavljači; Turistička zajednica; privatni prijevoznici; turističke agencije; policija; vatrogasci; komunalno redarstvo; vlasnici zemljišta; stručne institucije; konzultanti; županija
Ključna aktivnost	- Implementacija <i>smart</i> parking sustava (nabava rampi i senzora, razvoj aplikacije za vozače, digitalna naplata) - Uspostava <i>park&ride</i> rubnih zona, organizacija <i>shuttle</i> i mini bus linija do centra i obale - Regulacija prometovanja autobusa i jednodnevnih posjetitelja (posebne autobusne zone, signalizacija, nadzor) - Uvođenje prekršajnog nadzora, interventnih koridora, stroži monitoring prohodnosti prometnica - Izrada prometne studije s dugoročnim planom upravljanja prometom i parkiralištima, ekološko usmjerenje i digitalizacija procesa
Pokazatelji	- Broj instaliranih senzora/rampi, dostupnost aplikacije, smanjenje vremena traženja mjesta - Broj P&R kapaciteta, broj <i>shuttle</i> linija i korisnika - Broj autobusa u službenim zonama, smanjenje nereguliranog parkiranja - Broj intervencija, prohodnost u sezoni, broj prekršaja i kazni - Usvojen prometni plan/studija, rast digitalizacije, smanjenje emisija CO₂
Rok provedbe	2026.–2027., s evaluacijom nakon svake sezone
Izvor financiranja	Gradski proračun; EU fondovi za digitalizaciju i promet; javno-privatna partnerstva; privatne investicije

Mjera br. 15: Vodice Smart City – digitalna transformacija i pametno upravljanje gradom

Element	Opis
Izazov	Potrebno je unaprijediti digitalnu komunikaciju, transparentnost, učinkovitost te podići kvalitetu informiranja i usluga za građane, turiste i partnere kroz integrirana Smart City rješenja.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Vodice Smart City – integrirana digitalna platforma za građane i turiste
Nositelj / partneri	Grad Vodice; IT partneri; Turistička zajednica Grada Vodica

Element	Opis
Ključna aktivnost	- Uvođenje novih funkcionalnosti u Smart City aplikaciju: aktualni događaji, interaktivne karte atrakcija i biciklističkih ruta, prikaz <i>real time</i> gužvi na plažama i parkiralištima - Integracija gradske aplikacije s turističkim sustavima (Visit Vodice, e-ticketing, digitalne turističke baze) - Ugradnja IoT senzora na ključne točke (plaže, parking, šetnice, javne zone) za praćenje gužvi, prometa i ekoloških pokazatelja - Uspostava višekanalne promocije aplikacije (QR kodovi u hotelima, kampovima, TIC centrima, javnim prostorima) - Razvoj višestruke jezične podrške (HR, EN, DE, IT, PL, FR, CZ) radi veće pristupačnosti i internacionalne prepoznatljivosti - Proširenje Smart City sustava na integraciju s komunalnim službama i plaćanjem računa, najavama događanja, prostornim planovima i e-uslugama građana
Pokazatelji	- Broj instaliranih funkcionalnosti u aplikaciji - Broj povezanih turističkih i javnih servisa - Broj aktivnih korisnika i preuzimanja aplikacije - Broj aktivnih IoT senzora i preciznost dostupnih podataka - Rast učinkovitosti komunikacije i zadovoljstva korisnika - Porast stupnja digitalizacije u radu gradske uprave
Rok provedbe	2026.–2027., s godišnjom fazom nadogradnje i evaluacije funkcionalnosti
Izvor financiranja	Gradski proračun; EU fondovi (Digital Europe, CEF2 Digital); HTZ; strateška partnerstva s IT sektorom i javno-privatnim partnerima

Mjera br. 16: Razvoj ljudskih resursa i Akademija Vodice Pro Quality

Element	Opis
Izazov	Nedostatna profesionalizacija, varijabilna razina kompetencija, osjetljivost na trendove te potreba za cjelovitom edukacijom svih profila u turizmu i ugostiteljstvu, uključujući inovativne i specijalističke akademije.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Razvoj ljudskih resursa i Akademija Vodice Pro Quality
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; privatni sektor; edukativne ustanove; agencije za edukaciju; barovi/restorani/slastičarnice; OPG-ovi; poslodavci; EU fondovi

Element	Opis
Ključna aktivnost	- Uspostava Destinacijskog edukativnog savjeta i godišnjeg plana interdisciplinarnih radionica - Model bodovanja i Pro Quality certifikacije za objekte i pojedince; oznaka donosi prednosti u promociji i natjecajima - Uvođenje obveznih početnih <i>online</i> modula za sve radnike (komunikacija, kultura, zakonodavstvo) - Pokretanje specijalnih akademija: barista, moderni deserti, vegetarijanska/veganska gastronomija, riblja i dalmatinska kuhinja, somelijeri - <i>Worker-friendly</i> program: rješenja za smještaj sezonaca i razvoj kadrova cijele godine - Promocija „Hrvatskog jezika u turizmu” među stranim radnicima (<i>online</i> modul) - Priprema i prijava zajedničkih EU projekata za osiguranje sufinanciranja i razvoja opreme - Neprestana analiza potreba, edukacijske inovacije, redovite revizije i izvještaji o napretku
Pokazatelji	- Broj realiziranih radionica i modula; broj certificiranih objekata i zaposlenika - Korištenje oznake Vodice Pro Quality; sudjelovanje na edukacijama i benefitima - Broj novih stručnjaka za kavu, slastičarstvo, vegansku kuhinju, riblje specijalitete, somelijerstvo - Rješenja za smještaj radnika i broj partnera <i>worker friendly</i> programa - Broj stranih radnika s položenim modulom hrvatskog jezika - Količina odobrenih EU projekata i ukupni iznos sufinanciranja - Redovite revizije i zadovoljstvo edukacijama na godišnjoj bazi
Rok provedbe	2026.–2028., godišnje ažuriranje i kontinuirana prilagodba
Izvor financiranja	Turistička zajednica; Grad Vodice; privatni sektor; poslodavci; EU fondovi; partneri za edukaciju

Mjera br. 17: Izgradnja konkurentnosti u upravljanju smještajem u domaćinstvu

Element	Opis
Izazov	Potreba za profesionalizacijom, standardizacijom i kontinuiranom edukacijom iznajmljivača u domaćinstvu, uz certificiranje i poticanje održivog poslovanja radi podizanja kvalitete turističke ponude Vodica.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Izgradnja konkurentnosti u upravljanju smještajem u domaćinstvu

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; Ministarstvo turizma; edukativne ustanove; iznajmljivači; certificirana tijela; IT platforme; HGK; lokalni i EU partneri
Ključna aktivnost	- Obvezna modularna edukacija za sve iznajmljivače kroz e-učenje (teme: sigurnost, zakonodavstvo, komunikacija, digitalni marketing) uz izdavanje e-certifikata - Uvrštavanje certificiranih objekata u promotivne kampanje i gradske natječaje, dodatno bodovanje u okviru javnih poziva - Uvođenje sustava poticaja za aktivne i kvalitetne domaćine: besplatno oglašavanje, oznake kvalitete, uključenost u destinacijsku ponudu - Razvijanje lokalnih partnerstava i mentorskih programa za prijenos znanja među iznajmljivačima - Izmjene zakonskog okvira: uključivanje minimalnih edukacijskih standarda, kontrole, sigurnosni standardi te prava gostiju - Praćenje implementacije kroz redovite inspekcije i evaluacije zadovoljstva korisnika te iznajmljivača
Pokazatelji	- Broj polaznika edukacijskih modula i izdanih certifikata - Udio certificiranih objekata promoviranih u kampanjama i natjecajima - Broj korisnika sustava poticaja i oznaka kvalitete - Broj održanih radionica, mentorskih veza i partnerstava - Uspostava i provedba izmjena zakonskog okvira - Rezultati inspekcija, razina zadovoljstva gostiju i iznajmljivača
Rok provedbe	2026.–2027., kontinuirano usavršavanje i nadzor
Izvor financiranja	Grad Vodice; Turistička zajednica; nacionalni proračun; EU fondovi za edukaciju i održivost; privatni sektor

Mjera br. 18: Postavljanje sustava modernog DMO (*Destination Management Organisation*) u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Integracija destinacijskog upravljanja, potreba za jasnom podjelom odgovornosti i ulogom ključnih funkcija, digitalizacija poslovanja i jačanje konkurentnosti kroz partnersku suradnju i razvoj kompetentnog tima.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Postavljanje sustava modernog DMO (Destination Management Organisation)

Element	Opis
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Vodice; Grad Vodice; vanjski suradnici (IT, marketing, <i>analytics</i>); komunalna poduzeća; financijski sektor; lokalni i nacionalni partneri; edukacijske ustanove; TIC Vodice; studenti
Ključna aktivnost	- Uspostava funkcije direktora DMO-a (CEO): razvoj vizije, strateški projekti, koordinacija, odnos s dionicima - Marketing i razvoj proizvoda (CMO): brending, kampanje, digitalni marketing, razvoj inovativnih proizvoda s dionicima - Voditelj TIC-a: analitika, eVisitor izvještaji, CRM i komunikacija s posjetiteljima, koordinacija sezonskog osoblja - Financijsko upravljanje i administracija: budžetiranje, nabave, uredno poslovanje - Razvoj <i>event management</i> funkcije: operativno vođenje manifestacija i projekata, digitalizacija CRM procesa - Upravljanje sezonskim timom info točki: trening i angažman sezonskih info djelatnika za TIC i terenske pozicije, maksimalna dostupnost informacija
Pokazatelji	- Jasno definirana vizija, broj strateških i inovativnih projekata, - Razina vidljivosti destinacije, broj partnerskih subjekata u kampanjama, rast izvansezonskih dolazaka - Broj izvještaja, analiza i anketa, rast posjećenosti TIC-a, kvaliteta CRM servisa - Redovna financijska izvješća, urednost poslovanja - Broj evenata, učinkovitost organizacije i digitalizacije, broj zadovoljnih korisnika - Fleksibilno i motivirano sezonsko osoblje; mjerljivost zadovoljstva i kompetencija posjetitelja
Rok provedbe	2026., kontinuirano ažuriranje i profesionalizacija
Izvor financiranja	Proračun Turističke zajednice; Grad Vodice; partnerstva s privatnim sektorom; prihodi od projekata i manifestacija; EU fondovi za digitalizaciju i razvoj vještina

Mjera br. 19: Integrirano prostorno planiranje i urbani razvoj u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Ubrzani rast i razvoj destinacije zahtijeva visoku razinu transparentnosti, usklađenost s infrastrukturom i održivo korištenje prostora kroz participativno i digitalizirano planiranje, očuvanje identiteta te jasnu pravnu i administrativnu koordinaciju.
SDG poveznice	SDG 6 – Čista voda i sanitacija; SDG 7 – Pristupačna i čista energija; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednica; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 16 – Mir, pravda i snažne institucije; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Integrirano prostorno planiranje i urbani razvoj u Vodicama

Element	Opis
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Upravni odjel za prostorno planiranje; komunalna poduzeća; razvojne agencije; stručne institucije; konzervatori; Zeleni odjel; IT partneri; lokalna zajednica; privatni sektor; nezavisne revizorske komisije; županija; građani
Ključna aktivnost	- Redovno uključivanje javnosti i dionika u izradu prostornih/urbanističkih planova te zajedničko definiranje prioriteta projekata - Pravovremeno rješavanje infrastrukturnih priključaka za nove projekte (voda, kanalizacija, promet, energija) - Očuvanje krajolika, javnih površina i kulturno-povijesnih vrijednosti: ozelenjavanje, širenje pješačkih zona - Digitalizacija planiranja: pametni sustavi za promet, energetiku, komunalni monitoring, otvoreni podaci i GIS baze.
Pokazatelji	- Razina zadovoljstva dionika - Površina novih zelenih/javnih prostora, broj obnovljenih identitetskih ambijenata - Broj i angažiranost digitalnih rješenja, razina transparentnosti i dostupnosti informacija
Rok provedbe	2026.–2029., kontinuirano uz godišnje izvještaje, evaluacije i prilagodbe
Izvor financiranja	Proračun Grada Vodice; EU fondovi za održivi i urbani razvoj; partnerstva s privatnim sektorom; fondovi zaštite okoliša

Mjera br. 20: Integrirano upravljanje vodom i odvodnjom destinacije Vodice

Element	Opis
Izazov	Nedostatna kanalizacijska i vodoopskrbna mreža te digitalizacija sustava, potreba za ubrzanim razvojem u turističkim, opterećenim i rubnim zonama, kontrola ispusta i edukacija korisnika, pravovremene reakcije na incidente.
SDG poveznice	SDG 6 – Čista voda i sanitacija; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija
Naziv mjere	Integrirano upravljanje vodom i odvodnjom destinacije
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Vodovod i odvodnja Šibenik d.o.o.; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja; IT partneri; škole; komunalna poduzeća; konzultanti; inspeksijske službe; privatni sektor
Ključna aktivnost	- Provoditi edukativne kampanje i informiranje o racionalnoj potrošnji vode, posebno pred sezonu i u vrhuncu

Element	Opis
	- Organizirati pojačani inspekcijski nadzor i javno izvještavanje o stanju ispusta i septičkih jama, protokoli za hitne intervencije - Ugradnja <i>real-time</i> sustava za automatsko praćenje kvalitete vode i alarmiranje na ključnim objektima
Pokazatelji	- Duljina novoizgrađene kanalizacijske mreže, postotak priključenih stanovnika i turističkih objekata - Broj održanih edukacija i obuhvaćenih stanovnika/gostiju, smanjenje potrošnje vode
Rok provedbe	2026.–2027., kontinuirano uz fazno nadograđivanje i evaluaciju
Izvor financiranja	EU fondovi; gradski i županijski proračun; Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja; partnerstvo s privatnim sektorom

Mjera br. 21: Postavljanje i održavanje sanitarnih objekata u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Održavanje i dostatnost javnih sanitarnih objekata na ključnim turističkim lokacijama, osobito tijekom turističke sezone. Potrebno povećati broj i kvalitetu objekata te prilagoditi raspored održavanja stvarnim potrebama.
SDG poveznice	SDG 6 – Čista voda i sanitacija; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Postavljanje i održavanje sanitarnih objekata
Nositelj / partneri	Grad Vodice; komunalno poduzeće Leć d.o.o.; Turistička zajednica Grada Vodica; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; lokalna poduzeća i ugostitelji
Ključna aktivnost	- Redovito održavanje i čišćenje javnih WC-a (svakodnevno u sezoni, izvan sezone prema potrebi) - Postavljanje dodatnih eko sanitarnih čvorova na lokacijama s povećanim prometom (npr. Bristak, centar) - Modernizacija postojećih sanitarnih objekata i prilagodba osobama s invaliditetom - - Praćenje kapaciteta i zadovoljstva korisnika kroz komunalni sustav dojava - Ugradnja senzorskih sustava za ekonomičnu potrošnju vode i energije
Pokazatelji	- Broj sanitarnih objekata po lokaciji - Broj novoinstaliranih eko čvorova - Učestalost čišćenja u sezoni i izvan sezone - Postotak sanitarnih objekata prilagođenih osobama s invaliditetom - Broj zaprimljenih korisničkih dojava i stopa zadovoljstva

Element	Opis
Rok provedbe	Kontinuirano, uz godišnje planove održavanja (2026.–2030.)
Izvor financiranja	Proračun Grada Vodica; komunalna naknada; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; moguća EU sufinanciranja (EFRR); partnerstva s privatnim sektorom

Mjera br. 22: Unaprjeđenje digitalne infrastrukture i inkluzija u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Zagušenje mreže tijekom vršnih termina, nedovoljna pokrivenost brzim internetom, niska digitalna opremljenost smještajnih objekata, loše korisničko iskustvo u javnim zonama te digitalni jaz kod dijela stanovništva i OPG-ova. Nužno je osigurati modernu digitalnu infrastrukturu, dostupnost brzog interneta i razvoj digitalnih kompetencija u turističkom i lokalnom sektoru.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 10 – Smanjenje nejednakosti
Naziv mjere	Unaprjeđenje digitalne infrastrukture i inkluzija
Nositelj / partneri	Grad Vodice; telekom operatori (HT, A1, Iskon itd.); Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture; Turistička zajednica Grada Vodica; lokalni iznajmljivači, OPG-ovi i obrtnici; škole i obrazovne ustanove
Ključna aktivnost	- Modernizacija telekom infrastrukture i dogovor za proširenje optike i 5G signala u svim naseljima - Postavljanje besplatnog javnog Wi-Fi-ja na ključno posjećenim lokacijama i turističkim zonama - Izrada i primjena digitalnog standarda za smještajne objekte (min. brzina, pokrivenost, vanjska pristupna točka) - Poticanje prijave objekata za eko/digitalno označavanje u suradnji s TZ-om - Organizacija edukativnih radionica za iznajmljivače, OPG-ove i obrtnike - Razvoj i promocija lokalnih pametnih aplikacija (turizam, javne usluge, mobilnost)
Pokazatelji	- Broj pokrivenih naselja optikom ili 5G signalom - Broj postavljenih Wi-Fi točaka na javnim prostorima - Broj korisnika uključenih u digitalne edukacije
Rok provedbe	2026.–2028.

Element	Opis
Izvor financiranja	NPOO; fondovi EU-a (EFRR, Digital Europe); nacionalni programi digitalizacije; gradski proračun; partnerstva s telekom operatorima i privatnim sektorom

Mjera br. 23: Destinacijska zelena tranzicija u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Nedostatak integriranih strategija i uključivanja šire zajednice u održivi razvoj turizma. Potrebno je uspostaviti sustavni pristup tranziciji prema zelenoj infrastrukturi, osnažiti iznajmljivače te implementirati lokalne standarde i certifikate održivosti.
SDG poveznice	SDG 7 – Pristupačna i čista energija; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Destinacijska zelena tranzicija
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica Grada Vodica; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; komunalno poduzeće Leć d.o.o.; lokalni iznajmljivači i ugostitelji; EU fondovi i programi; stručne udruge za energetske obnovu
Ključna aktivnost	- Uvođenje „Zelenog standarda“ za turističke objekte: lokalne smjernice za ekološku i energetske učinkovitost - Subvencije za OIE, ugradnju solarnih sustava i energetske obnove - Edukacijske radionice i info točke za iznajmljivače o održivom poslovanju - Certificiranje „zelenih objekata“ i promocija na TZ-ovim platformama - Prikupljanje i javno izvještavanje o potrošnji energije i vode - „Zeleni registar destinacije“ - Modernizacija javne infrastrukture (rasvjeta, pametno upravljanje) - Poticanje kružnog gospodarstva: kompostiranje, lokalna nabava, ponovna upotreba
Pokazatelji	- Broj certificiranih objekata sa „zelenim standardom“ - Broj novoizgrađenih ili obnovljenih objekata s OIE-om - Učestalost i broj održanih edukacija - Udio javne rasvjete nadograđene LED tehnologijom - Broj objekata uključenih u zeleno certificiranje i promociju - Volumen komunalnog otpada smanjen kroz kružno gospodarstvo
Rok provedbe	2026.–2029.
Izvor financiranja	EU fondovi (EFRR, LIFE, Horizon), Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost, gradski proračun, javno-privatna partnerstva, nacionalni programi za energetske tranziciju

Mjera br. 24: Unificiranje vizualnog identiteta i urbane opreme u povijesnoj jezgri Vodica

Element	Opis
Izazov	Neujednačen vizualni identitet i loša kvaliteta urbane opreme u povijesnoj jezgri narušavaju doživljaj prostora, otežavaju promociju kulturne baštine i smanjuju turističku atraktivnost. Potrebno je regulirati izgled terasa, reklama i opreme te uvesti transparentan nadzor i poticaje za unaprjeđenje.
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast
Naziv mjere	Unificiranje vizualnog identiteta i urbane opreme
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica Grada Vodica; Konzervatorski odjel; komunalno poduzeće; udruženja ugostitelja i trgovaca; GIS i IT stručnjaci; stručnjaci za dizajn prostora
Ključna aktivnost	- Zoniranje javnih površina, posebno za povijesnu jezgru s posebnim pravilima - Donošenje obavezne palete boja za terase u jezgri - Usvajanje posebnog pravilnika o urbanoj opremi (u katalog uključiti suncobrane, tende, stolice, način postavljanja) - Ograničenje veličine i materijala reklama - Pravilnik za regulaciju svjetlosnih standarda - Uspostava GIS katastra reklamnih tijela i sustava QR kodova za nadzor - Periodični monitoring i ankete struke i gostiju o vizualnom dojmu
Pokazatelji	- Broj izdanih i obnovljenih dozvola za urbano reklamno tijelo - Udio terasa koje zadovoljavaju vizualne standarde - Broj reklama evidentiranih u GIS sustavu - Učestalost savjetovanja i sufinanciranja - Broj aktivnosti za promidžbu „uređenih terasa“ - Rezultati i ocjene monitoringa vizualnog dojma
Rok provedbe	2026.–2031. (postupna implementacija i nadzor)
Izvor financiranja	gradski proračun; sufinanciranje TZ-a; EU fondovi za urbano i kulturno nasljeđe; doprinos korisnika/javnih poslovnih subjekata; partnerstva s IT/GIS stručnjacima

Mjera br. 25: Upravljanje plažama

Element	Opis
Izazov	Sezonska opterećenost i visoka posjećenost plaža dovode do zahtjeva za intenzivnijim komunalnim nadzorom, kontinuiranim održavanjem sanitarne infrastrukture, praćenjem pristupačnosti za osobe s invaliditetom i učinkovitim radom spasilačke službe. Održavanje visokih standarda kvalitete ključno je za poziciju Vodica kao <i>premium</i> destinacije.
SDG poveznice	SDG 6 – Čista voda i sanitacija; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Integrirano upravljanje i unapređenje standarda na plažama
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica Grada Vodica; komunalno poduzeće Leć d.o.o.; koncesionari plaža; spasilačka služba; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; udruge osoba s invaliditetom
Ključna aktivnost	- Pojačan komunalni nadzor, osobito u vršnim terminima (15. 7.–15. 8.) - Redovito i češće čišćenje sanitarnih objekata, WC-a i tuševa - Kontinuirano tehničko održavanje i sanacija objekata - Stalna dostupnost kabina za presvlačenje i prilagodba za osobe s invaliditetom - Uvođenje dodatnih specijaliziranih sanitarnih sadržaja - Organizacija suradnje komunalnih službi, koncesionara i spasilaca - Praćenje zadovoljstva i sigurnosnih pokazatelja kroz ankete i izvješća - Promocija Plave plaže kao modela dobre prakse održivog upravljanja
Pokazatelji	- Broj dnevnih čišćenja i sanacija u sezoni - Postotak sanitarnih objekata tehnički ispravnih i prilagođenih osobama s invaliditetom - Broj intervencija spasilačke službe i izvješća o sigurnosti - Rezultati korisničkih anketa o kvaliteti i dostupnosti sadržaja - Ukupni broj promidžbenih aktivnosti vezanih uz održivost i kvalitetu plaža
Rok provedbe	Kontinuirano, s naglaskom na glavnu sezonu (2026.–2029.)
Izvor financiranja	gradski proračun; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; prihodi od koncesija; suradnja s TZ-om; moguća EU sufinanciranja za održivu infrastrukturu

Mjera br. 26: Unaprjeđenje sustava klimatskog upravljanja i izvještavanja u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Iako Grad Vodice od 2024. godine provodi integrirane politike za smanjenje ovisnosti o fosilnim gorivima i povećanje energetske učinkovitosti (SECAP, Plan zelene obnove), destinacija i dalje nema razvijen sustav za praćenje klimatskih izvješća, procjenu ekološke nosivosti niti evaluaciju učinaka turizma na biološku raznolikost. Nužno je povezati sve sektore i uvesti sustavno izvještavanje te jasne postupke procjene održivosti.
SDG poveznice	SDG 7 – Pristupačna i čista energija; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 15 – Život na kopnu; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Unaprjeđenje sustava klimatskog upravljanja i izvještavanja
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica Grada Vodica; Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost; stručnjaci za klimatsku politiku; udruge za zaštitu okoliša; akademska zajednica; vanjski konzultanti za održivost
Ključna aktivnost	- Razvoj jedinstvenog digitalnog sustava za praćenje, prikupljanje i analizu godišnjih klimatskih podataka i izvještaja - Izrada procjene ekološke nosivosti (npr. određivanje maksimalno prihvatljivog broja posjetitelja po zonama) - Provedba procjene utjecaja turizma na biološku raznolikost - Redovita izrada i javno objavljivanje godišnjih klimatskih izvješća - Informiranje i uključivanje građana i dionika kroz radionice i info-platforme - Jačanje suradnje s akademskom zajednicom i ekološkim udrugama u evaluaciji podataka i prijedloga mjera - Unapređenje SECAP-a i zelene strategije na temelju rezultata izvještaja
Pokazatelji	- Broj izrađenih i objavljenih godišnjih klimatskih izvješća - Izrađena procjena ekološke nosivosti destinacije - Izvještaj o utjecaju turizma na biološku raznolikost - Udio stanovnika i dionika uključenih u izradu i reviziju izvještaja - Učestalost ažuriranja SECAP-a i zelene strategije
Rok provedbe	2026.–2030., s prvim godišnjim izvješćem u Q2/2026., kontinuirano ažuriranje

Element	Opis
Izvor financiranja	gradski proračun; Fond za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost; EU fondovi (LIFE, EFRR, Interreg); nacionalni programi za klimatsku tranziciju; partnerstva s dioničarima i stručnim institucijama

Mjera br. 27: Nadogradnja i integracija digitalne destinacijske aplikacije Vodica

Element	Opis
Izazov	Suvremene destinacije zahtijevaju integrirani digitalni alat koji pruža ažurne informacije, interaktivne karte i napredne funkcionalnosti u realnom vremenu. Postojeća aplikacija još uvijek nema interaktivne sadržaje (AR/VR), integraciju sa sustavima HTZ-a i <i>online</i> rezervacijama, niti prikaz stanja gužvi ili višejezičnu podršku za međunarodne posjetitelje.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Nadogradnja i integracija digitalne destinacijske aplikacije
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica Grada Vodica; Hrvatska turistička zajednica; IT partneri; operateri sustava senzora i digitalne infrastrukture; ugostitelji i pružatelji usluga; promotivne platforme i turistički informativni centri
Ključna aktivnost	- Ugradnja modula za ažurne informacije o događajima - Izrada interaktivnih karata atrakcija i biciklističkih ruta s navigacijom - Prikaz stanja gužvi na plažama i parkiralištima u realnom vremenu ([IoT] senzori) - Razvoj inovativnih AR/VR sadržaja za atrakcije i ponudu - Potpuna integracija s Visit Vodice aplikacijom i bazama HTZ-a - Uvođenje <i>online</i> rezervacija i e-ticketing sustava - Provedba promocije putem QR kodova na ključnim točkama i digitalnim kanalima - Implementacija višestruke jezične podrške (HR, EN, DE, IT, PL, FR, CZ) - Redovito prikupljanje korisničkih povratnih informacija i kontinuirana optimizacija funkcionalnosti
Pokazatelji	- Broj funkcionalnosti implementiranih u aplikaciju - Udio korisnika koji redovito koristi aplikaciju - Broj klikova/prijenosa s QR kodova - Broj korisnika po stranim jezicima - Broj atrakcija i sadržaja integriranih s AR/VR inovacijama - Broj integracija sa sustavima za rezervacije i <i>e-ticketing</i>

Element	Opis
Rok provedbe	2026.–2028. (fazno uvođenje i godišnja evaluacija)
Izvor financiranja	gradski proračun; EU fondovi za digitalizaciju i inovacije; partnerstva s IT sektorom i operaterima; promidžbeni budžeti turističkih subjekata; privatni sektor (sufinanciranje npr. <i>e-ticketing</i> , AR/VR sadržaji)

Mjera br. 28: Sustavno osiguranje pristupačnosti osobama s invaliditetom

Element	Opis
Izazov	Nedovoljna integracija zakonskih i međunarodnih standarda pristupačnosti u svim fazama razvoja destinacije smanjuje mogućnosti aktivnog uključivanja osoba s invaliditetom i drugih ranjivih skupina. Postojeći infrastrukturni potencijal potrebno je sustavno usmjeriti prema univerzalnom dizajnu i obaveznoj pristupačnosti svih javnih i turističkih objekata.
SDG poveznice	SDG 10 – Smanjenje nejednakosti; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 3 – Dobro zdravlje i blagostanje; SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Sustavno osiguranje pristupačnosti i univerzalnog dizajna
Nositelj / partneri	Grad Vodice; investitori i projektanti; Turistička zajednica Grada Vodica; komunalna i prostorna služba; udruge osoba s invaliditetom; dječje i seniorske udruge; stručnjaci za univerzalni dizajn; Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine
Ključna aktivnost	- Dosljedno provođenje nacionalnih zakona i propisa o pristupačnosti (NN 12/23, NN 78/13) - Usklađivanje s europskom Direktivom (EU) 2019/882 i Konvencijama UN-a - Implementacija međunarodnog standarda ISO 21542:2011 za ocjenu prilagođenosti objekata - Sistematska integracija prilagodbe osobama s invaliditetom u urbanističko, prostorno i informacijsko planiranje - Jasno označene inkluzivne rute za pristup javnim i turističkim objektima, plažama, institucijama - Redoviti nadzor i evaluacija prilagođenosti od stručnih i civilnih dionika - Provedba edukacija i radionica za investitore, projektante i upravljače - Proaktivno upravljanje prilagodbama – ravnomjerna sigurnost i funkcionalnost za djecu, osobe s invaliditetom, starije i ostale ranjive skupine
Pokazatelji	- Broj objekata usklađenih s nacionalnim i međunarodnim standardima

Element	Opis
Rok provedbe	Kontinuirano, uz godišnje izvještaje i nadzor (2026.–2032.)
Izvor financiranja	gradski proračun; nacionalni i EU fondovi za infrastrukturu i inkluziju; suradnja s Ministarstvom i specijaliziranim udrugama; partnerstvo s EU operativnim programima

Mjera br. 29: Strateški program edukacija i certificiranje kompetencija u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Potreban je sustavno razvijen i transparentno vođen program edukacija i certificiranja kompetencija za turističke djelatnike, što otežava praćenje kvalitete kadra i prilagodbu potrebama suvremenog turističkog tržišta. Nedostatak poticaja za kontinuirano usavršavanje smanjuje konkurentnost destinacije.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Strateški program edukacija i certificiranja kompetencija
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; predstavnici privatnog sektora i poslodavci; obrazovne institucije; vanjski stručnjaci i predavači; IT partneri za digitalnu platformu
Ključna aktivnost	- Osnivanje Destinacijskog edukativnog savjeta za koordinaciju obrazovanja - Godišnje definiranje plana radionica prema analizi tržišta rada (kalendar, proračun, predavači) - Javno objavljivanje plana edukacija i mogućnosti prijave - Uvođenje destinacijske digitalne platforme kompetencija s evidencijom i bodovanjem - Razvoj modela bodovanja i dodjele oznake "Vodice Pro Quality" za objekte čiji tim prođe edukacijski prag - Povezivanje certifikata s prednostima: natječaji, vidljivost TZ-ovih kampanja, popusti na buduće edukacije - Implementacija obveznih početnih modula za radnike (<i>online</i> komunikacija, turistička kultura, poznavanje destinacije, zakonodavstvo) - Transparentno vođenje baze kvalificiranog kadra dostupne dionicima
Pokazatelji	- Broj provedenih edukacija godišnje - Broj polaznika i certificiranih objekata po modulu

Element	Opis
	- Broj izdvojenih "Vodice Pro Quality" oznaka - Učestalost korištenja destinacijske digitalne platforme za edukacije - Visina bodova/timova prijavljenih za pogodnosti - Rezultati korisničkih anketa o utjecaju edukacija na kvalitetu usluga
Rok provedbe	Godišnji ciklusi od 2026., s kontinuiranim nadzorom, inovacijama i evaluacijom
Izvor financiranja	Grad Vodice, TZ grada Vodica; EU i nacionalni obrazovni fondovi; članarine i kotizacije za edukacije; partnerstva s privatnim sektorom

Mjera br. 30: Organizacija specijalističkih edukacija za unapređenje turističke ponude Vodica

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno razvijeni ljudski potencijali unutar sektora ugostiteljstva, gastronomije i uslužnih djelatnosti smanjuju specijaliziranu ponudu i prepoznatljivost Vodica kao destinacije za obiteljski, kongresni i sportski turizam. Potreban je sustavni pristup razvoju specijaliziranih vještina kroz intenzivne edukativne modele.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Specijalističke akademije za unapređenje turističke ponude
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; poslodavci iz ugostiteljstva, gastronomije i uslužnog sektora; edukacijske ustanove; stručnjaci za gastrokulturu i hotelski menadžment; lokalni obrtnici; partneri iz kongresnog i sportskog segmenta
Ključna aktivnost	- Uspostava modularnih kratkih, ali intenzivnih specijalističkih akademija (ugostiteljstvo, gastronomija, usluge) - Izrada edukacijskih programa uz suradnju s referentnim stručnjacima i institucijama - Sufinanciranje programa od TZ-a i poslodavaca - Organizacija radionica, <i>masterclass</i> edukacija i mentoriranja kroz praktičan rad u lokalnim objektima - Razvoj tematskih i specijaliziranih ponuda (slastičarnice, moderne barove, restorane, <i>wellness</i>, kongresna i sportska ponuda) - Praćenje učinka dodatnih edukacija na zadovoljstvo gostiju i brend destinacije - Umrežavanje sudionika akademije u destinacijsku bazu vještina i kompetencija
Pokazatelji	- Broj organiziranih akademija i edukacija godišnje

Element	Opis
	- Broj sudionika i specijaliziranih kadrova po segmentu - Broj novih ili obnovljenih objekata s tematskom/specijaliziranom ponudom - Rezultati korisničkih anketa o kvaliteti gastro/ugostiteljske ponude
Rok provedbe	2026.–2030., ciklički (presezona, sezona, posezona)
Izvor financiranja	Turistička zajednica; proračun Grada Vodica; poslodavci; partnerstva s edukacijskim ustanovama; EU fondovi za sektorske inovacije; doprinosi sudionika

Mjera br. 31: Modularna edukacija i certifikacija iznajmljivača obiteljskog smještaja u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Nedostatak sustavne profesionalizacije iznajmljivača obiteljskog smještaja otežava podizanje standarda kvalitete, praćenje zadovoljstva gostiju i suzbijanje sive ekonomije. Nužna je utemeljena edukacija i certifikacija domaćina kao temelj kompetentne i sigurne destinacije.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Modularna edukacija i certifikacija iznajmljivača obiteljskog smještaja
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; udruge privatnih iznajmljivača; obrazovne institucije; ministarstvo turizma; IT partneri; platforme za e-certifikaciju i evaluaciju kvalitete
Ključna aktivnost	- Uvođenje modularnog edukacijskog programa za sve privatne iznajmljivače, prilagođenog aktualnim potrebama i trendovima - Obvezno sudjelovanje s godišnjim obnavljanjem znanja - Dodjela godišnjeg certifikata uz dokaznicu zadovoljstva gostiju kao potvrdu kvalitete - Praćenje, evaluacija i promicanje profesionalnog statusa domaćina - Pilot projekt za Hrvatsku uz lokalno okruženje Vodica kao primjer dobre prakse - Sinergija s nacionalnim inicijativama za održivu i transparentnu turističku ponudu - Inicijativa o lokalnoj ingerenciji za kontrolu crnog iznajmljivanja (domena JLS-a)
Pokazatelji	- Broj izdanih certifikata privatnim iznajmljivačima - Povećanje prijavljenih/smanjenje neprijavljenih/sive ekonomije u privatnom smještaju

Element	Opis
	- Rezultati anketa o zadovoljstvu gostiju profesionalizacijom domaćina
Rok provedbe	2026.–2029., s pilot fazom i kontinuiranom evaluacijom
Izvor financiranja	gradski proračun i Turistička zajednica; nacionalni i EU fondovi; doprinosi iznajmljivača; partnerstva s obrazovnim institucijama i IT platformama

Mjera br. 32: Formiranje optimiziranog DMO tima za profesionalno upravljanje destinacijom Vodice

Element	Opis
Izazov	Nedostatak jasno strukturiranog i optimiziranog DMO tima smanjuje profesionalnost upravljanja, koordinaciju dionika i efikasnost ključnih funkcija destinacije, što direktno utječe na konkurentnost, brendiranje i kvalitetu usluge.
SDG poveznice	SDG 8–Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9–Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Formiranje optimiziranog DMO tima za profesionalno upravljanje destinacijom
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; direktor DMO-a; specijalisti (marketing, analitika, POS, digitalni alati); vanjski suradnici (računovodstvo, financije, administracija); sezonski djelatnici; IT partneri; mediji i dionici turističkog sektora
Ključna aktivnost	- Uspostava optimizirane organizacijske strukture DMO tima prema potrebama destinacije
Pokazatelji	- Učestalost edukacija i profesionalnog razvoja članova tima - Kvantitativni rezultati poslovanja (rast prometa, zadovoljstvo gostiju, optimizacija troškova)

Element	Opis
Rok provedbe	2026.–2028., uz mogućnost kontinuiranog prilagođavanja strukture na temelju evaluacije učinkovitosti
Izvor financiranja	gradski i TZ proračun; nacionalni programi razvoja destinacijskog menadžmenta; EU fondovi za inovacije i turizam; partnerstva s privatnim sektorom i vanjskim suradnicima; doprinosi iz sektora

Mjera br. 33: Napredno praćenje učinkovitosti i razvoj komunikacijskih strategija za destinaciju Vodice

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno integrirani sustav praćenja KPI indikatora svih komunikacijskih kanala, manjak zajedničke motivacije, neujednačene strategije i potreba za jačanjem edukacije dionika i interaktivnosti digitalnih sadržaja. Ima prostora za jačanje lokalnog ekosustava, veće vidljivosti i optimizirano upravljanje resursima.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice
Naziv mjere	Napredno praćenje učinkovitosti i razvoj komunikacijskih strategija
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; marketinški i analitički stručnjaci; specijalisti za digitalni marketing i društvene mreže; IT i platforme za pametne gradove; lokalni dionici, privatni sektor
Ključna aktivnost	- Definiranje i implementacija KPI indikatora za sve <i>online</i> i <i>offline</i> komunikacijske kanale - Edukacija dionika (društvene mreže, digitalni marketing, vizualna prezentacija) - Razvoj prilagođenih komunikacijskih strategija za svaki kanal, sukladno identitetu destinacije - Redovita zajednička promocija i sustav motivacija za najaktivnije dionike - Intenziviranje međusobnog umrežavanja kroz kanale TZ-a, stvaranje pozitivne konkurencije - Integracija digitalnih turističkih informacija u gradsku <i>smart</i> aplikaciju i korisnička podrška na mobilnim platformama - Monitoring i analiziranje rezultata kampanja i suradnje - Kontinuirano ažuriranje i optimizacija strategija temeljem pratećih podataka i povratnih informacija
Pokazatelji	- Učestalost zajedničkih promocija i interakcija dionika
Rok provedbe	2026.–2029., kontinuirana evaluacija i optimizacija strategija

Element	Opis
Izvor financiranja	Grad Vodice, TZ grada Vodica; nacionalni i EU fondovi za digitalizaciju i inovacije; partnerstva s privatnim sektorom; doprinos dionika iz sektora

Mjera br. 34: Unapređenje upravljanja *online* reputacijom i komunikacije s gostima u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Razvijen sustav upravljanja <i>online</i> reputacijom i uključenost dionika u sustavno praćenje koje treba stalno proširivati i educirati dionike o načinu upravljanja kvalitetom. Analiziranje i proaktivna komunikaciju s gostima može pozitivno utjecati na percepciju destinacije te smanjiti konkurentnost i ukupno zadovoljstvo korisnika usluga.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice
Naziv mjere	Unapređenje upravljanja <i>online</i> reputacijom i komunikacije s gostima
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; svi turistički subjekti i pružatelji usluga; marketinške agencije; platforme za <i>online</i> recenzije; vanjski edukatori; IT partneri; udruge poslodavaca i djelatnika u turizmu
Ključna aktivnost	- Redovito slanje izvještaja o <i>online</i> reputaciji svim dionicima i Turističkoj zajednici - Uključivanje šireg kruga partnera u proces praćenja i analize <i>online</i> recenzija - Poticanje aktivnog i edukacijski potkrijepljenog odgovaranja na komentare gostiju - Uvođenje nagrađivanja najkvalitetnijih objekata dodatnom vidljivošću na kanalima TZ-a - Dodjela godišnje nagrade za izvrsnost na temelju kvalitete usluge i angažmana u promociji - Održavanje radionica i individualnih edukacija o interpretaciji rezultata, komunikaciji i rješavanju prigovora - Praćenje trendova odgovaranja i kvalitativna analiza komunikacije s gostima, <i>benchmarking</i> s konkurencijom - Javno promoviranje najboljih praksi u odnosima s gostima i <i>online</i> reputaciji destinacije
Pokazatelji	- Učestalost i broj dostavljenih izvještaja o <i>online</i> reputaciji - Broj dionika uključenih u primanje i korištenje izvještaja - Udio objekata s aktivnim odgovaranjem na komentare gostiju - Broj radionica i edukacija održanih godišnje - Nivo destinacijske kvalitete, kvalitete dionika i grupa dionika te usporedba s prethodnom godinom i konkurencijom te usporedba za ciljani KPI - Broj dodijeljenih nagrada za izvrsnost i dodatnih promocija objekata

Element	Opis
	- Kvalitativni pokazatelji poboljšanja u komunikaciji s gostima (analiza trendova odgovaranja)
Rok provedbe	Kontinuirano, s godišnjim evaluacijama i dodatnim radionicama
Izvor financiranja	gradski i TZ-ov proračun; partnerstva s platformama za <i>online</i> reputaciju; podrška marketinških agencija; nacionalni i EU fondovi za digitalizaciju; doprinos dionika

Mjera br. 35: Integralno upravljanje kvalitetom i održivošću destinacije Vodice (+Održivost)

Element	Opis
Izazov	Potrebna je formalizacija i dogradnja postojećih Knjiga standarda s održivim kriterijima i sustavno praćenje usklađenosti lokalne zajednice, turističkog sektora i okoliša za potpunu tranziciju Vodica u primjer održive turističke destinacije u Hrvatskoj. Nedostaju alati mjerenja učinaka i poticaji za najbolje dionike.
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast
Naziv mjere	Integralno upravljanje kvalitetom i održivošću destinacije (+Održivost)
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; svi turistički subjekti i pružatelji usluga; stručnjaci za održivost; konzultantske tvrtke; komunalni sektor; lokalne udruge; institucije za mjerenje kvalitete i razvoja
Ključna aktivnost	- Dogradnja Knjige standarda dodatnim kriterijima održivosti, ekološke odgovornosti i društvene uključenosti - Uspostava sustava godišnjih audita i verifikacije ispunjavanja standarda - Razvoj digitalnih alata za mjerenje i izvještavanje o učincima na okoliš, društvo i poslovanje - Implementacija sustava poticaja i nagrada za najbolje ocijenjene dionike - Organizacija radionica i edukacija o održivom poslovanju i standardima - Jačanje participacije i suradnje lokalne zajednice u svim fazama provedbe - Javno objavljivanje rezultata, certificiranje destinacije i kontinuirana promocija primjera dobre prakse
Pokazatelji	- Broj i udio dionika usklađenih s novim standardima održivosti i kvalitete - Učestalost audita, broj izdanih certifikata i poticaja - Razina zadovoljstva lokalne zajednice i posjetitelja - Kvantitativni učinci na okoliš i društvo (mjerenje otpada, emisija, društvenih benefita)

Element	Opis
	- Broj održanih edukacija i radnih sastanaka godišnje
Rok provedbe	2026.–2031., kontinuirano s godišnjim izvještajem o napretku
Izvor financiranja	gradski i TZ proračun; nacionalni i EU fondovi za održivi turizam; partnerstva s privatnim sektorom; participacija dionika

Mjera br. 36: Izrada i usvajanje ključnih strateških razvojnih dokumenata za održivo upravljanje destinacijom Vodice

Element	Opis
Izazov	Većina temeljnih planskih i regulativnih dokumenata nužnih za učinkovito, održivo i integrirano upravljanje turizmom, prostornim razvojem, infrastrukturom i kvalitetom života u Vodicama nije donesena ili formalno usvojena. To ograničava mogućnosti za strateški i odgovoran razvoj destinacije.
SDG poveznice	SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Izrada i usvajanje ključnih strateških razvojnih dokumenata
Nositelj / partneri	Grad Vodice; stručne službe i odjeli gradske uprave; Turistička zajednica Grada Vodica; konzultanti za prostorno i destinacijsko planiranje; predstavnici privatnog sektora; lokalne udruge i institucije; županijski i nacionalni partneri; građani i zainteresirana javnost
Ključna aktivnost	- Inicirati izradu i usvajanje Plana ugostiteljskih objekata (broj, tipologija, raspored u skladu s nosivošću) - Inicirati Plan taksi službe (broj licenciranih, promet i dostupnost) - Inicirati Plan smještajnih kapaciteta (uskладiti broj ležajeva s infrastrukturom, kvalitetom, sezonalnošću) - Uspostaviti smjernice za optimizaciju boravka i kvalitetu usluge u vršnim terminima uz digitalni monitoring - Integrirati sve dokumente u krovni Plan upravljanja destinacijom koji postavlja temelj za razvoj održivog, otpornog i konkurentnog turizma, uz sustavno praćenje, evaluaciju i participaciju zajednice
Pokazatelji	- Broj izrađenih i usvojenih planskih i regulativnih dokumenata - Stopa zadovoljstva lokalnog stanovništva - Analiza učinkovitosti mjera po segmentima razvoja (mobilnost, infrastruktura, smještaj, zaštita prostora, kvaliteta boravka)

Element	Opis
Rok provedbe	2026., s evaluacijom napretka najmanje jednom godišnje
Izvor financiranja	gradski i županijski proračun; nacionalni i EU programi poticanja održivog urbanog i turističkog razvoja; suradnja s partnerima i privatnim sektorom

Mjera br. 37: Tematska diversifikacija sadržaja i održivo upravljanje u Vodicama

Element	Opis
Izazov	Sadržaji u Vodicama nisu dovoljno segmentirani prema funkcionalnim i tematskim profilima korisnika, nedostaje precizno zoniranje i specijalizirana infrastruktura, digitalna signalizacija, napredno brendiranje <i>wellness</i> /gastro segmenta te pametni sustavi upravljanja resursima i <i>eventima</i> .
SDG poveznice	SDG 3 – Dobro zdravlje i blagostanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 13 – Klimatska akcija; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Tematska diversifikacija, digitalizacija i održivo upravljanje plažama
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; hotelski sektor i <i>wellness</i> centri; poliklinike; OPG-ovi i ugostiteljstvo; <i>chefovi</i> i vinari; sportski klubovi; IT partneri; organizatori <i>eventa</i> ; ekološke udruge
Ključna aktivnost	- Implementacija jasne funkcionalne segmentacije (obiteljske, <i>wellness/relax</i>, sportske, gastro-animacijske zone) - Postavljanje specijaliziranih sadržaja po zonama (dječje, <i>outdoor fitness</i>, <i>wellness</i>, <i>street food</i>) - Uspostava destinacijskog <i>wellness</i> brenda (<i>Wellness by the Sea</i>), razvoj zdravstvenih i spa paketa - Integracija lokalnih konoba i restorana u gourmet partnerstva, organizacija <i>fine dining evenata</i>, festivala i gastro <i>storytellinga</i> - Proširenje biciklističkih/pješačkih ruta, personalizirani <i>booking</i> i digitalni vodiči za <i>outdoor</i> aktivnosti - Uspostava cjelogodišnjeg kalendara događanja na multimedijalnoj digitalnoj platformi (<i>booking</i>, personalizacija) - Digitalizacija komunikacije, informiranja i promocije (aplikacije, QR kodovi, <i>multichannel</i> marketing) - Implementacija <i>smart beach</i> sustava (brojači, digitalni ekosignali, automatizacija monitoringa okoliša/usluga)

Element	Opis
Pokazatelji	- Broj tematski segmentiranih zona - Broj specijaliziranih sadržaja po tipu plaže - Broj digitalnih prikaza popunjenosti i novih digitalnih funkcionalnosti - Rezultati monitoringa okolišnih/uslužnih parametara i korisničke ankete
Rok provedbe	2026.–2031., s kontinuiranim nadzorom i godišnjom evaluacijom učinaka
Izvor financiranja	Grad Vodice i TZ; partnerstva s hotelskim i gastro sektorom; EU fondovi za digitalizaciju, turizam i inovacije; nacionalni turistički programi; privatni sektor i ekološki fondovi

Mjera br. 38: Razvoj novih turističkih proizvoda

Element	Opis
Izazov	Iako Vodicke raspolazu bogatim portfeljem turističkih proizvoda s višom ili visokom atraktivnošću, neki segmenti nisu dostatno razvijeni, standardizirani, brendirani i cjelogodišnje valorizirani.
SDG poveznice	SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Strateško usmjeravanje i nadogradnja turističkih proizvoda prema matrici atraktivnosti
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; hotelski, privatni i gastro sektor; OPG-ovi; sportski i <i>wellness</i> centri; kulturne udruge; nautičke i poljoprivredne tvrtke; IT i marketinški partneri
Ključna aktivnost	- Tematska i funkcionalna segmentacija plaža uz digitalnu kontrolu opterećenja - Diversificiranje hotelskog smještaja (MICE, <i>wellness</i>, sport, cjelogodišnji rad) - Standardizacija i certificiranje privatnog smještaja, edukacija i digitalizacija - Jačanje "Vodice Gourmet" identiteta kroz partnerstva, <i>evente</i> i gastro-rute - Integracija i promocija <i>outdoor</i> & aktivnog turizma (<i>bike/hike</i> rute, vodiči, <i>booking</i>) - Jasno profilirana diferencijacija tematskih zona s ciljanom marketinškom podrškom - Razvoj <i>wellness</i> i spa segmenta kroz marketinški brend, integraciju s hotelskim objektima - Razvoj <i>boutique</i> kongresnog i <i>event</i> turizma - Digitalna interpretacija kulturne baštine i razvoj kreativnih kulturnih ruta - Tematske nautičko-gastronomске rute, <i>wine & dine</i> sadržaji - Razvoj ruralnog i ekološkog turizma kroz povezivanje s proizvodnjom i agroturizmom - Otvaranje i promocija zdravstvenih klastera i <i>premium medical wellness</i> ponuda

Element	Opis
	- Poticanje cjelogodišnje manifestacijske scene, <i>signature evenata</i> i autentičnih festivala
Pokazatelji	- Broj novih i unaprijeđenih tematskih i <i>premium</i> proizvoda po segmentu - Broj razvijenih digitalnih rješenja za kontrolu i promociju proizvoda - Porast certificiranih smještajnih objekata - Rast kvalitete i diversifikacije usluga, smanjenje sezonalnosti - Razina prepoznatljivosti Vodica kao destinacije kroz sve komunikacijske kanale - Broj nišnih <i>premium evenata, wellness/gourmet</i> paketa i kulturnih inovacija
Rok provedbe	2026.–2029., kontinuirani monitoring rezultata po segmentima
Izvor financiranja	TZ grada Vodica; sektorska i EU sredstva za inovacije, događanja i edukacije; partnerstva s privatnim sektorom; fondovi za digitalizaciju i održivi razvoj

Mjera br. 39: Razvoj destinacijskog proizvoda “Faust Vrančić – inovacija, baština i iskustvo”

Element	Opis
Izazov	Nedovoljno iskorišten potencijal Fausta Vrančića kao simbola inovacije i tehničke baštine u profiliranju Vodica kao inovativne i edukativne destinacije. Potrebno je razviti multidisciplinarni proizvod koji povezuje tehniku, znanje, zabavu i kulturni identitet.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja
Naziv mjere	Razvoj inovativnog destinacijskog proizvoda “Faust Vrančić”
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; MC Faust Vrančić, Prvić; osnovne i srednje škole; kulturne ustanove; ugostitelji; privatni i edukacijski sektor; OPG-ovi; tehnološke i kreativne udruge; <i>startupovi</i> i STEM centri
Ključna aktivnost	- Razvoj cjelovitog tematskog proizvoda “Faust Vrančić – inovacija, baština i iskustvo” uz snažnu naraciju - Stalna izložba Vrančićevih izuma s multimedijalnim, interaktivnim i VR/AR prezentacijama - Dječji program „Mali izumitelji”: radionice izrade modela iz „Machinae novae”, igre, testiranja i izložbe - STEM „Inovatorski kamp”: višednevni praktični kampovi za mlade (robotika, 3D printanje, kodiranje prototipa)

Element	Opis
	- Edukativne vođene ture, interaktivne šetnje s demonstracijama povijesnih strojeva, pokusi i <i>storytelling</i> - Festival „Machinae novae”: godišnji festival inovacija, izložbe, predavanja, natjecanja za škole i <i>startupove</i> - „Izumiteljski show”: javne scenske prezentacije izuma i povijesnih inovacija - Interaktivno obiteljsko natjecanje, „Homo volans” padobranski doživljaj, natjecanja u konstruktorskim igrama - Umrežavanje sa školama i uključivanje Vrančića u edukaciju djece putem programa STEM i baštine - Spajanje tehničke teme s tradicijskim segmentima: maslinarstvo, <i>outdoor</i>, gastronomija, <i>wellness</i> - Uvođenje tematskih biciklističkih i pješačkih ruta povezano s povijesnim inovacijama u prostoru - Radionice i demonstracije maslinarske tehnologije, ribarske i pomorske tradicije, eko edukacija o energiji mora i vjetra
Pokazatelji	- Broj održanih radionica, kampova i festivala - Broj djece, mladih i posjetitelja uključenih u edukativne programe - Broj partnera i dionika aktivno uključenih u projekt - Broj inovativnih sadržaja (VR/AR, prototipovi, inovatorske igre) - Porast prepoznatljivosti Vodica kao <i>tech</i> edukativne i inovativne destinacije - Broj producirane interpretativne i digitalne građe vezane uz Vrančića - Sinergija s lokalnom kulturnom i STEM edukacijom - Porast posjeta lokaliteta povezanih s Vrančićem
Rok provedbe	Od 2026., provedba u fazama; pilot-faza 2026.–2027., potom godišnje proširivanje programa
Izvor financiranja	gradski i TZ-ov proračun; partnerstva s Memorijalnim centrom „Faust Vrančić” i edukacijskim institucijama; privatni sektor; nacionalni i EU inovacijski i baštinski fondovi; STEM fondovi i donacije

Mjera br. 40: *Welcome* program za dionike u destinaciji

Element	Opis
Izazov	Sustav nagrađivanja posjetitelja i kontinuirano ulaganje u kvalitetu usluge.
SDG poveznice	SDG 8–Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 9–Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11–Održivi gradovi i zajednice
Naziv mjere	Program <i>welcome</i> / program vjernosti i digitalna kartica za dionike u destinaciji

Element	Opis
Nositelj / partneri	Turistička zajednica Grada Vodica; Grad Vodice; Udruga iznajmljivača; platforme za e-certifikaciju; IT partneri; Ministarstvo turizma i sporta
Ključna aktivnost	- Digitalna kartica domaćina PASS s pogodnostima i popustima
Pokazatelji	- Broj uključenih korisnika u <i>welcome</i> programu - Porast prosječne ocjene objekata - Rast broja dionika koji sudjeluju u <i>welcome</i> programu
Rok provedbe	2026.–2029.
Izvor financiranja	Turistička zajednica; dionici s popustima i poklonima

Mjera br. 41: *Smart* destinacijski menadžment i digitalna transformacija Vodica

Element	Opis
Izazov	Ograničena primjena digitalnih alata, analitike i pametnih rješenja u upravljanju destinacijom smanjuje učinkovitost, konkurentnost i mogućnost brzog reagiranja na promjene tržišta.
SDG poveznice	SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 17 – Partnerstvo za ciljeve
Naziv mjere	Smart destinacijski menadžment i digitalna transformacija
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; IT sektorski partneri; akademske institucije; Ministarstvo turizma; privatni sektor
Ključna aktivnost	- Razvoj središnje digitalne platforme za destinacijsko upravljanje (DMS) - Primjena umjetne inteligencije u analizi tržišta, predikciji dolazaka i interesa gostiju - Implementacija IoT sustava za praćenje resursa (rasvjeta, promet, plaže, potrošnja) - Automatizirani digitalni vodiči i <i>chatbot</i> podrška na više jezika - Edukacija zaposlenika TZ-a i sektora o digitalnoj analitici i interpretaciji podataka
Pokazatelji	- Broj uspostavljenih digitalnih servisa i povezanih podataka - Porast učinkovitosti i korisničkog zadovoljstva - Smanjenje troškova i povećanje transparentnosti upravljanja
Rok provedbe	2026.–2031.

Element	Opis
Izvor financiranja	Grad Vodice, EU fondovi za digitalizaciju (CEF2 Digital, Digital Europe)

Mjera br. 42: Zeleni razvoj, agroturizam i sinergija turizma i OPG-ova

Element	Opis
Izazov	Neiskorišten potencijal ruralnog zaleđa i OPG-ova u turističkoj ponudi te nedovoljno razvijeni modeli zelene, kružne i održive ekonomije povezane s turizmom.
SDG poveznice	SDG 2 – Iskorjenjivanje gladi; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 12 – Odgovorna potrošnja i proizvodnja; SDG 15 – Život na kopnu
Naziv mjere	Razvoj destinacijske sinergije turizma i zelene ekonomije
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; OPG-ovi; lokalni proizvođači; ugostitelji; komunalne službe; županijske razvojne agencije; Fond za zaštitu okoliša
Ključna aktivnost	- Razvijanje destinacijskog programa "Vodice Green Table" i eko-gastro manifestacija - Povezivanje OPG-ova s ugostiteljima i hotelima kroz platformu kratkih lanaca opskrbe - Uvođenje "Green certificate" oznake za objekte s održivim praksama - Edukacija o kružnoj ekonomiji (recikliranje, lokalni resursi, zero waste u ugostiteljstvu) - Organizacija eko manifestacija, degustacija i radionica maslinarstva, vina, eko proizvodnje
Pokazatelji	- Broj ugostitelja uključenih u program "Green Table" (ili sličan naziv) - Broj certificiranih "Green" objekata - Porast prihoda OPG-ova kroz turističke kanale - Broj edukacija i održanih radionica o održivoj proizvodnji - Smanjenje količine otpada i CO₂ otiska turističkog sektora
Rok provedbe	2026.–2030.
Izvor financiranja	nacionalni i EU fondovi; Grad Vodice, TZ; ruralni razvoj (EFRR, EAFRD); partnerstva OPG-ova i ugostitelja

Mjera br. 43: Tematski adrenalinski park "Faust Vrančić – inovacije u pokretu"

Element	Opis
Izazov	Vodicama nedostaje inovativna adrenalinska atrakcija za sve uzraste koja interpretira tehničku baštinu Fausta Vrančića kroz interaktivne, edukativne i zabavne sadržaje, čime se povećava doživljaj destinacije i jača imidž Vodica kao centra inovativnosti i edukacije.
SDG poveznice	SDG 4 – Kvalitetno obrazovanje; SDG 8 – Dostojanstven rad i gospodarski rast; SDG 11 – Održivi gradovi i zajednice; SDG 9 – Industrija, inovacije i infrastruktura
Naziv mjere	Tematski adrenalinski park „Faust Vrančić – inovacije u pokretu“
Nositelj / partneri	Grad Vodice; Turistička zajednica; Memorijalni centar „Faust Vrančić“; osnovne i srednje škole; STEM i inovatorske udruge; privatni sektor (operatori adrenalinskih atrakcija); dizajnerske i edukacijske kuće
Ključna aktivnost	- Projektiranje adrenalinskog parka s elementima inspiriranim Faustovim izumima - Padobranski <i>zipline</i> („Homo volans“): spust sajlom s tematskim interpretacijama - Viseći lančani most: balansiranje i prelazak kroz adrenalinsku avanturu - Žičara: edukativna vožnja iznad prepreke - Penjanje na „Mlin na vjetar“ (replika vjetroturbine) - Interaktivni simulator plimnog mlina: igra vodenih tokova - Demonstracija „Toč za masline“: natjecanje u prešanju, maslinarski info punkt - „Most od zvonovine“: penjanje i balans na metalnoj konstrukciji - „Elastična opruga“ i „Zamašnjak ravnoteže“: poligon za skakanje i ravnotežne igre - Tematska <i>outdoor</i> biciklistička ruta kroz park - Interaktivne edukativne stanice s QR kodovima i tabletima za učenje - Organizacija radionica, natjecanja i obiteljskih dana (primjer „Mali izumitelji“)
Pokazatelji	- Broj posjetitelja parka i sudionika edukativnih programa - Broj tematskih elemenata postavljenih u parku - Broj realiziranih radionica, natjecanja i special <i>evenata</i> - Broj partnera i sudjelujućih škola - Rast prepoznatljivosti Vodica kao inovativne destinacije - Broj digitalnih interakcija (QR kodovi, e-platforme) i edukativnih sadržaja
Rok provedbe	2027.–2029., fazna izgradnja i evaluacija posjećenosti
Izvor financiranja	Grad Vodice, TZ grada Vodica; partnerstva s Memorijalnim centrom „Faust Vrančić“; privatni sektor/adrenalinski operatori; EU i nacionalni fondovi za inovacije, STEM i edukaciju

5. Prihvatni kapacitet destinacije

Uvod – Studija EarthCheck

Analizu prihvatnog kapaciteta destinacije provela je organizacija **EarthCheck**, vodeća međunarodna institucija za certifikaciju i savjetovanje u području održivog turizma.

EarthCheck tim posjeduje višegodišnje iskustvo u razvoju i primjeni metodologija održivosti te **specijalizirane kompetencije za izračun prihvatnog kapaciteta destinacija**. U svom radu koriste **znanstveno utemeljene modele** koji obuhvaćaju pritiske na okoliš, sezonalnost, potrošnju resursa i društvene pragove, uz istodobno poštivanje međunarodnih standarda poput **GSTC-a** i **ciljeva održivog razvoja (SDG)**.

Njihova metodologija uključuje **prikupljanje, analizu i interpretaciju pokazatelja** iz područja energetike, vodoopskrbe, gospodarenja otpadom, infrastrukture, turističkih tokova i zadovoljstva

stanovnika, čime omogućuju **cjelovitu procjenu i upravljanje prihvatnim kapacitetima** destinacije.

EarthCheck ima **međunarodne reference** u provedbi sličnih projekata u destinacijama poput Züricha, Snaefellsnesa na Islandu, Ras Al Khaimaha u Ujedinjenim Arapskim Emiratima i Kopenhagena, gdje su primijenili svoje standarde i modele za izračun i upravljanje prihvatnim kapacitetima.

Primjenom svojih alata i praksi EarthCheck osigurava **transparentnost, kontinuirano praćenje pokazatelja i jačanje lokalnih kapaciteta**, što destinacijama omogućuje dugoročno i proaktivno upravljanje razvojem turizma u skladu s načelima održivosti.

Koncept prihvatnog kapaciteta

Rasprava o granicama rasta i prihvatnom kapacitetu turističkih destinacija nije nova.

Prihvatni kapacitet nalazi se u središtu upravljanja održivim turizmom i ima za cilj pružiti *odgovore koji su specifični za određeno vrijeme i prostor* na pojedinačnim lokalitetima i destinacijama.

Postoji mnogo definicija ovog koncepta, a najistaknutija je ona Svjetske turističke organizacije (UNWTO), koja prihvatni kapacitet definira kao:

„maksimalan broj ljudi koji u isto vrijeme mogu posjetiti turističku destinaciju, a da pritom ne uzrokuju uništavanje fizičkog, gospodarskog i sociokulturnog okoliša te neprihvatljivo smanjenje kvalitete zadovoljstva posjetitelja.“

U novije vrijeme, pojam prekomjernog turizma (*overtourism*) i njegovi uzroci ili pokazatelji postali su usko povezani s konceptom prihvatnog kapaciteta. Istraživači ističu da, iako prihvatni kapacitet postavlja najveći broj posjetitelja za održivo funkcioniranje, taj broj ne mora nužno predstavljati i optimalnu razinu, budući da posjetitelji donose i troškove i koristi.

Osim toga, stvarnost je takva da izračun „magičnog jedinstvenog broja prihvatnog kapaciteta“ nije izvediv iz razloga kao što su: nemogućnost uključivanja budućih upravljačkih mjera, ograničena kvaliteta i dostupnost podataka, različiti pragovi tolerancije posjetitelja i stanovnika te ekološka otpornost pojedinih lokaliteta.

Upravo su zato prakse održivog upravljanja ključne za postizanje ravnoteže i ublažavanje pritisaka unutar destinacija.

Prikupljeni podaci analizirat će se kroz pokretače, pritiske, stanje, utjecaj i odgovor (DPSIR okvir). Ovaj se pristup redovito primjenjuje za procjenu promjena u ekosustavima, predviđanje mogućih izazova i poboljšanje praksi upravljanja.

U kontekstu prihvatnog kapaciteta hrvatskih destinacija, okvir uključuje:

- **pokretače** (*Driving forces*): npr. industriju, turizam, gospodarski rast, stanovništvo, preferencije posjetiteljskog doživljaja
- **pritiske** (*Pressures*): npr. onečišćenje, promjene u korištenju zemljišta, rast stanovništva, broj i intenzitet dolazaka posjetitelja, ponašanje posjetitelja, poslovne prioritete, sezonalnost, stavove lokalne zajednice
- **stanja** (*States*): npr. kvalitetu vode, tla i zraka, stanje staništa i vegetacije, ugljični otisak, kvalitetu života stanovnika, gospodarske rezultate
- **utjecaje** (*Impacts*): npr. doživljaj posjetitelja, javno zdravlje, sigurnost, stanje staništa/bioraznolikosti, gospodarske rezultate, štetu okolišu, gubitak bioraznolikosti, oštećenje kulturne baštine.

Rješenja predstavljaju **odgovor** (*Response*) u kojem se traže intervencije koje će poboljšati upravljanje pokretačima, pritiscima, stanjima i utjecajima. Upravo na toj razini upravljanje prihvatnim kapacitetom daje dodatnu vrijednost organizacijama za upravljanje destinacijama i lokalnim zajednicama.

Metodologija

U novije vrijeme pojam prekomjernog turizma (*overtourism*) i njegovi uzroci ili pokazatelji postali su usko povezani s konceptom prihvatnog kapaciteta. Za potrebe ovog istraživanja, prihvatni kapacitet razmatran je kroz:

- organizaciju
- mjerenje
- obradu podataka
- pokazatelje
- opis postupka donošenja zaključaka za izračun turističkog prihvatnog kapaciteta koji se temelji na:
 - razmatranju utjecaja turizma na destinaciju
 - usklađivanju prihvatljive razine turističke aktivnosti i njezinih promjena na temelju društvenih, okolišnih, kulturnih i gospodarskih čimbenika
 - praćenju utjecaja turizma na destinaciju.

Metodologija kombinira kvalitativne i kvantitativne pokazatelje s ciljem razumijevanja utjecaja turizma na destinaciju te čimbenika koji potiču bolje upravljanje tim pritiscima.

Kako koristiti

Sljedeći pregled pruža opći prikaz ključnih pokazatelja koji predstavljaju okidače za pojavu prekomjernog turizma. Pokazatelji su kombinacija Europskih turističkih pokazatelja, pokazatelja Globalnog vijeća za održivi turizam (GSTC) te primjera najbolje prakse u upravljanju destinacijama.

Umjesto definiranja točnih brojčanih granica, predlaže se skup mjera i aktivnosti usmjerenih na ublažavanje pritisaka unutar destinacije.

Analiza podataka

Opseg

Ovo istraživanje obuhvaća geografsko područje Vodica.

Vodice su grad i općina u Šibensko-kninskoj županiji, smještene na jadranskoj obali Dalmacije. Površina destinacije iznosi približno 98 km², dok urbano središte zauzima 34,7 km². U sastav Grada Vodica ulaze naselja: Srima, Prvić Luka, Prvić Šepurine, Čista Velika, Čista Mala, Gaćezezi i Grabovci. Prema popisu stanovništva iz 2021. godine, općina ima 8649 stanovnika. Zabilježen je pad broja stanovnika u odnosu na prethodne godine, uzrokovan iseljavanjem i demografskim trendovima – početkom 2021. registrirano je 9445 stanovnika, dok je do kraja godine zabilježen neto pad od 796 stanovnika (prirodna promjena + migracije). Na regionalnoj i nacionalnoj razini, Vodice zauzimaju 29. mjesto među općinama u svojoj regiji prema veličini stanovništva i 90. mjesto među ukupno 572 hrvatske općine.

Vodice su se tijekom vremena razvile iz ribarskog naselja u turističku destinaciju.

U 2023. godini zabilježen je snažan oporavak turizma: od siječnja do sredine lipnja broj dolazaka turista porastao je za 30,3 %, dok je broj noćenja povećan za 19,9 % u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.

U 2024. godini broj turističkih noćenja dosegao je 1 350 044, uz prosječnu duljinu boravka između 5 i 7 dana, ovisno o sezoni. Turizam u Vodicama je izrazito sezonskog karaktera.

Vizija za Vodice:

Vodice kao održiva, cjelogodišnja i pametna destinacija visoke kvalitete boravka.

Prioritet se daje zadovoljstvu i kvaliteti života stanovnika. Turizam se promatra kao alat za razvoj infrastrukture i doživljaja koji doprinose stanovnicima i posjetiteljima. Zaštita i unaprjeđenje kvalitete života ostaju središnji prioritet u okviru ove procjene.

Turistička potražnja i njezini pritisci

U ovom su poglavlju analizirani glavni pritisci turističke potražnje na području Vodica. U kontekstu prihvatnog kapaciteta, ti pritisci predstavljaju snage koje stvaraju opterećenje na lokalni sustav, zajednicu i okoliš u kojem se odvija turistička aktivnost.

Analiza je pokazala da se utjecaji turističke potražnje najviše očituju tijekom vršnih sezonskih razdoblja, kada dolazi do povećanog opterećenja infrastrukture, prostora i usluga. Takvi trendovi približavaju destinaciju granicama njezine sposobnosti da apsorbira turizam bez narušavanja prirodnih resursa, društvene ravnoteže i kvalitete života stanovnika.

Zaključci studije odnose se na podatke prethodno navedene u ovom Planu upravljanja, uključujući pokazatelje poput broja posjetitelja, potražnje za smještajem, sezonalnosti, emitivnih tržišta, plaža i događanja.

Pokretači, pritisci, stanje, utjecaj i odgovor (DPSIR)

Pokretači

Temeljne **društvene, gospodarske i kulturne sile** koje potiču rast turizma u Vodicama uključuju:

- **turizam kao glavni gospodarski pokretač:** transformacija Vodica iz ribarskog mjesta u ekonomiju temeljenu na turizmu
- **tržišnu potražnju:** hrvatska jadranska obala prepoznata je kao etablirana destinacija tipa „sunce i more“, a glavna emitivna tržišta su: Hrvatska, Njemačka, Slovačka, Poljska, Češka, Slovenija, Austrija i Italija
- **sociodemografske trendove:** pad i starenje lokalnog stanovništva povećavaju ovisnost o prihodima od turizma radi održivosti lokalnog proračuna
- **događaje i kulturu:** manifestacije poput CMC festivala, Vodičke fešte i Adventa stvaraju dodatnu sezonsku potražnju
- **razvoj infrastrukture i promociju:** ulaganja u smještajne kapacitete, marinu, plaže i sustav pročišćavanja otpadnih voda
- **cjenovnu konkurentnost:** povoljne cijene smještaja u odnosu na zapadnu Europu, što privlači obitelji i mlađe posjetitelje.

Pritisci

Izravni pritisci koje turistička aktivnost stvara na lokalni sustav uključuju:

- **obujam posjetitelja i sezonalnost:** izrazito visoki ljetni vrhovi stvaraju neravnotežu između broja posjetitelja i stanovnika
- **smještajne kapacitete:** sezonska potražnja otežava stabilno poslovanje i planiranje
- **dnevne posjetitelje:** uzrokuju gužve, probleme s parkiranjem i zagušenje plaža, osobito u Srimi i na Plavoj plaži
- **opterećenje infrastrukture:** povećana potrošnja vode i energije te rast količine otpada tijekom ljeta
- **plaže iznad prihvatnog kapaciteta:** površina po osobi često ispod razine komfora
- **događaje:** privremeni porast prometa, buke i opterećenja komunalnih i sigurnosnih službi
- **radnu snagu:** manjak kvalificiranih djelatnika i izazovi generacijske smjene u obiteljskim objektima
- **urbane standarde i regulativu:** neujednačen vizualni identitet, zastarjeli komunalni propisi i nedostatak zaštićenih zona.

Trenutno stanje (osnovna razina)

Analiza pokazuje da su Vodice trenutačno u fazi „**promatranja i djelovanja**” – destinacija još nije dosegla razinu prekomjerne opterećenosti, ali postoje jasni pritisci koji zahtijevaju pažljivo upravljanje.

Uočeni su sljedeći pokazatelji:

- **stanovništvo:** demografski pad i iseljavanje smanjuju otpornost lokalne radne snage
- **okoliš:** kvaliteta mora na svim mjernim točkama ocijenjena kao „izvrsna”; kvaliteta zraka općenito dobra
- **infrastruktura:** funkcionalna, ali opterećena tijekom vršne sezone
- **gospodarstvo:** visoka ovisnost o kratkoj ljetnoj sezoni

- **društveni aspekt:** gužve i buka utječu na kvalitetu života stanovnika.

Utjecaji

Posljedice za okoliš, društvo i gospodarstvo uključuju:

- **okolišne utjecaje:** rizik od erozije, prekomjerne potrošnje vode i preopterećenja sustava otpada
- **utjecaje na stanovnike:** smanjena kvaliteta života zbog gužvi, buke i ograničenog pristupa sadržajima
- **utjecaje na posjetitelje:** smanjenje zadovoljstva i lojalnosti zbog prekomjerne posjećenosti
- **gospodarske utjecaje:** ovisnost o sezoni, rizik od gubitka tržišta i nedovoljno korištenje kapaciteta izvan sezone
- **pritisak na prihvatni kapacitet:** određeni infrastrukturni i prostorni pragovi već su premašeni u ljetnim mjesecima.

Odgovor

Na temelju provedenog pregleda predlaže se **niz mjera** usmjerenih na smanjenje negativnih pritisaka i očuvanje pozitivnog odnosa lokalne zajednice prema turizmu.

Gospodarenje otpadom

Početni koraci: edukacija poslovnih subjekata o održivom gospodarenju otpadom, uvođenje načela kružnog gospodarstva, podrška stanovnicima.

Napredne mjere: pametni spremnici sa senzorima, kampanje "Zero Waste Tourism", uvođenje sustava povratne naknade i povećanje dostupnosti kanti na ključnim lokacijama.

Upravljanje vodom

Početni koraci: edukacije, uvođenje standarda za štednju vode u smještaju.

Napredne mjere: učinkovita navodnjavanja, sezonske tarife za potrošnju vode, odgovorne obnove objekata i korištenje obnovljivih izvora energije.

Promet i parkiranje

Početni koraci: digitalno usmjeravanje posjetitelja na manje opterećene lokacije, promocija aktivnosti izvan sezone.

Napredne mjere: digitalno brojanje posjetitelja, razvoj aktivnog i javnog prijevoza, *park & ride* sustav za jednodnevne posjete.

Smještaj i sezonalnost

Početni koraci: politika upravljanja privatnim smještajem, preraspodjela događanja izvan vršne sezone, poticanje duljih boravaka.

Napredne mjere: razvoj tematskih i cjelogodišnjih doživljaja (aktivni, prirodni, *wellness* turizam).

Infrastruktura

Početni koraci: uvođenje digitalnih standarda, edukacije iznajmljivača, provedba propisa o pristupačnosti.

Napredne mjere: proširenje 5G i optičke mreže, besplatni Wi-Fi na ključnim točkama, dodatni sanitarni sadržaji i redoviti tehnički pregledi.

Upravljanje destinacijom

Početni koraci: davanje prioriteta operatorima koji smanjuju ugljični otisak, poticanje niskoutjecajnih aktivnosti i reguliranih tura.

Dodatne mjere i praćenje pokazatelja

Na temelju provedenog pregleda i primjera globalne dobre prakse, preporučuje se kontinuirano praćenje sljedećih mjera i pokazatelja. Svaka značajna promjena u rezultatima trebala bi zahtijevati pravovremenu provedbu odgovarajućih intervencija.

Tablica 86: Dodatne mjere

Kriterij	Poka zatel ji
Smanjenje utjecaja prometa	• Postotak turista i jednodnevni posjetitelji koji koriste različite oblike prijevoza pri dolasku (javni/privatni, vrste prijevoza) • Postotak posjetitelja

	koji se unutar destinacije kreću u lokalnim, „mekim“ oblicima mobilnosti ili javnim prijevozom • Prosječna udaljenost putovanja (km) turista od mjesta prebivališta ili od pret
--	--

	hod ne desti nacij e • Prosječna udaljenost putovanja (km) jednodnevni posjetitelji do i od destinacije
Klimatske promjene	• Postotak turističkih poduzeća uključenih u mjere ublažavanja klim

	atski h pro mjen a (kom penz acija CO₂, niska potr ošnj a ener gije i sl.) te u aktiv nosti prila god be • Post otak povr šine desti nacij e obu hvać en strat egijo m ili plan om prila god be
--	---

	klimatskim promjenama • Postotak smještanosti turističkih objekata u „ranjivim zonama“
Gospodarenje otpadom	• Količina otpada koju destinacija proizvede (tone po stanovniku godišnje/mjes

	ečno) • Postotak turističkih poduzeća koja razvrstavaju različite vrste otpada • Udio otpada koji se reciklira (u postotku ili postotkovno godišnje)
Obrada otpadnih voda	• Postotak otpa

	dnih voda koje se obra đuju najm anje na seku ndar noj razin i prije ispuš tanja • Post otak smje štajn ih obje kata priklj učen ih na sredi šnji susta v odvo dnje i/ili koji koris te tercij arni tret
--	---

	man otpa dnih voda
Upravljanje vodnim resursima	• Potr ošnj a pitke vode po turist ičko m noće nju u uspo redbi s potr ošnj om po stan ovni ku • Post otak turist ičkih pod uzeć a s ugra đeni m šted nim slavi nam

	a, tuše vima i/ili dvoj nim ispus nim susta vima • Post otak turist ičkih pod uzeć a koja koris te recik liran u vodu • Udio ukup ne potr ošnj e vode u desti naciji koji potje će iz recik lirani
--	---

	h izvor a
Potrošnja energije	• Potr ošnj a ener gije po turist ičko m noće nju u uspo redbi s potr ošnj om po stan ovni ku. • Post otak turist ičkih pod uzeć a koja koris te rasvj etu niske potr

	ošnje Godišnje udio energije iz obnovljivih izvora (MWh) u ukupnoj potrošnji energije
Zaštita krajolika i biološke raznolikosti	- Postotak površine destinacije (km²) pod službenom zaštitom - Post

	otak lokal nih turst ičkih pod uzeć a koja aktiv no pod upir u očuv anje biolo ške razn oliko sti i kraj lika • Post otak povr šine desti nacij e obu hvać en plan om upra vljanj a i prać enja
--	---

	biolo ške razn oliko sti
Upravljanje svjetlosnim i bukovnim onečišćenjem	• Post o janj e lokal nih politi ka koji ma se od turist ičkih pod uzeć a zahti jeva sma njenj e svjetl osno g i buko vnog oneč išćen ja • Post otak povr šine i stan

	ovniš tva obu hvać en lokal nim strat egija ma za sma njenj e svjetl osno g i buko vnog oneč išćen ja
Kvaliteta mora za kupanje	• Stup anj oneč išćen ja po 100 ml uzor ka (feka lne kolif orm ne bakt erije, kam pilob

	akter) • Broj dana tijekom kojih su plaž e ili obala bile zatvorene zbog onečišćenja
Infrastruktura odvodnje	• Godišnji podatak o postotku domaćinstava priključenih na kanalizacijski sustav
Zadovoljstvo stanovnika, gostiju i dionika u turizmu	• Godi

	šnje mjer enje zado voljs tva stan ovni ka turiz mo m • Godi šnje mjer enje zado voljs tva gosti ju bora vko m u desti naciji • Godi šnje mjer enje zado voljs tva dioni ka u turiz mu • Javn o
--	--

	obja vljiva nje rezul tata istra živan ja i tren dova zado voljs tva
--	--

6. Smjernice i preporuke za dionike razvoja

6.1. Smjernice i preporuke za jedinicu lokalne samouprave, Grad Vodice

1. Partnerski destinacijski tim ima ključnu ulogu u koordinaciji i provedbi Plana upravljanja turizmom Grada Vodica. Ovom partnerskom suradnjom imenuje se koordinator Grada Vodica koji Turističkoj zajednici grada Vodica omogućuje učinkovitu realizaciju širokog spektra aktivnosti. Tim zajednički upravlja aktivnostima, potiče njihovu provedbu i kontinuirano prati rezultate kroz uspostavljeni sustav indikatora.
2. Uspješnost Plana upravljanja u turizmu Vodica prezentira se javno, u skladu sa zakonskim normama kroz godišnja izvješća koja uključuju provedene aktivnosti, nove projekte, izazove i ostvarene rezultate.
3. Svi provedbeni planovi nižeg reda oblikuju se prema definiranim ciljevima Plana upravljanja turizmom Grada Vodica, u sklopu jasnih strateških smjernica za razvoj svih segmenata turizma.
4. Glavna aktivnost tima je strateško usmjeravanje i realizacija Plana upravljanja, uz uključivanje svih relevantnih stručnih službi Grada Vodica i stvaranje temelja za održivi razvoj turizma.
5. Javna savjetovanja, transparentna suradnja sa stanovnicima i gospodarstvom te dosljedno uključivanje dionika osiguravaju participativan i odgovoran pristup svim razinama provedbe plana.
6. Uvođenje sustava ključnih pokazatelja (KPI) omogućuje precizno praćenje učinka svake mjere, definiciju početnih i ciljnih vrijednosti te redovito izvještavanje predstavničkih tijela i građana.

7. Partnerska i međusektorska suradnja razvija se lokalno, županijski i nacionalno, s ciljem uključivanja civilnih organizacija, gospodarstva i poduzetnika u razmjenu znanja, resursa i zajednički razvoj.
8. Financijska održivost i transparentnost stoje u temelju provedbe. Partnerstvo u financiranju kroz razne načine djelatnosti grada Vodica nužno je za ispunjenje zadanih ciljeva Plana upravljanja turizmom u Vodicama.

Grad Vodice treba izraditi, usvojiti i aktivno provoditi sljedeće planove, strategije i operative dokumente kako bi sustavno upravljao razvojem turizma i kvalitete života, prema nacionalnim smjernicama, važećem zakonu i analizi lokalnih potreba.

Ključni planovi koje grad Vodice treba donijeti i provoditi

Plan upravljanja destinacijom – integrirani strateški okvir sa sustavom mjerenja pokazatelja učinka, preciznim segmentiranjem turizma i jasnim razvojnim prioritetima.

Plan upravljanja smještajem – regulative za privatni, kamp i hotelski smještaj, ograničavanje apartmanizacije, poticaji za podizanje kvalitete, razvoj nišnih i pristupačnih kapaciteta, smjernice za energetske učinkovitost i digitalizaciju.

Plan upravljanja ugostiteljstvom i gastronomijom – prostorni raspored i standardizacija ugostiteljske ponude, razvoj tematskih zona (*gastro, fine dining, street food*), upravljanje kvalitetom, mjere za održivu nabavu, edukacije kadrova, poticanje lokalnih i tradicionalnih jela.

Plan organizacije i održivosti plaža i javnih prostora – tematsko zoniranje plaža, integrirani *smart beach* menadžment, unapređenje opreme, održivost, podizanje komunalnog standarda i pristupačnosti.

Plan digitalizacije destinacije – razvoj javnog Wi-Fi-a, ugrađivanje IoT rješenja za gužve, parking, evidencija broja jednodnevnih posjetitelja, mjerenje kapaciteta na plažama, mjerenje koncentracije posjetitelja na događanjima itd.

Plan razvoja komunalne i prometne infrastrukture – proširenje i modernizacija parkinga, sanitarnih čvorova, ceste i javnog prijevoza, pametna mobilnost, mjere za smanjenje buke i sezonskih zagušenja.

Plan razvoja poduzetništva i OPG-ova – poticaji za mlade i lokalne poduzetnike, promocija domaćih proizvoda/gastro ponude, edukacija za inovativno vođenje, razvoj programa lojalnosti za OPG-ove i iznajmljivače.

Plan za kulturne, edukativne i sportske sadržaje – investicije u baštinske, muzejske i interpretacijske centre, multiprogramska podrška događanjima, razvoj sportskih terena, podrška biciklističkim i outdoor rutama.

Plan za pristupačnost i inkluzivnost – planiranje svih novih projekata po principima univerzalnog dizajna, prilagodba javnog prijevoza, infrastrukture i smještaja osobama s invaliditetom.

Plan kvalitete života stanovnika u destinaciji – očuvanje stambenog fonda, sustav benefita za obiteljsko stanovanje, kontrola cijena i podizanje društvene infrastrukture (škole, domovi, ambulante, igrališta), sustavno uključivanje u odlučivanje te sustavno mjerenje zadovoljstva stanovnika.

6.2. Smjernice i preporuke za Turističku zajednicu grada Vodica

Tablica 87: Strukturirani ključni strateški aspekti s naglaskom na razvoj proizvoda, upravljanje destinacijom, infrastrukturu, digitalizaciju, ljudske potencijale, održivost i komunikaciju u skladu s nacionalnim i lokalnim strategijama razvoja turizma

Tematsko područje	Detaljna smjernica / aktivnost	Mjerljivi pokazatelji	Nositelj / sudionici	Rok / izvor financiranja
Segmentacija i razvoj turističkih proizvoda	Razviti jedinstvene tematske zone na plažama (obiteljske, <i>wellness</i> , aktivne, <i>gourmet</i>); poticati	Broj novih zona/proizvoda, raznolikost ponude, udio višekategorijskih proizvoda	TZ, Grad, dionici, poduzetnici, OPG-ovi	2026.–2028., Grad, TZ, EU fondovi

	inovativne sadržaje i višekategorijske proizvode; jačati selektivne oblike turizma (<i>outdoor, wellness, gastro, eno, festivalski, sport, kulturni, ruralni</i>)			
Upravljanje sezonalnošću	Aktivno planirati cjelogodišnji kalendar događanja; uvoditi inovativne manifestacije prema segmentima (<i>wellness, sport, gastro, kulturni, business, obiteljski</i>); stimulirati kongresni turizam, edukacijske i aktivne produžene boravke	Broj događanja izvan glavne sezone, produženje trajanja boravka, popunjenost smještaja	TZ, Grad, organizatori, hotelijeri	Kontinuirano, Grad, TZ, sponzori
Digitalizacija destinacije	Razvoj pametnog sustava upravljanja plažama i posjetiteljima (<i>real-time</i> aplikacije, prikaz gužvi, preporuke, digitalna platforma za <i>booking</i> i informiranje); uvođenje <i>revenue management</i> i destinacijske analitike	Broj instaliranih sustava, interakcija korisnika, integracija s <i>web/app</i> platformom	TZ, IT sektor, Grad, partneri	2026.–2028., Grad, EU fondovi
Unapređenje infrastrukture	Proširenje parking kapaciteta (podzemne garaže, digitalna naplata), sanacija komunalne i urbane opreme (toaleti, tuševi, trgovine, tandovi, javni prostor), modernizacija hotelskih objekata, razvoj sportsko-rekreativne infrastrukture	Broj novih infrastrukturnih objekata, zadovoljstvo korisnika, kapacitet	Grad, TZ, komunalna poduzeća, investitori	Kontinuirano, Grad
Spa i <i>wellness</i> sektor	Razvoj spa centara, <i>wellness</i> zona na plažama, <i>slow wellness</i> proizvoda u maslinicima i autentičnim ambijentima;	Broj spa centara, broj <i>wellness</i> paketa, zadovoljstvo klijenata	TZ, Grad, hoteli, investitori, zdravstveni	2026.–2029., Grad, TZ

	povezivanje <i>wellness</i> ponude s gastronomijom, <i>fitnessom</i> i digitalnim <i>detox</i> programima			
Aktivni i <i>outdoor</i> turizam	Tematske biciklističke, <i>trekking</i> , kajak, SUP i penjačke ture kroz povijesne rute, elementi adrenalinskog parka inspiriranog Vrančićevim izumima; osigurati potpuno opremljene rute i prateću infrastrukturu	Broj tura, poligona, broja sudionika	TZ, <i>outdoor</i> agencije, Grad, partneri	Kontinuirano, Grad, TZ
Eko i održivost	Standardizacija ekoloških praksi (zelene nabave, recikliranje, solarne tehnologije, certifikacija objekata zelenom oznakom, edukativni programi za dionike i goste); razviti <i>zero waste</i> gastro ponudu	Broj certificiranih objekata, količina otpada, udio obnovljive energije	TZ, Grad, OPG-ovi, komunalci	2027.–2030., Grad, EU fondovi
Lokalno poduzetništvo i gastro ponuda	Platforma za promociju domaćih proizvoda, podrška lokalnim OPG-ovima, organizacija sajмова, festivala i gastro tura; Razvoj novog proizvoda Fausta Vrančića	Broj uključenih OPG-ova, broj gastro manifestacija, rast potrošnje domaćeg	TZ, Grad, OPG-ovi, ugostitelji, dionici	2026.–2028., Grad, TZ
Ljudski potencijali i edukacija	Osnivanje Akademije turizma Vodica za kontinuiranu edukaciju zaposlenika, digitalne kompetencije, zeleni certifikati; poticanje obrazovanja kroz <i>internship</i> programe, suradnju s fakultetima	Broj edukacija, broj certificiranih, zadržavanje kadrova	TZ, Grad, fakulteti, hotelijeri	Kontinuirano, Grad, TZ
Upravljanje kvalitetom i destinacijom	Uvođenje IQM Destination audita, praćenje zadovoljstva	Broj audita, rezultati zadovoljstva, broj sudionika u procesu	TZ, Grad, IQM partneri,	Kontinuirano, Grad, TZ

	gostiju i stanovnika, transparentni javni izvještaji, participativno odlučivanje kroz tematske radionice; razviti knjigu standarda i automatizirane procese odlučivanja		lokalna zajednica	
Socijalna i inkluzivna strategija	Planiranje i prilagodba javnog prostora osobama s invaliditetom, pristupnost svim skupinama, univerzalni dizajn, razvoj multifunkcionalnih centara (ambulanta, vatrogasci, civilna zaštita)	Broj pristupačnih zona, zadovoljstvo korisnika	TZ, Grad, civilni sektor, komunalci	Kontinuirano, Grad
Koordinacija, transparentnost, suradnja	Redoviti formalizirani mjesečni sastanci i tematske koordinacije s Gradom i dionicima; transparentno informiranje javnosti i povezivanje s nacionalnim i EU programima iz turizma	Broj sastanaka, broj sudionika, broj prijava na EU projekte, zadovoljstvo TZ i dionika suradnjom i realiziranim projektima/idejama	TZ, Grad, dionici	Kontinuirano, Grad, TZ
Marketing, brendiranje i komunikacija	Razvoj integrirane marketinške strategije (<i>multichannel, digital, experiential</i>), brendiranje Vodica kao inovativne, autentične i održive destinacije; suradnja s medijima, <i>influencerima</i> , partnerima, utilizacija <i>storytellinga</i>	Broj kampanja, prepoznatljivost brenda, rast interesa i upita	TZ, Grad, marketinški tim, partneri	2026.–2029., Grad, TZ, EU fondovi

Sve smjernice moraju biti podržane kontinuiranim monitoringom rezultata, prilagodljivim akcijskim planom i otvorenim dijalogom s lokalnim stanovništvom, hotelijerima, poduzetnicima i relevantnim partnerima u destinaciji.

6.3. Smjernice i preporuke za druge dionike u turizmu i upravljanju turizmom u destinaciji

Za sve dionike u turizmu ključno je usklađeno djelovanje na temelju Plana upravljanja destinacijom i najboljih europskih praksi.

Profesionalne smjernice za dionike u turizmu Vodica

- Sudjelovati u izradi i provedbi svih razvojnih i sektorskih planova (smještaj, ugostiteljstvo, gastro, komunalna infrastruktura, događanja, kulturni i sportski sadržaji, digitalizacija, ekološke prakse).
- Aktivno sudjelovati u edukacijama, radionicama i stručnim usavršavanjima.
- Razvijati integrirane i segmentirane turističke proizvode (*wellness, outdoor*, gastronomske rute, *slow travel*, festivalski turizam, *business/kongresni* turizam) te kontinuirano raditi na umrežavanju ponude i zajedničkim projektima.
- Primjenjivati ekološke i održive prakse u svim operacijama: energetska učinkovitost, obnovljivi izvori, upravljanje otpadom, regionalna nabava, ekološka i reciklažna rješenja.
- Digitalizirati poslovanje: koristiti *online* platforme za prodaju i rezervacije, upravljati reputacijom i rezultatima putem digitalnih sustava (*booking, CRM, chatbotovi*, sustavi za mjerenje zadovoljstva gostiju).
- Razvijati ponudu kroz cijelu godinu: poticati projekte za produženje sezone, tematska događanja i pakete za pred- i posezonu, uz prilagodbu ponude seniorima, obiteljima, sportskim i poslovnim gostima.
- Uključenost u lokalnu zajednicu: surađivati s TZ-om i Gradom, sudjelovati u konzultacijama, forumima i javnim raspravama oko razvoja destinacije te doprinosti zajedničkom identitetu i brendu Vodica.
- Očuvanje autentičnosti i uključenost: integrirati lokalnu baštinu i tradiciju u proizvode/usluge, poštivati univerzalni dizajn i inkluzivne standarde, poticati sudjelovanje svih skupina (uključujući osobe s invaliditetom).

- Pratiti rezultate i prilagoditi poslovanje: sustav mjerenja zadovoljstva gostiju, sudjelovati u analizama, koristiti KPI-jeve te kontinuirano usklađivati poslovanje sa strategijom destinacije i trendovima tržišta.

7. Popis projekata

7.1. Popis projekata koji pridonose provedbi mjera potrebnih za doprinos stvaranju pokazatelja održivosti na razini destinacije

Tablica 88: Projekt 100 održivih apartmana za održive Vodice

Projekt	100 održivih apartmana za održive Vodice
Opis projekta	Standardizacija, profesionalizacija i edukacija putem edukativnih platformi za iznajmljivače, te certifikacija smještaja provođenje redovitih godišnjih edukacija u smislu podizanja standarda kvalitete, održivosti, primjene energetske efikasnosti i sl.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Profesionalizacija, edukacija, standardizacija Broj iznajmljivača uključenih u platforme, edukacije, radionice
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ grada Vodica, lokalna partnerstva
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2027. – 2030.
Vrijednost	7.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Standardi s održivim kriterijima, radionice, koordinacije, edukacije, transformacija objekata, veća vidljivost i konkurentnost.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 89: Projekt Upravljanje i transformacija privatnog smještaja

Projekt	Upravljanje i transformacija privatnog smještaja
Opis projekta	Privatni smještaj ima potrebu za profesionalizacijom i kontinuiranom edukacijom, te se ovim projektom potiče održivo poslovanje i podizanje kvalitete turističke ponude. Poticanje izmjene zakonskog okvira – uključivanje minimalni edukacijskih standarda, kontrole i sigurnosnih standarda.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Podizanje kvalitete usluge, uključenost u destinacijsku ponudu, te razvoj partnerstva.
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ, iznajmljivači, MINTS, edukativne ustanove, IT platforme
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. -2030.
Vrijednost	7.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Modularna edukacija za iznajmljivače kroz e-učenje, broj polaznika edukacijskih modula, izdani certifikati, broj održanih radionica, broj korisnika, uspostava i provedba zakonskog okvira, razina zadovoljstva gostiju i iznajmljivača.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 90: Projekt Unapređenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude

Projekt	Unapređenje ugostiteljske djelatnosti i gastronomske ponude
Opis projekta	Uslijed nedostatka educiranih kadrova u ugostiteljstvu, projekt podrazumijeva kontinuirane strukovne i praktične edukacije kadrova, zatim povezivanje lokalnih OPG-ova s ugostiteljstvom u lance nabave namirnica, tematske gastro radionice,

	treninge za inovacije jelovnika i moderne gastro trendove.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Umrežavanje dionika u lanac opskrbe od polja do stola, inovativna rješenja u ugostiteljstvu.
Ostali dionici	Poduzetnici, ugostitelji, HGK, TZG Vodice, ugostiteljske škole, šefovi
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026. -2030.
Vrijednost	20.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Tematske edukacije, integracija lokalnih proizvoda, broj inoviranih jelovnika, certificiranje, nagrađivanje objekata za održivost i kvalitetu.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 91: Projekt Razvoj održivog ruralnog turizma i OPG-ova

Projekt	Razvoj održivog ruralnog turizma i OPG-ova
Opis projekta	Jačanje i valorizacija ruralnog područja, jačanje marketinga i povezivanje OPG-ova s turističkom ponudom. Produbljivanje znanja o tržištu i digitalnim alatima. Poticanje otvaranja kušaonica, održavanje radionica i prezentacija, kreiranje tematskih ruta (vinske, maslinarske, gastro).
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Certifikati održivosti i kvalitete, uvođenje novih tehnologija, ulaganje u sustave navodnjavanja i energetske učinkovitost.
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ grada Vodica, OPG-i, Razvojna agencija, škole, učilišta
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2027. – 2030.
Vrijednost	10.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Broj aktivnih certificiranih i umreženih OPG-ova

	Broj mladih i novih poljoprivrednika Udio OPG-ova s eko certifikatima Broj posjeta OPG-ovima i rast prihoda
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 92: Projekt Vodice Active Hub

Projekt	Vodice Active Hub
Opis projekta	Proaktivna podrška sportskim i outdoor događajima. Brendiranje Vodica kao sportsko-rekreativne destinacije. Kreiranje godišnjeg kalendara sportskih i outdoor aktivnosti i transparentno upravljanje javnim sportskim infrastrukturnama. Digitalizacija sustava informiranja.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Produženje sezone i privlačenje posebnih niša u vansezonskim mjesecima.
Ostali dionici	Grad Vodice, Vodički sport, TZ grada Vodica i partneri (agencije, hoteli, udruge, ugostiteljstvo, OPG-i)
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. -2030
Vrijednost	25.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Broj podržanih evenata, promet, broj izvansezonskih upita, broj korisnika aplikacija.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 93: Projekt Upravljanje događanjima

Projekt	Upravljanje događanjima
Opis projekta	Standardizacija trajanja, opsega javnih događanja, monitoring, kontrole, evaluacija događanja.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Održivost događanja, mjerenje zadovoljstva.

Ostali dionici	Grad Vodice, TZ grada Vodica i partneri
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2027. – 2030.
Vrijednost	10.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada standarda, mjerne točke, zadovoljstvo građana i posjetitelja.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 94: Projekt Vodice – cjelogodišnja destinacija

Projekt	Vodice – cjelogodišnja destinacija
Opis projekta	U cilju smanjenja sezonalnosti, niske stope otvorenosti i dostupnosti sadržaja u izvansezonskom periodu, poticati će se jača fleksibilnost u poslovanju, umreženost dionika, jačanje vidljivosti i digitalizacije, te stručna podrška poduzetnicima.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Disperzija i jačanje poslovanja u izvansezonskom razdoblju, produženje sezone.
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ, poslovni subjekti, udruge
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. – 2030.
Vrijednost	10.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Stimulacija produljenja rada poslovnih subjekata, formiranje mreže otvorenih objekata kroz godinu, promotivne kampanje izvan ljeta, poticanje vikend modela tijekom zime, digitalizacija, povećanje otvorenih objekata izvan sezone, stabilnost mreže usluga, zadovoljstvo poduzetnika i gostiju.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 95: Projekt Upravljanje parkirališnim kapacitetima

Projekt	Upravljanje parkirališnim kapacitetima
Opis projekta	Radi poboljšanja kvalitete urbanog života, posebno u sezonskim mjesecima, te sigurnosti i dostupnosti javnih prostora potreban je pametan digitalni parking sustav koji će poboljšati kvalitetu parkirališne infrastrukture.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Smanjenje gužve na parkiralištima i javnim prostorima u vršnim dijelovima sezone.
Ostali dionici	Grad Vodice, Gradsko poduzeće i partneri, Fondovi
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2027. – 2030.
Vrijednost	50.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Projektna dokumentacija: izrada smart parking sustava (senzori, aplikacije za vozače, rampe, digitalna naplata); regulacija prometovanja autobusa, uvođenje prekršajnih nadzora; Izrada prometne studije s dugoročnim planom upravljanja prometom i parkiralištima, te digitalizacija.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	da

Izvor: Grad Vodice

Tablica 96: Projekt Vodice Smart City

Projekt	Vodice Smart City
Opis projekta	Uvođenjem Smart City unaprijedit će se digitalna komunikacija, transparentnost informacija i usluga građanima i posjetiteljima.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Unapređenje kvalitete života
Ostali dionici	Grad Vodice, IT stručnjaci, Fondovi
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026.-2030.
Vrijednost	50.000 €

Ključne točke ostvarenja projekta	Projektna dokumentacija: uvođenje novih funkcionalnosti u Smart City, ugradnja IoT senzora na ključne točke u gradu, uspostava višekanalne promocije, proširenje Smart City sustava na integraciju s komunalnim službama, najava događanja, prostornim planovima, e-usluga građanima.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	da

Izvor: Grad Vodice

Tablica 97: Projekt Unificiranje Vizualnog identiteta grada i urbane opreme

Projekt	Unificiranje Vizualnog identiteta grada i urbane opreme
Opis projekta	Poboljšavanje neujednačenog vizualnog identiteta i kvalitete urbane opreme, posebno u povijesnoj jezgri grada, kako bi unaprijedili promociju kulturne baštine i pojačali turističku atraktivnost.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Odgovorno i održivo upravljanje javnim prostorima.
Ostali dionici	Grad Vodice, Konzervatorski odjel, komunalno poduzeće, ugostitelji, IT stručnjaci
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026. – 2031.
Vrijedost	50.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Zoniranje javnih površina, donošenje obvezne palete boja za terase, donošenje posebnog pravilnika o urbanoj opremi, ograničenje veličine i materijala za reklame, regulacija svjetlosnih standarda, uspostava GIS standarda reklamnih tijela i sustava QR kodova za nadzor, te monitoring.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	da

Izvor: Grad Vodice

Tablica 98: Projekt Nadogradnja digitalne aplikacije Vodice

Projekt	Nadogradnja digitalne aplikacije Vodice
Opis projekta	Postojeću aplikaciju Vodice potrebno je nadograditi kako bi pružala ažurne informacije i napredne funkcionalnosti u realnom vremenu.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Digitalizacija i zadovoljstvo korisnika
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ, IT partneri, operateri sustava senzora i partneri, Fond
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026.-2030.
Vrijednost	30.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada interaktivnih karata atrakcija i ruta s navigacijom, modula informacija, prikaza stanja gužvi na plažama, parkiralištima u realnom vremenu, provedba i broj korisnika.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	da

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 99: Projekt Razvoj novih proizvoda

Projekt	Razvoj novih proizvoda
Opis projekta	Nadogradnja turističkih proizvoda koji prema atraktivnosti produžuju sezonu. Posebno se odnosi na hotelski, gastro, wellness, sportski i zdravstveni segment. Jačanje Vodice Gourmet kroz partnerstva i evente, razvoj wellness i spa segmenta i interakcija s partnerima, razvoj boutique kongresnog i event turizma, tematske rute, razvoj digitalne interpretacije kulturne baštine i kulturnih ruta.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Produženje sezone i utjecaj na gospodarstvo
Ostali dionici	TZ, Grad, hotelski i privatni gastro sektor, sportski i wellness centri, med.centri

Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026.-2030.
Vrijednost	25.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Broj novih i unaprijeđenih tematskih proizvoda, rast kvalitete i diverzifikacija usluga, smanjenje sezonalnosti, broj wellness/gourmet/sportskih paketa.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 100: Projekt Faust Vrančić –inovacija, baština i iskustvo

Projekt	Faust Vrančić –inovacija, baština i iskustvo
Opis projekta	Profiliranje Vodica kao inovativne i edukativne destinacije. Projekt je multidisciplinarni proizvod koji povezuje tehniku, znanje, zabavu i kulturni identitet.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Razvoj inovativnog destinacijskog proizvoda
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ, MC Faust Vrančić, škole, kulturne ustanove, STEM centri
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2027. –2030. pilot projekt
Vrijednost	30.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Stalna izložba Vrančićevih izuma, dječji program – mali izumitelji, STEM – inovatorski kamp, edukativne vođene ture, festival inovacija predavanja, natjecanja, startupovi, - pokazatelji. Broj održanih radionica, kampova, broj posjetitelja, broj sadržaja, te porast prepoznatljivosti.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 101: Projekt Razvoj ljudskih resursa

Projekt	Razvoj ljudskih resursa
Opis projekta	Stalna potreba za profesionalizacijom i edukacijom kadrova svih profila u turizmu i ugostiteljstvu, temelj je kvalitetnom iskoraku u poslovanju. Stoga će se poticati pokretanje destinacijskog edukativnog savjeta s partnerima i planom specijalnih edukacija i radionica kadrova.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Iskorak u kvaliteti usluga i podizanje razine kompetencija.
Ostali dionici	TZ, Grad Vodice, privatni sektor, poslodavci, partneri za edukaciju, fondovi
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. -2030.
Vrijednost	20.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Uvođenje obveznih online modula za sve radnike (komunikacija, kultura...), uspostava destinacijskog edukativnog savjeta i plana radionica, pokretanje specijaliziranih radionica (baristi, somelijeri, moderno slastičarstvo, dalmatinska kuhinja, vegetarijanska/veganska kuhinja; promocija hrvatskog jezika u turizmu.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 102: Projekt Integralno upravljanje kvalitetom i održivošću

Projekt	Integralno upravljanje kvalitetom i održivošću
Opis projekta	Jačanje aktivnosti u sustavu upravljanja kvalitetom u destinaciji. Sukladno kriterijima održivosti pratit će se sustavno usklađenost lokalne zajednice, turističkog sektora i okoliša za potpunu tranziciju u primjer održive turističke destinacije.

Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Upravljanje destinacijom na odgovorni i održivi način uz jačane participacije i međusobne suradnje lokalne zajednice.
Ostali dionici	TZ, Grad Vodice, turistički subjekti, pružatelji usluga, stručnjaci za održivost, konzultantske tvrtke, komunalni sektor, udruge
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	2026.-2030.
Vrijednost	10.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Dogradnja i implementacija KPI indikatora, razvoj digitalnih alata za mjerenje, intenziviranje međusobnog umrežavanja, kontinuirano praćenje i optimiziranje strategija, jačanje participacije lokalne zajednice.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 103: Projekt Unapređenje biciklističkih ruta

Projekt	Unapređenje biciklističkih ruta
Opis projekta	Kontinuirano ulaganje i opremanje biciklističkih staza. Obnavljanje putokaza, interpretacijskih tabli, održavanje staza. Uključenje dodatnih sadržaja i digitalizacija.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Produženje sezone
Ostali dionici	Grad Vodice, TZ, OPG-i, sportske udruge
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. -2030.
Vrijednost	20.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Godišnja revizija putokaza, interpretacijskih tabli, servisnih stanica; digitalizacija ruta, aplikacija.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

Tablica 104: Projekt Unapređenje Camino rute Sv. Jakova

Projekt	Unapređenje Camino rute Sv. Jakova
Opis projekta	Kontinuirao ulaganje u održavanje rute, obnavljanje putokaza, interpretacijskih tabli, digitalizacija rute, aplikacija i dodatna promocija.
Doprinos ostvarenju pokazatelja održivosti	Valorizacija kulturnih sadržaja, produženje sezone, otvaranje novih turističkih niša.
Ostali dionici	TZ, Grad Vodice, TZŽ Šibensko-kninske, TZG Šibenik, župe
Lokacija provedbe	Vodice
Rok provedbe	Od 2026. -2030.
Vrijednost	10.000 €
Ključne točke ostvarenja projekta	Godišnja revizija putokaza, interpretacijskih tabli, digitalizacija, aplikacija, te broj posjetitelja i korisnika.
Potrebna studijska/projektna dokumentacija	ne

Izvor: Turistička zajednica grada Vodica

7.2. Projekti posebnog značenja za razvoj destinacije

Tablica 105: Projekt Revitalizacija zapuštene zgrade i opremanje

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Rb.	1
Županija	XV Šibensko-kninska
Turistička zajednica	Vodice
Kratki opis predmeta projekta	Revitalizacija zapuštene zgrade i opremanje
Kratki opis svrhe projekta	Osiguranje pristupa kulturnim sadržajima za sve

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Produženje sezone, jačanje ponude
Nositelj provedbe projekta	Grad Vodice
Lokacija provedbe projekta	Vodice
Planirani početak provedbe projekta	Od osiguravanja sredstava (2026)
Planirani završetak provedbe projekta	Kraj 2030.
Ključne točke ostvarenja projekta	Revitalizacija, uređenje, opremanje, menadžment
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka	2027–2030
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	2.897.327,70 EUR S PDV-om
Iznos vlastitog financiranja	–
Ostali mogući izvori financiranja	EU, MINT, Fond
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Vlasništvo
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	DA
Status izrade potrebne projektne dokumentacije	DA
PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE	DA
Napomena	–
Postoji li izrađen profil projekta	DA
Postoji li izrađena studija predizvodljivosti/izvedivosti	DA
Postoji li izrađena CBA	DA
Postoji li izrađen idejni projekt	DA
Da li je ishodovana lokacijska dozvola	DA

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Postoji li izrađen glavni projekt	DA
Da li se projekt može graditi po Pravilniku	DA
Da li je ishakovana građevinska dozvola	DA
Da li se radi o projektu od posebn. značaja	DA
Način doprinosa strateškom cilju	Produženje sezone, kulturna ponuda
Značajan/mjerljiv financijski učinak	Pozitivan multiplikator na sektor
Projekt započinje u važenju plana	DA
Minimalno izrađena studijska dokumentacija	DA
Projekt prelazi vrijednost od 1.000.000 EUR	DA

Izvor: *Grad Vodice*

Tablica 106: Projekt Uređenje i izgradnja prostora (7,2 ha)

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Rb.	2
Županija	XV Šibensko-kninska
Turistička zajednica	Vodice
Kratki opis predmeta projekta	Uređenje i izgradnja prostora (7,2 ha)
Kratki opis svrhe projekta	Obalna sportska i ugostiteljska zona
Način doprinosa ostvarenju pokazatelja održivosti	Održivost, pristup za sve, zelene površine
Nositelj provedbe projekta	Grad Vodice
Lokacija provedbe projekta	Vodice
Planirani početak provedbe projekta	Etapno

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Planirani završetak provedbe projekta	Kraj 2030.
Ključne točke ostvarenja projekta	Izrada dokumentacije, koncesioniranje, izgradnja
Planirani rokovi postignuća ključnih točaka	–
Ukupno procijenjena vrijednost projekta	10.000.000 EUR
Iznos vlastitog financiranja	0,5
Ostali mogući izvori financiranja	EU, MIN, Fond
Imovinsko-pravni odnosi	Riješeni
Osnova za raspolaganje nekretninama	Koncesija
Status izrade potrebne studijske dokumentacije	DA
Status izrade potrebne projektne dokumentacije	DA
PROJEKTI OD POSEBNOG ZNAČAJA ZA RAZVOJ DESTINACIJE	DA
Napomena	–
Postoji li izrađen profil projekta	DA
Postoji li izrađena studija predizvodljivosti/izvedivosti	DA
Postoji li izrađena CBA	DA
Postoji li izrađen idejni projekt	DA
Da li je ishodovana lokacijska dozvola	NE
Postoji li izrađen glavni projekt	DA
Da li se projekt može graditi po Pravilniku	DA
Da li je ishodovana građevinska dozvola	NE

Parametar	Vrijednost projektnog podatka
Da li se radi o projektu od posebn. značaja	DA
Način doprinosa strateškom cilju	Diversifikacija, održivi razvoj obale
Značajan/mjerljiv financijski učinak	Novi sadržaji, pozitivno na sektor
Projekt započinje u važenju plana	DA
Minimalno izrađena studijska dokumentacija	DA
Projekt prelazi vrijednost od 1.000.000 EUR	DA

Izvor: Grad Vodice

8. Mjerenje napretka i izvješće o provedbi

8.1. Podrška i implementacija Plana upravljanja destinacijom

Podrška i implementacija Plana upravljanja turizmom zasniva se na potpori Turističke zajednice koja je odgovorna za realizaciju. Potporu čine Grad Vodice, Turističko vijeće te svi relevantni partneri iz javnog i privatnog sektora. Na svakoj sjednici Turističkog vijeća raspravljat će se o provedbi mjera i aktivnosti zacrtanih Planom, s ciljem pravovremenog praćenja realizacije i prilagodbe potrebama destinacije. Godišnji planovi rada Turističke zajednice i Grada Vodica sadržavat će konkretne mjere sukladno strateškim ciljevima i operativnim prioritetima iz Plana upravljanja. Svi dionici u turizmu, uključujući institucije, poduzetnike, udruge i građane, kontinuirano će biti uključeni u proces evaluacije i unapređenja mjera, kroz tematske rasprave, fokus grupe i zajedničke inicijative. Sustav upravljanja realizacijom Plana osigurava transparentnost, efikasnost i razvoj sinergije među partnerima kako bi se postigli dugoročni učinci za destinaciju Vodice.

8.2. Izvješće o provedbi

Izvršenje provedbe Plana upravljanja destinacijom Vodice je obvezatno i mora se odvijati prema utvrđenim rokovima i planiranim aktivnostima. Svi nositelji provedbe dužni su osigurati pravovremenu realizaciju mjera u skladu sa strateškim ciljevima i godišnjim planovima. Redovito praćenje i izvještavanje o napretku provedbe sastavni su dio sustava upravljanja planom, uz odgovornost lokalnih tijela i partnera. Kašnjenje u provedbi ili odstupanja od rokova podliježu evaluaciji i korektivnim mjerama. Time se jamči efektivnost i uspješnost plana u ostvarivanju dugoročnog razvoja destinacije. Izvješće o realizaciji daje Turistička zajednica Gradskom vijeću jednom godišnje te Turističkom vijeću na svakoj sjednici vijeća, s aktualnom temom koja je dio Plana upravljanja destinacijom.

9. Zaključak

Zaključkom Plana upravljanja destinacijom Vodice ističe da je održiv, uravnotežen i inovativan razvoj Vodica kao turističke destinacije ključni smjer za budućnost, uz ravnotežu između gospodarskog rasta, očuvanja okoliša i kvalitete života lokalnog stanovništva. Planom se definiraju jasne strateške smjernice, prioriteti i nužni projekti za konkurentnost i prepoznatljivost destinacije, s naglaskom na proširenje turističke ponude kroz cijelu godinu, razvoj novih proizvoda, jačanje suradnje svih sektora i stvaranje uvjeta za dugoročnu održivost.

Uspjeh provedbe Plana ovisi o aktivnoj suradnji lokalne zajednice, institucija i turističkih dionika te kontinuiranom praćenju i prilagodbi potrebama tržišta i globalnim trendovima. Zaključno, implementacija ključnih mjera ovog Plana omogućit će Vodicama da se pozicioniraju kao odgovorna, inovativna i poželjna destinacija ugodna za život i atraktivna za posjetitelje tijekom cijele godine.

Plan upravljanja destinacijom Vodice izrađen je sukladno važećoj metodologiji Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, što osigurava pravilnost, stručnost i usklađenost sa svim nacionalnim strategijama i regulativom. U procesu izrade slijedili su se metodološki koraci, sadržajni okvir i strateška načela koji su propisani službenim smjernicama Ministarstva, a dokument uključuje sve potrebne komponente, od analize stanja, participativnog pristupa, definiranja ciljeva i mjera do sustava praćenja i izvještavanja prema standardima Ministarstva turizma i sporta.

Plan upravljanja destinacijom izrađen je prema smjernicama i metodološkom okviru Ministarstva turizma i sporta Republike Hrvatske, utemeljen na načelima struke i najvišim standardima održivog destinacijskog upravljanja. U procesu izrade plana primijenjen je model participativnog planiranja u kojem su ravnopravno sudjelovali predstavnici javnog, privatnog i civilnog sektora te stručnjaci iz relevantnih područja.

Sadržaj i preporuke Plana temelje se na analitičkoj obradi dostupnih podataka, zakonodavnom okviru Republike Hrvatske i Europske unije, iskustvu stručnog tima, relevantnoj strateškoj

dokumentaciji te kontinuiranoj suradnji i razmjeni znanja s dionicima na lokalnoj i nacionalnoj razini.

Svaka analiza, mjera i preporuka u ovom dokumentu oblikovana je u skladu s važećim propisima, etičkim pravilima te profesionalnim standardima iz područja destinacijskog menadžmenta, bez korištenja neautoriziranih, agregiranih ili neoriginalnih izvora. Plan u potpunosti poštuje autorska i intelektualna prava, osiguravajući stručnu vjerodostojnost i transparentnost u svakom segmentu njegove izrade.

10. Izvor podataka:

Izrada Plana upravljanja destinacijom Vodice temelji se na raznovrsnim izvorima podataka koji obuhvaćaju:

- Nacionalne, regionalne i lokalne strateške dokumente iz područja turizma, održivog razvoja, prostornog planiranja i ekonomskih politika
- Administrativne baze središnjih institucija, uključujući Državni zavod za statistiku (DZS), sustave za turističku evidenciju (npr. eVisitor), gospodarske izvještaje te komunalne i javne ustanove
- Izravno prikupljene podatke kroz fokus grupe, anketna istraživanja, radionice i participativne procese s relevantnim dionicima destinacije: gradskim i županijskim vlastima, Turističkom zajednicom grada Vodica, javnim sektorom, obrazovnim, kulturnim i sportskim organizacijama, privatnim sektorom (hotelijeri, ugostitelji, iznajmljivači, OPG-ovi), nevladinim organizacijama te lokalnim stanovništvom
- Analitičke i stručne studije (nacionalne strategije, studije utjecaja na okoliš, turističke analize, evaluacije konkurentnosti, SWOT analize, izvještaji o održivosti i monitoring izvješća)
- Relevantne europske politike i stručne smjernice, poput Smjernica Ministarstva turizma i sporta RH, ETIS-a (European Tourism Indicator System), UN-ove Agende 2030, GSTC, WTTC, Tranzicijskog puta za turizam i Nacionalne razvojne strategije RH.
- Digitalne izvore podataka: aplikacije za upravljanje destinacijom, GPS praćenje biciklističkih i pješačkih ruta, digitalne kartografske baze, web ankete i informacijske sustave
- Podaci se kontinuirano ažuriraju u suradnji s institucijama i dionicima, uz primjenu transparentnih analitičkih metodologija i etičkih standarda.
- Multisektorska suradnja osigurava da izvori pokrivaju sve relevantne aspekte razvoja destinacije, od prostora, resursa, infrastrukture, proizvoda i doživljaja, do kvalitete života i održivosti.

- Pristup izvorima je kombiniran: primarne i sekundarne baze, terensko prikupljanje podataka, periodična izvješća i integracija europskih normi.

PLAN UPRAVLJANJA DESTINACIJOM VODICE

Naručitelj: Turistička zajednica grada Vodica

Izvođač: Feel IQM d.o.o.